

**Prijemni ispit – Master 2017/2**  
**Studijski program: Menadžment i organizacija**

Šifra zadatka | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |

<b>1.</b>	<b>Racio zaposlenih se dobija kao deljenjem broja:</b>
a.	Radnika na core i non-core poslovima
b.	Radnika u proizvodnji i radnika u kancelarijama
c.	Radnika i menadžera
d.	Radnika na stalnom i privremenom radu
<b>e.</b>	Radnika jedne klasifikacije sa ukupnim brojem zaposlenih
f.	Ne znam
<b>2.</b>	<b>Tehnologiju, u kontekstu organizacionog dizajna, možemo posmatrati kroz tri njene karakteristike:</b>
a.	Nepredvidivost, fleksibilnost, kompleksnost
b.	Fleksibilnost, kompleksnost, međuzavisnost
c.	Determinisanost, fleksibilnost, kompleksnost
d.	Neprekidnost, međuzavisnost, kompleksnost
<b>e.</b>	Nepredvidivost, međuzavisnost, kompleksnost
f.	Ne znam
<b>3.</b>	<b>Organizaciona struktura smanjuje kompleksnost organizacije na osnovu:</b>
a.	Departmentalizacije
b.	Diverzifikacije
c.	Decentralizacije
<b>d.</b>	Diferencijacije
e.	Dekompozicije
f.	Ne znam
<b>4.</b>	<b>Na racionalnoj strani modela Ostervaldera i Pinjora se nalazi:</b>
a.	Struktura prihoda
b.	Kanali distribucije
c.	Stvaranje vrednosti
d.	Finansijska održivost
<b>e.</b>	Struktura troškova
f.	Ne znam
<b>5.</b>	<b>Restriktivna monetarna politika se može sprovesti:</b>
a.	kupovinom državnih hartija od vrednosti
<b>b.</b>	povećanjem stope obaveznih rezervi
c.	smanjenjem državne potrošnje
d.	smanjenjem eskontne stope
e.	povećanjem poreza
f.	Ne znam
<b>6.</b>	<b>Konkretni mehanizmi koji zaštićuju vlasnika resursa od imitacija mogu biti:</b>
a.	kompleksnost tržišta, socijalna struktura privrednog ambijenta
b.	poslovno umrežavanje, kreirana vrednost u odnosu na ostale učesnike na tržištu
<b>c.</b>	prava industrijske svojine, vremenski lag i efekti učenja, reputacija, ekonomije obima u slučaju specijalizovanih resursa, asimetričnost informacija
d.	raspoloživost reprodukcionog materijala, struktura tržišta prodaje
e.	fokusiranost proizvodnog okruženja, diferenciranje preduzeća na tržištu
f.	Ne znam
<b>7.</b>	<b>Glavne komponente realne vrednosti brenda su:</b>
a.	Ime, logo, dizajn, ličnost i poruka brenda.
b.	Eksterne, interne i marketinške komunikacije.
c.	Misija, vizija, ciljevi i strategija brenda.
d.	Proces planiranja, organizovanja i kontrole brenda.
<b>e.</b>	Opis, snaga i perspektiva brenda.
f.	Ne znam
<b>8.</b>	<b>U tradicionalnom smislu pod prodajom se podrazumeva:</b>
a.	Planiranje, organizovanje i kontrola prodajnog osoblja.
b.	Aktivnosti međuzavisnosti organizacije i potrošača.
c.	Skup svih aktivnosti u cilju kreiranja vrednosti za potrošače.
<b>d.</b>	Skup poslova i zadataka koje organizacije preduzimaju u cilju realizacije roba i usluga.

e.	Ništa od prethodno navedenog.
f.	Ne znam
<b>9.</b>	<b>Promena svih brend elemenata, uključujući i ime brenda predstavlja:</b>
a.	Repozicioniranje brenda.
b.	Pozicioniranje brenda.
c.	Kobrendiranje.
d.	Proširenje brenda.
<input checked="" type="radio"/> e.	Ribrending.
f.	Ne znam
<b>10.</b>	<b>Broj naručenih porudžbina, broj otkazanih porudžbina i prosečna vrednost porudžbine su:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	Kriterijumi uspešnosti praćenja prodavaca.
b.	Kriterijumi uspešnosti kompenzacije prodaje.
c.	Pokazatelji uspešnosti brendiranja.
d.	Pokazatelji uspešnosti komunikacija.
e.	Ništa od prethodno navedenog.
f.	Ne znam
<b>11.</b>	<b>Činioci radnog mesta su:</b>
a.	Predmet rada, sredstva za rad, informacije, dokumentacija i čovek;
<input checked="" type="radio"/> b.	Predmet rada, posao radnog mesta, sredstva za rad, prostor za rad i čovek;
c.	Sredstva za rad, prostor za rad, proizvodni proces, izvršioци i informacije;
d.	Procesi, sredstva za rad, informacije, proizvod i dokumentacija;
e.	Posao radnog mesta, sredstva za rad, energija, izvršioци i predmet rada;
f.	Ne znam
<b>12.</b>	<b>Diferencijalno plaćanje po komadu 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;
c.	Na osnovu broja proizvedenih komada i cene sata rada;
<input checked="" type="radio"/> 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;
f.	Ne znam
<b>13.</b>	<b>Akcije bez prava glasa se izdaju:</b>
a.	u cilju pribavljanja akcionarskog kapitala,
b.	u slučaju inicijalne javne ponude,
c.	u slučaju kada je cena akcija previsoka,
<input checked="" type="radio"/> d.	u slučaju narednih emisija,
e.	u cilju povećanja cene akcija,
f.	Ne znam
<b>14.</b>	<b>Hartije od vrednosti sa mešovitim prinosom su:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	konvertibilne obveznice,
b.	obveznice u dvojnoj valuti,
c.	obveznice banaka,
d.	obveznice sa gornjim i donjim limitom,
e.	"čiste" preferencijalne akcije,
f.	Ne znam
<b>15.</b>	<b>Budžetiranje (sa standardnim planom troškova) je poznato kao:</b>
a.	finansijsko računovodstvo,
b.	upravljačko računovodstvo,
c.	pogonsko računovodstvo,
d.	računovodstvo po sektorima, odeljenjima, ekonomskim jedinicama i sl.,
<input checked="" type="radio"/> e.	računovodstvo odgovornosti,
f.	Ne znam
<b>16.</b>	<b>Kriterijum (pristup) za definisanje kvaliteta, koji ističe da kvalitet nije definisan kao apsolutna veličina, već da su suština definicije kvaliteta počiva na odnosu kvaliteta i cene proizvoda, naziva se:</b>
a.	Kriterijum zasnovan na proizvodu/usluzi
b.	Kriterijum zasnovan na korisniku (svrsishodnosti)
<input checked="" type="radio"/> c.	Kriterijum na bazi vrednosti
d.	Subjektivni kriterijum
e.	Tehnički (proizvodni) kriterijum
f.	Ne znam

<b>17.</b>	<b>Period nakon kog je potrebno vršiti ponovnu sertifikaciju (resertifikaciju), tj. „rok trajanja“ jednog sertifikata koji se odnosi na sistem menadžmenta kvaliteta prema zahtevima standarda ISO 9001 je:</b>
a.	Šest meseci
b.	Godinu dana
c.	Dve godine
d.	18 meseci
<input checked="" type="radio"/> e.	Tri godine
f.	Ne znam
<b>18.</b>	<b>Prema Mičel-u (Mitchell) razlikujemo sledeće kvalitativne klase interesnih strana:</b>
a.	Globalne i lokalne
b.	Primarne, sekundarne i tercijarne interesne strane
c.	Pojedinačne i grupne interesne strane
d.	Očekivane i neočekivane interesne strane
<input checked="" type="radio"/> e.	Latentne, čekajuće i visoko kotirane interesne strane
f.	Ne znam
<b>19.</b>	<b>Proces inicijalizacije projekta podrazumeva:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	opis obuhvata projekta, izlaza iz faze ili projekta, vreme trajanja kao i potrebne resurse u koje organizacija treba da investira
b.	preispitivanje ciljeva, plan aktivnosti koje je potrebno realizovati da bi se ciljevi projekta ostvarili i plan upravljanja projektom
c.	angažovanje ljudi i drugih resursa u realizaciji planiranih projektnih aktivnosti
d.	formiranje organizacije za izvođenje projekta i koordinaciju resursa za uspešno izvođenje projekta
e.	plan praćenja i merenja napretka na projektu
f.	Ne znam
<b>20.</b>	<b>Upravljanje portfoliom projekata omogućava:</b>
a.	identifikaciju eksternih mogućnosti, analizu troškova, koristi i rizika projekta
b.	koordinaciju različitih učesnika, aktivnosti, resursa i drugih elemenata u cilju izvođenja projekta
<input checked="" type="radio"/> c.	prenošenje strateških ciljeva organizacije na programe i projekte
d.	operativno izvođenje poslova u organizaciji
e.	ispunjenje projektnih zahteva u skladu sa osnovnom namenom realizacije projekta
f.	Ne znam
<b>21.</b>	<b>Ukupna ocena opravdanosti investicionog projekta bazira se na:</b>
a.	proračunu obima i structure ulaganja
b.	oceni likvidnosti projekta
c.	oceni uticaja projekta na eksterno i interno okruženje organizacije u kojoj se sprovodi
d.	oceni tržišnih, tehničko-tehnoloških i organizaciono-kadrovskih mogućnosti
<input checked="" type="radio"/> e.	oceni finansijske efikasnosti, oceni nacionalne efikasnosti i oceni u uslovima neizvesnosti
f.	Ne znam
<b>22.</b>	<b>Pri istraživanju i analizi lokacije u okviru izrade Studije opravdanosti investicionog projekta potrebno je sagledati podatke koji su rezultat istraživanja:</b>
a.	uticaja projekta na ekologiju i ključne zainteresovane strane
<input checked="" type="radio"/> b.	tržišta i tehnologije
c.	formalno-pravnih, privrednih, društvenih i socijalnih uticajnih činilaca iz bližeg okruženja
d.	rizičnih događaja
e.	organizacione i kadrovske strukture
f.	Ne znam
<b>23.</b>	<b>Cilj implementacije Ključnih indikatora performansi (KPI) u proizvodnom preduzeću predstavlja:</b>
a.	planiranje stanja proizvodnog sistema, kontrola i dirigovanje sistemom
b.	operativno upravljanje, planiranje i kontrola proizvodnje
c.	proces kojim se upravljačke akcije prosleđuju radnicima, čime se ostvaruju strateški ciljevi preduzeća
d.	proces prevođenja sistema iz jednog u drugo, novo stanje
<input checked="" type="radio"/> e.	obezbeđenje podrške menadžmentu u uspostavljanju brzog, jednostavnog i transparentnog uvida u stanje procesa
f.	Ne znam
<b>24.</b>	<b>Potrebne kompetencije proizvodnih preduzeća za elektronsko upravljanje proizvodnjom su:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	dizajn, operativnost i rukovođenje, održavanje, usklađenost
b.	vrednost potrošača, globalizacija, sposobnost, kolaboracija i agilnost
c.	vrednost potrošača, operativnost i rukovođenje, sposobnost i usklađenost
d.	integrisani informacioni sistem i kontrola proizvodnih pogona

e.	<i>ulazni podaci, računar, lokalna računarska mreža, algoritmi, napajanje strujom, dokumentacija i izveštaji</i>
f.	<i>Ne znam</i>
<b>25.</b>	<b><i>Pod pojmom integrant se u logistici podrazumeva:</i></b>
a.	<i>element kojim se povezuju logistički menadžment i logističko inženjerstvo</i>
b.	<i>element koji povezuje tehničku i marketing logistiku</i>
c.	<i>element koji integriše poslovnu i vojnu logistiku</i>
d.	<i>element koji integriše procese projektovanja, održavanja i modernizacije tehničkih sistema</i>
<input checked="" type="radio"/> e.	<i>ključni činilac koji sistemski i sinergijski povezuje ostale elemente logističke podrške</i>
f.	<i>Ne znam</i>
<b>26.</b>	<b><i>Jedna od specifičnosti upravljanja inovacionim projektima odnosi se na:</i></b>
a.	<i>Neponovljivost inovacionog projekta</i>
b.	<i>Jednokratnost inovacionog projekta</i>
<input checked="" type="radio"/> c.	<i>Slabo definisane, ponekad i dvosmislene ciljeve u početnoj fazi</i>
d.	<i>Vreme, troškove i kvalitet, kao dimenzije inovacionog projekta</i>
e.	<i>Dominantne strateške ciljeve inovacionog projekta</i>
f.	<i>Ne znam</i>
<b>27.</b>	<b><i>Primenom modela lanca vrednosti donose se odluke vezane za:</i></b>
a.	<i>inovativne performanse, obim i opseg operacija</i>
b.	<i>predviđanje tehnoloških promena, angažovanje resursa</i>
c.	<i>inovativne performanse, angažovanje resursa</i>
d.	<i>obim i opseg operacija, predviđanje tehnoloških promena</i>
<input checked="" type="radio"/> e.	<i>angažovanje resursa, obim i opseg operacija</i>
f.	<i>Ne znam</i>
<b>28.</b>	<b><i>U procesu regrutovanja ljudskih resursa, nakon što menadžer prijavi kadrovskom odeljenju potrebu za kadrovima sledi:</i></b>
<input checked="" type="radio"/> a.	<i>Pregled opisa posla i specifikacije posla</i>
b.	<i>Provera internih izvora</i>
c.	<i>Provera eksternih izvora</i>
d.	<i>Praćenje i ocena plana kadrova</i>
e.	<i>Proces selekcije</i>
f.	<i>Ne znam</i>
<b>29.</b>	<b><i>Posmatranje, intervju, upitnik i ekspertska porota predstavljaju metode:</i></b>
a.	<i>Razvoja zaposlenih</i>
b.	<i>Vrednovanja rada</i>
c.	<i>Projektovanja poslova i radnih zadataka</i>
d.	<i>Regrutovanja ljudskih resursa</i>
<input checked="" type="radio"/> e.	<i>Analize poslova i radnih zadataka</i>
f.	<i>Ne znam</i>
<b>30.</b>	<b><i>Šta je specifikacija posla?</i></b>
a.	<i>Potanko navođenje radnih zadataka koji se odnose na pojedine poslove</i>
b.	<i>Opis posla s obzirom na nomenklaturu zanimanja</i>
c.	<i>Definisanje operacija s obzirom na algoritam njihovog izvođenja</i>
<input checked="" type="radio"/> d.	<i>Navođenje veština, znanja i sposobnosti koje jedna osoba treba da ima da bi obavila posao na zadovoljavajući način</i>
e.	<i>Spisak kompetencija potrebnih za obavljanje posla</i>
f.	<i>Ne znam</i>