



**FIMEK**

**Pitanja za prijemni ispit na MASTER AKADEMSKIM STUDIJAMA POSLOVNA EKONOMIJA I FINANSIJE za polaganje na srpskom jeziku**

**Test:**

1. Definišite pojam marketinga.

---

---

---

2. Objasnite pojam marketing orijentacije.

---

---

---

3. Principi na kojima se temelje poslovne finansije su: 1. \_\_\_\_\_; 2. \_\_\_\_\_ i 3. \_\_\_\_\_

4. Akcionarsko društvo u poslovanju odgovara svojom celokupnom imovinom. Ono može biti organizovano kao: otvoreno i zatvoreno akcionarsko društvo.

Tvrdnja je: a) TAČNA b) NETAČNA

5. Definišite pojam menadžmenta, prema Meri Parker Folet.

---

---

6. Dopunite rečenicu.





Proces strategijskog marketinga obuhvata \_\_\_\_\_, planiranje, \_\_\_\_\_ i \_\_\_\_\_ programa pomoću kojeg organizacija kreira, izgrađuje i održava obostrano korisnu razmenu sa ciljnim tržištima.

7. Poreski obveznici poreza na dobit pravnih lica jesu:

- a) ortačko društvo;
- b) \_\_\_\_\_;
- c) društvo sa oghraničenom odgovornošću;
- d) \_\_\_\_\_;
- e) \_\_\_\_\_i
- f) \_\_\_\_\_.

8. Navedite koje finansijske izveštaje preduzeće treba da uradi na kraju godine?

- \* \_\_\_\_\_
- \* \_\_\_\_\_
- \* \_\_\_\_\_

9. Dopunite rečenicu.

Osnovni procesi menadžmenta su: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ i odlučivanje.

10. Zaokružite tačan odgovor.

Fundamentalni elelenti plana su:

- a) ciljevi
- b) akcije
- c) resursi
- d) ostvarenje plana

11. Makrookruženje unutar marketing okruženja čine potrošači, posrednici, dobavljači, javnost, konkurencija.

Zaokružiti tačan odgovor. Da li je gore navedena tvrdnja tačna? a ) DA b) NE

Mikrookruženje unutar markeing okruženja čine političko pravne snage, demografske snage, ekonomske snage, socio-kulturne snage, tehnološke snage.

Zaokružiti tačan odgovor. Da li je gore navedena tvrdnja tačna? a ) DA b) NE

12. Zaokružite tačne tvrdnje:

- a) vrednost novca se može upoređivati samo u istom vremenu;



- b) kada se vrednost novca pomera u budućnost, tada se koristi *kamata*
- c) kada se vrednost novca pomera na prošlost, tada se koristi *kamata*
- d) kada se vrednost novca pomera na sadašnjost, tada se koristi *diskontovanje*

13.  $P_k = S_0 (i) (n)$

Ovo je formula koja pokazuje:

- a) prostu kamatnu stopu
- b) složenu kamatnu stopu
- c) i prostu i složenu kamatnu stopu
- d) nijednu od gore navedenih kamatnih stopa

14. Metod utvrđivanja **sadašnje vrednosti** budućeg novčanog toka naziva se \_\_\_\_\_ . Sinonim za **diskontnu kamatnu stopu** predstavlja \_\_\_\_\_ .

15. Objasnite termin anuitet.

---

---

16. Ako se **menadžeri nižeg nivoa** bave pitanjima kao što su ciljevi pojedinca, radna uspešnost, ciljevima odeljenja i jedinica, navedite odgovornosti **menadžera srednjeg nivoa**

\_\_\_\_\_,  
**menadžera najvišeg nivoa** \_\_\_\_\_  
i odbora direktora \_\_\_\_\_ .

17. Šta čini *primarna* a šta *sekundarna* istraživanja u marketing istraživanju?

---

---

---

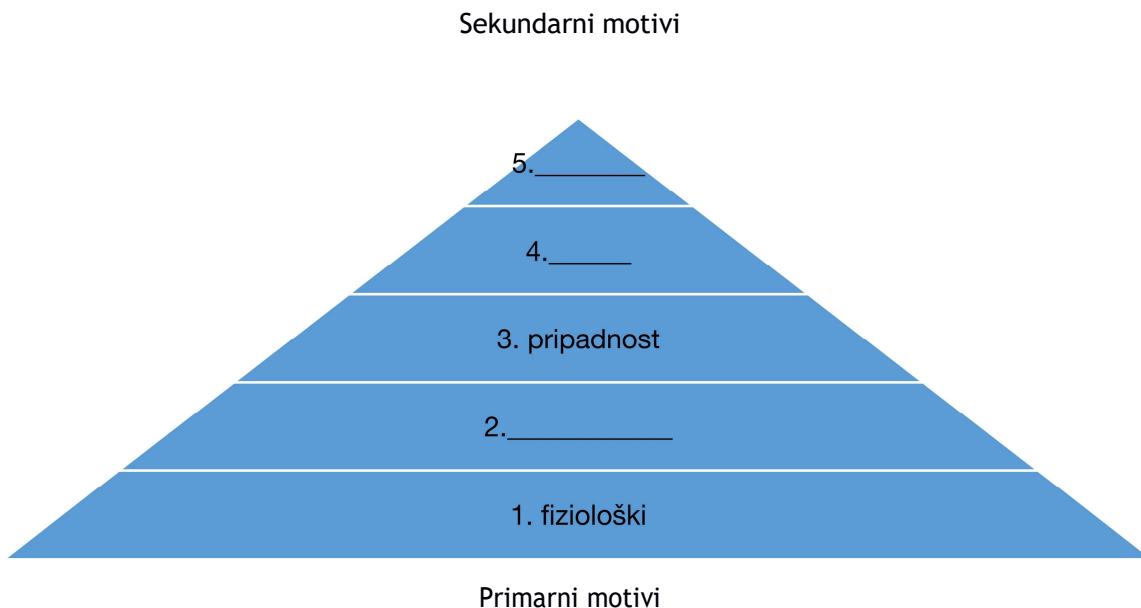
---

18. Zaokružite tačne odgovore:

Elementi makreking miksa su:

- a) proizvod,
- b) cena,
- c) promocija,
- d) distribucija,
- e) analiza sadržaja,
- f) rukovođenje

19. Nacrtajte piramidu sa Maslovljevom hijerarhijom ljudskih potreba.



20. Stavovi potrošača mogu biti pozitivni, \_\_\_\_\_ i \_\_\_\_\_.

21. Upravljanje novčanim sredstvima u preduzeću temelji se na dva načela finansiranja. Navedite koja dva načela? Načelo \_\_\_\_\_ i načelo \_\_\_\_\_.

22. Finansijski kapital predstavlja produkt:



- a) akumulacije i amortizacije preduzeća
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_
- d) oročene štenje građana
- e) \_\_\_\_\_

23. Lizing može biti: 1. \_\_\_\_\_ i 2. \_\_\_\_\_

24. Koje su sociološke determinante ponašanja potrošača?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

25. Karakteristike industrijskog tržišta su (navedite minimum 5):

- 
- 
- neelastična tražnja
- 
- 
- 
- lizing
- globalizacija

26. Definicija segmentacije tržišta.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

27. Deo menadžment koji se u okviru opšteg menadžmenta bavi procenom, ocenom i ljudskim potencijalom uopšte naziva se

\_\_\_\_\_.

28. Navedite faktore koji utiču na organizacionu komunikaciju:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

29. Da li su sledeće tvrdnje tačne?

Opšti racio likvidnosti pokazuje odnos obrtnih sredstava i kratkoročnih obaveza.



- a) DA                      b) NE

Koeficijent obrta zaliha predstavlja odnos troškova prodatih proizvoda i prosečne zalihe.

- a) DA                      b) NE

Profitna marža predstavlja odnos neto dobitka i neto gubitka.

- a) DA                      b) NE

30. Market Value Added (MVA) je jedan od metoda za merenje\_\_\_\_\_.
31. Za procenu i analizu planirane i očekivane vrednosti poslovne dobiti u odnosu na prinos, zaradu po akciji koristi se metoda\_\_\_\_\_.
32. Preduzeće kao osnovni privredni subjekat predstavlja organizacioni sistem koji se sastoji od sledećih elemenata:
- a) ljudi
  - b) \_\_\_\_\_
  - c) \_\_\_\_\_
  - d) \_\_\_\_\_
  - e) \_\_\_\_\_
33. Egzistencijalne potrebe, potrebe povezanosti i razvojne potrebe su tri grupe potreba prema kom naučniku?
- \_\_\_\_\_
34. Energija, želja da vodi, poštenje i integritet, smopouzdanje, inteligencija, relevantno poslovno znanje i dodatne osobine karakteristike su vezane za \_\_\_\_\_.
35. Promenljivo koje se koriste u segmentaciji tržišta.
- Geografske: \_\_\_\_\_
- Demografske: \_\_\_\_\_
- Psihološke: \_\_\_\_\_



36. Finansijska ulaganja mogu biti u vidu novca, \_\_\_\_\_, depozita i \_\_\_\_\_.
37. Finansiranje iz eksternih izvora može biti: \_\_\_\_\_ i \_\_\_\_\_.
38. Tri najpoznatije metode ocene i rangiranja investicionih projekata su: 1. \_\_\_\_\_, 2. \_\_\_\_\_ i 3. \_\_\_\_\_.
39. Objasnite pojam pozicioniranja u marketingu?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
40. Proizvod kao instrument marketing miksa. Klasifikacija proizvoda. Svojstva proizvoda. Nov proizvod. Objasniti.
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
41. Prema teoriji o osobinama utvrđeno je 7 osobina oje su povezane sa liderstvom:
- 1) Energija
  - 2) \_\_\_\_\_
  - 3) \_\_\_\_\_
  - 4) samopouzdanje
  - 5) \_\_\_\_\_
  - 6) \_\_\_\_\_
  - 7) \_\_\_\_\_
42. Stepen pouzdanosti poverenja i respekta između zaopslenih i lidera ključni je faktor koji je definisao
- a) ADLER      b) FIDLER      c) PORTER I LOUER      d) HERSI I BLANČARD  
e) KOTLER

Rezultat koji ostvaruje radnik zavisi od tri faktora: uloženog napora, sposobnosti radnika i njegovih navika i spoznaje sopstvene uloge u procesima rada, je definisao





- a) ADLER      b) FIDLER      c) PORTER I LOUER      d) HERSI I BLANČARD      e)  
KOTLER

43. Prema *W.Newmanu* u jednojorganizaciji kontrola se uvodi kroz pet koraka: 1. definisanje željenih rezultata, 2. \_\_\_\_\_, 3. \_\_\_\_\_, 4. \_\_\_\_\_ i 5. \_\_\_\_\_.

44. Plan reorganizacije se podnosi najkasnije 90 dana od dana otvaranja stečajnog postupka. Ko ga sve može podneti (zaokružiti tačan odgovor):

- a) stečajni dužnik
- b) stečajni upravnik
- c) različni poverioci koji imaju najmanje 30% obezbeđeno potraživanje u odnosu na ukupna potraživanja
- d) svi gore navedeni

45. Ubrzana cirkulacija sredstava, prestruktuiranje sredstava, kompenzacija delova sredstava prema izvorima, promena rokova dospeća obaveza plaćanja i angažovanje dodatnih novčanih sredstava su neki od mogućnosti koje služe za \_\_\_\_\_.

46. Navedite minimum tri finansijska derivata?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

47. Navedite interne i eksterne faktore koji utiču na formiranje cena?

Interni:  
Eksterni:





48. Mloprodaja, veleprodaja, agenti i brokери su tipovi marketing kanala za potrošna i proizvodna dobra a ujedno i element marketing miska koji nazivamo \_\_\_\_\_.

49. Integrisane marketing komunikacije čine:

1) Oglašavanje

2) \_\_\_\_\_

3) \_\_\_\_\_

4) \_\_\_\_\_

5) \_\_\_\_\_

50. Navedite minimum tri najkorišćenije društvene mreže koje se koriste u promotivne svrhe?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Srećno!