



## ТЕСТ ЗА ПОЛАГАЊЕ ПРИЈЕМНОГ ИСПИТА ПРИЈЕМНИ БРОЈ \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Тест обухвата 30 питања из средњошколских наставних програма. Тачан одговор на свако постављено питање доноси по 2 поена, па се укупно може добити 60 поена.

Уз свако од постављених питања понуђена су четири одговора, од којих су тачна само два. Изаберите тачне одговоре и заокружите слова која се налазе испред њих (а, б, в или г).

Питања код којих су вршене исправке одговора и питања где се не може видети јасан и недвосмислени одговор, неће се узимати у обзир (вредновати).

Тест се попуњава искључиво хемијском оловком.

**ЗАБРАЊЕНО ЈЕ ПОТПИСИВАЊЕ И БИЛО КАКВО ОБЕЛЕЖАВАЊЕ ТЕСТА. У ТОМ СЛУЧАЈУ КАНДИДАТ СЕ УДАЉАВА СА ИСПИТА.**

*ЖЕЛИМО ВАМ УСПЕХ У РАДУ!*

### Група I

**01 Средства за производњу чине:**

- а) средства за рад
- б) новац
- в) предмети рада
- г) људски ресурси

**02 Планирање је:**

- а) осигурање средстава
- б) дефинисање циљева пословања
- в) дефинисање стратегија остваривања циљева пословања
- г) плаћање обавеза

**03 Топ менаџмент је:**

- а) политичка партија
- б) службено обезбеђење
- в) орган управљања предузећем
- г) професионални тим стручњака одговоран за укупно пословање предузећа

**04 Новац је:**

- а) роба која има вредност, употребну вредност и прометну вредност
- б) средство одлучивања
- в) основно средство
- г) извор социјалног благостања

**05 Дивиденда је:**

- а) уговор о пословној сарадњи
- б) приход платних карти
- в) годишњи приход власника акција
- г) уговор о раду

**06 Предузетни менаџмент је:**

- а) процес управљања предузећем
- б) менаџмент инокосног предузећа
- в) процес контроле пословања
- г) менаџмент малог предузећа

**07 Основна средства предузећа су:**

- а) средства која се не троше једнократно у процесу производње
- б) средства која се потпуно троше у једном процесу производње
- в) средства која се постепено троше и имају дуг век трајања
- г) средства која се троше тромесечно

<p><b>08 Емитовање акција подразумева:</b></p> <p>а) смањење дуговања предузећа  б) прикупљање капитала  в) повећање дуговања предузећа  г) дисперзију власничке структуре</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>09 Маркетинг је:</b></p> <p>а) интегрални процес креирања вредности за потрошача  б) активности које предузеће предузима на тржишту (реклама)  в) систем контроле пословања  г) управљање протоком добара и услуга од произвођача ка потрошачу</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>10 Економске категорије су:</b></p> <p>а) новац  б) роба  в) религија  г) држава</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>11 Контрола пословања је:</b></p> <p>а) утврђивање повезаности пословања и политике владајућих странака  б) проверавање да ли се пословање одвија у складу са пословном политиком  в) процес којим се организује контрола у привредним друштвима  г) продаја сумњиве робе</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>12 Величина предузећа зависи од:</b></p> <p>а) броја запослених  б) величина производних и других хала  в) спољнотрговинског биланса земље  г) оствареног прихода</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>13 Транспорт обухвата:</b></p> <p>а) превоз роба и услуга  б) плаћање робних услуга  в) пренос информација  г) туристичко путовање</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>14 Улазни уређаји рачунара су:</b></p> <p>а) тастатура  б) хард диск  в) миш  г) штампач</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>15 Интернет је:</b></p> <p>а) радикално нова могућност ефикасног пословања  б) рачунарска мрежа предузећа  в) један од светских произвођача софтвера  г) светска глобална мрежа без власника</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>16 Трошкови пословања предузећа су:</b></p> <p>а) наплата потраживања  б) утрошци материјала и њихове цене  в) подизање краткорочних кредита  г) издаци и расходи предузећа</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>17 Тржиште је:</b></p> <p>а) социјална категорија  б) свеукупни однос понуде и тражње  в) привредно друштво  г) економска категорија историјског карактера</p>	<input type="checkbox"/>

<p><b>18 Пословне информације су:</b></p> <p>а) обрађени подаци који имају одређено значење и вредност за примаоца  б) знања која се организују и обрађују ради даље примене  в) све што се прима чулом слуха и вида  г) оно што вам је неко рекао</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>19 Животни циклус производа подразумева:</b></p> <p>а) исправност производа за употребу  б) да производ има ограничени век трајања  в) да продаја производа има различиту динамику у појединим фазама  г) усмеравање производа на унапред изабрана тржишта</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>20 Сврха тестирања тржишта је:</b></p> <p>а) давање задатака запосленима  б) утврђивање санитарне исправности  в) тестирање новог производа у аутентичним условима  г) добијање информација о тржишном потенцијалу</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>21 Банка је:</b></p> <p>а) зграда у којој се чува банка података  б) организација у којој се обавља новчана трансакција  в) организација у којој се врше кредитни и мењачки послови, штедња и платни промет  г) место где се чувају важне пословне информације</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>22 Продуктивност рада је:</b></p> <p>а) основни економски принцип пословања предузећа  б) мера мотивације за рад  в) радни учинак у јединици времена остварен у одређеној производњи  г) повећано ангажовање на раду у присуству претпостављених</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>23 Инструменти маркетинг микса су:</b></p> <p>а) тржиште  б) производ  в) купац  г) цена</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>24 Канал дистрибуције представља:</b></p> <p>а) скуп организацја и појединаца који усмеравају ток производа  б) транспортну услугу  в) транспорт робе воденим токовима  г) омогућавање достављања производа и услуга циљном тржишту</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>25 Основни облици промоције су:</b></p> <p>а) јавно мњење  б) информација  в) лична продаја  г) економска пропаганда</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>26 Пропагандни медији су:</b></p> <p>а) запослени у издавачким кућама  б) новине  в) видовњаци  г) телевизија</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>27 „Крајња“ цена коју је предузеће одредило може се прилагодити тржишту:</b></p> <p>а) сезонски  б) по жељи запослених  в) функционално  г) неформално</p>	<input type="checkbox"/>

<b>28 Фактори продуктивности су:</b> а) организациони б) еколошки в) естетски г) природни	<input type="checkbox"/>
<b>29 Класификација потрошаче је могућа према следећим својствима и особеностима:</b> а) према месту рођења б) према полу в) према економском статусу г) према патриотизму	<input type="checkbox"/>
<b>30 Репродукција као непрекидно обнављање производње дели се на:</b> а) просту б) проширену в) умањену г) континуирану	<input type="checkbox"/>

<b>УКУПАН БРОЈ ОСВОЈЕНИХ ПОЕНА</b>	