

ALAT ZA PROCJENU PREDUZETNIČKIH KOMPETENCIJA

ENTRECOMP

Prof. dr ZDRAVKO ŽIVKOVIĆ



**Let's make our
dreams come true**



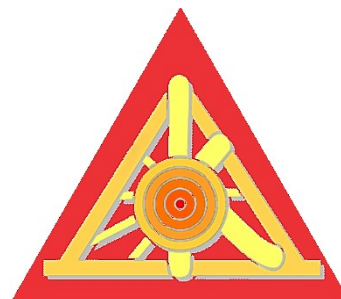
**Co-funded by
the European Union**

Program: Erasmus plus
Finansira: EACEA (Evropska izvršna agencija za obrazovanje i kulturu)
Ključna aktivnost: ERASMUS-EDU-2023-CB-VET (Izgradnja kapaciteta u oblasti stručnog obrazovanja i obuke (VET))
Naslov projekta: Ključne preduzetničke kompetencije i zaposlenost
Akronim projekta: Open Future

Projekat se fokusira na unaprjeđenje ključnih preduzetničkih kompetencija, vještina i potencijala za zapošljavanje učenika srednjih stručnih škola kroz razvoj novih i inovativnih alata za preduzetničko obrazovanje, uz podsticanje socijalne inteligencije. Učesnici će imati praktične koristi od preduzetničkog učenja razvijanjem poslovnog znanja, sticanjem naprednih vještina i jačanjem kritičkog razmišljanja. Preduzetnički kapacitet i način razmišljanja pomažu budućim preduzetnicima da svoje ideje pretvore u akciju i značajno povećaju svoju zapošljivost.

Alat za procjenu trenutnog stanja preduzetničkih kompetencija

Ovaj materijal je sastavljen u obliku upitnika, s ciljem da korisnici mogu saznati svoj trenutni nivo znanja o 15 ključnih preduzetničkih kompetencija prema EntreComp modelu. Upitnik sadrži 12 pitanja za svaku od 15 ključnih preduzetničkih kompetencija, većinom sa ponuđenim odgovorima, gdje učesnik bira jedan od više ponuđenih odgovora. Nakon testiranja, učesnici mogu uporediti svoje odgovore sa tačnim rješenjima. Rezultati testiranja po pravilu se ne objavljuju javno, nego ostaju poznati samo svakom pojedinom polazniku i služiće kao lični vodič o potrebi dodatne obuke. Otvorena licenca: CC BY (Attribution).



Odricanje od odgovornosti: Finansira Evropska Unija. Izneti stavovi i mišljenja su, međutim, samo autora i ne odražavaju nužno stavove Evropske Unije ili Evropske Izvršne Agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA).
Ni Evropska Unija ni EACEA ne mogu biti odgovorne za njih.

Sadržaj

1.1 Uočavanje prilika.....	3
1.2 Kreativnost	6
1.3 Vizija	10
1.4 Vrednovanje ideja	14
1.5 Etičko i održivo razmišljanje	18
2.1 Samosvijest i samoeфикаsnost	21
2.2 Motivacija i istrajnost.....	25
2.3 Mobilizacija resursa	30
2.4 Finansijska i ekonomska pismenost	35
2.5 Mobilizacija drugih	37
3.1 Preuzimanje inicijative	42
3.2 Planiranje i upravljanje	47
3.3 Suočavanje sa neizvjesnošću, dvosmislenošću i rizikom	52
3.4 Rad sa drugima.....	58
3.5 Učenje kroz iskustvo	64

1.1 Uočavanje prilika

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Šta znači skraćenica SWOT?			10 poena
2	Koji su korisni faktori u SWOT okviru?	S – Jačina W – Slabosti O – Prilike T – Prijetnje		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10
3	Koji su spoljni faktori u SWOT okviru?	S – Jačina; W – Slabosti O – Prilike T – Prijetnje		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10
4	Pokažite neke primjere snage preduzeća			5 poena
5	Pokažite neke primjere mogućih slabosti preduzeća			5 poena

6	Koju strategiju mogu da koriste zastarjele tehnološke kompanije? Napravite više izbora ako je potrebno. a) Ugasiti operacije; b) Edukacija i očuvanje; c) Proširenje na međunarodna tržišta; d) Tržišna niša; e) Inovacije i adaptacija	a) Ugasiti operacije; b) Edukacija i očuvanje; c) Proširenje na međunarodna tržišta; d) Tržišna niša; e) Inovacije i adaptacija		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15
7	Šta je <i>Procjena mogućnosti za poslovanje</i> (Opportunity assessment)? a) analiziranje trenutne profitabilnosti i rizika b) proces koji se koristi u poslovanju za identifikovanje i procjenu potencijalnih šansi c) proces koji se koristi u poslovanju za povećanje tržišnog udjela	a) analiziranje trenutne profitabilnosti i rizika b) proces koji se koristi u poslovanju za identifikovanje i procjenu potencijalnih šansi c) proces koji se koristi u poslovanju za povećanje tržišnog udjela		5 poena
8	Postoji li šansa da pisaće mašine prežive danas? a) Da b) Ne	a) Da b) Ne		5 poena
9	Objasnite moguću Tržišnu nišu za zastarjele proizvode			10 poena

10	Koja od sledećih opcija NIJE dio <i>Procjene mogućnosti za poslovanje</i>: a) Izvodljivost rešenja b) Da li je poduhvat finansijski održiv c) Analiza trenutne profitabilnost i rizika d) Intelektualna svojina	a) Izvodljivost rešenja b) Da li je poduhvat finansijski održiv? c) Analiza trenutne profitabilnost i rizika d) Intelektualna svojina		5 poena
11	Koja je svrha malog pilot -probnog testa u procesu <i>Procjene mogućnosti za poslovanje</i>? Objasnite			10 poena
12	Koji je najviše korišćen način inovacija proizvoda? Koristite više odgovora ako je to prikladno. a) Pобољшanje performansi postojećeg proizvoda b) Nova funkcija postojećeg proizvoda c) Razvoj novog proizvoda d) Remetilački proizvod koji transformiše skupe ili visoko sofisticirane proizvode ili usluge	a) Pобољшanje performansi postojećeg proizvoda b) Nova funkcija postojećeg proizvoda c) Razvoj novog proizvoda d) Remetilački proizvod koji transformiše skupe ili visoko sofisticirane proizvode ili usluge		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10

Maksimum: 100 poena

1.2 Kreativnost

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Brainstorming je grupna diskusija da se identifikuje problem i da se dobije što više svježih ideja koje mogu pomoći u rešavanju tog problema. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
2	Tehnika generisanja ideja u kojoj učesnici samostalno zapisuje svoje ideje i dijele ih anonimno je: a) Smart b) Brainwriting c) Pen secret	a) Smart b) Brainwriting c) Pen secret		5 poena
3	Ajnštajn je tvrdio da je znanje važnije od mašte: a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
4	Svi ljudi su kreativni i njihova kreativnost je dio DNK a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
5	A3 alat za rješavanje problema razvijena je kao dio Proizvodnog sistema: 1. Citroen 2. Audi 3. Toyota	1. Citroen 2. Audi 3. Toyota 4. Mazda 5. Ford		5 poena

	4. Mazda 5. Ford			
6	A3 alat za rješavanje problema obično sadrži 3 koraka a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
7	Odaberite korake koji su dio A3 alata za rješavanje problema: 1. Pozadina/Pojašnjenje problema 2. Trenutna situacija 3. Postavljanje ciljeva 4. Analiza osnovnog uzroka 5. Protivmjere 6. Implementacija 7. Potvrda/praćenje efekta	1. Pozadina/Pojašnjenje problema 2. Trenutna situacija 3. Postavljanje ciljeva 4. Analiza osnovnog uzroka 5. Protivmjere 6. Implementacija 7. Potvrda/praćenje efekta		3 poena za svaki tačan odgovor Maksimum 21
8	Da bih shvatio osnovni uzrok problema, mogu da koristim tehniku: The 5 Whys (5 pitanja zašto). Ako želim da započnem sopstveni biznis, koja su to 5 mogućih pitanja: Zašto želim da radim ovo?	Slobodno navedite sopstvene razloge.		3 poena za svaki odgovor Maksimum 15
9	Pre nego što započnem svoj biznis, koja pitanja prvo treba da riješim? (odaberite dva od ponuđenih odgovora): 1. Da uspostavim mrežu sa postojećim proizvođačima na tržištu 2. da uzmem kredit od banke	1. Da uspostavim mrežu sa postojećim proizvođačima na tržištu 2. da uzmem kredit od banke 3. da obezbijedim povoljnu lokaciju za prodajni objekat 4. da napravim biznis plan 5. da analiziram potrebe tržišta		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10

	3. da obezbijedim povoljnu lokaciju za prodajni objekat 4. da napravim biznis plan 5. da analiziram potrebe tržišta 6. da poručim odgovarajući softver za praćenje tokova gotovine 7. da pronađem ubjedljivo rješenje koje će podstaći promjenu potrošnje koja je potrebna	6. da poručim odgovarajući softver za praćenje tokova gotovine 7. da pronađem ubjedljivo rješenje koje će podstaći promjenu potrošnje koja je potrebna		
10	Konkurencija na globalnom tržištu su alternative koje potencijalni kupac ima. Koja definicija bolje odražava pojam konkurencija: a) druge kompanije koje imaju istu ideju o proizvodu kao i mi b) kompletan set alternativa koje kupac ima o tome kako da potroši svoj novac c) takmičenje za osvajanje tržišta za sebe	a) druge kompanije koje imaju istu ideju o proizvodu kao i mi b) kompletan set alternativa koje kupac ima o tome kako da potroši svoj novac c) takmičenje za osvajanje tržišta za sebe		10 poena
11	Kada primijetite problem, na primjer, smanjenje prodaje, ono što bi trebalo da uradite: 1. da se odmah borimo protiv problema snižavanjem cijena koje se odražavaju povećanjem prodaje	1. da se odmah borimo protiv problema snižavanjem cijena koje se odražavaju povećanjem prodaje 2. da detaljno analiziramo korijen simptoma i obrazložimo moguća		5 poena

	2. da detaljno analiziramo korijen simptoma i obrazložimo moguća rešenja, ne obazirući se na potrebno vrijeme 3. da uvedemo novi proizvod na tržište	rješenja, ne obazirući se na potrebno vrijeme 3. da uvedemo novi proizvod na tržište		
12	Kako stimulirati zaposlene da predlažu ideje za nove proizvode i usluge? 1. uvesti radnu obavezu generisanja novih ideja kao uslov za zadržavanje radnog mjesta 2. ponuditi visoku novčanu nagradu za najpametniju poslovnu ideju 3. dati svakom zaposlenom budžet i slobodno vreme tokom radnog vremena da dođe do novih ideja 4. promovirati zaposlene koji predlažu nove originalne ideje putem internih kanala komunikacije 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posljedica za neupotrebljivu ideju. Odaberite dvije od predloženih stimulativnih mera.	1. uvesti radnu obavezu generisanja novih ideja kao uslov za zadržavanje radnog mjesta 2. ponuditi visoku novčanu nagradu za najpametniju poslovnu ideju 3. dati svakom zaposlenom budžet i slobodno vrijeme tokom radnog vremena da dođe do novih ideja 4. promovirati zaposlene koji predlažu nove originalne ideje putem internih kanala komunikacije 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posljedica za neupotrebljivu ideju.		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10

Maksimum: 101 poen

1.3 Vizija

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Koja kompanija ima izjavu o viziji koja glasi: "Stvoriti bolju svakodnevicu za mnoge ljude." a) Tesla b) Apple c) Microsoft d) IKEA e) Fox Life	a) Tesla b) Apple c) Microsoft d) IKEA e) Fox Life		5 poena
2	Koja je izjava o viziji Microsoft korporacije: a) Da pomogne u stvaranju svijeta gdje možeš pripadati bilo gdje b) Da ljudima damo moć da grade zajednicu i zbližavamo svijet c) Da osnaži svaku osobu i svaku organizaciju na planeti da postignu više	a) Da pomogne u stvaranju svijeta gdje možeš pripadati bilo gdje b) Da ljudima damo moć da grade zajednicu i zbližavamo svijet c) Da osnaži svaku osobu i svaku organizaciju na planeti da postignu više		10 poena
3	Koja od sljedećih definicija najbolje opisuje <i>viziju</i> u poslovanju: a) Vizija opisuje svrhu organizacije i odgovara na pitanje "kako" poslovati.	a) Vizija opisuje svrhu organizacije i odgovara na pitanje "kako" poslovati. b) Vizija je izjava koja opisuje šta		5 poena

	b) Vizija je izjava koja opisuje šta kompanija želi da postigne na duži rok. c) Vizija je sposobnost prepoznavanja budućih trendova na tržištu.	kompanija želi da postigne na duži rok. c) Vizija je sposobnost prepoznavanja budućih trendova na tržištu.		
4	Sljedeća deklaracija je izjava kompanije Apple o viziji: a) da stvorimo tehnologiju koja osnažuje ljude i obogaćuje njihove živote. b) da napravimo najbolje proizvode na Zemlji, i da ostavimo Svijet boljim nego što smo ga našli.	a) da stvorimo tehnologiju koja osnažuje ljude i obogaćuje njihove živote. b) da napravimo najbolje proizvode na Zemlji, i da ostavimo Svijet boljim nego što smo ga našli.		5 poena
5	U <i>Izjavi o problemu</i> (Problem statement) identifikuju se trenutno stanje, željeno buduće stanje i bilo kakvo odstupanje između dva stanja. <i>Izjava o problemu</i> je sažet opis problema ili problema koje projekat želi da riješi. Koja od ovih definicija je tačna: a) b) c) obije	a) b) c) obije d) nijedna od njih		5 poena

	d) nijedna od njih			
6	Postoje 4 ključna elementa koja bi trebalo da uključite prilikom pisanja <i>Izjave o problemu</i>. Odaberite od sljedećih opcija: a) Idealna situacija b) Troškovi rešenja c) Stvarnost d) Posljedice e) Konkurencija f) Prijedlog	a) Idealna situacija b) Troškovi rešenja c) Stvarnost d) Posljedice e) Konkurencija f) Prijedlog		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 20
7	Koja kompanija je uvela <i>Six Sigma</i>, strukturiranu metodologiju rješavanja problema koja kombinuje najbolje komponente ranijih inicijativa alata za rješavanje problema? a) Simens b) NASA c) Motorola d) Toyota	a) Simens b) NASA c) Motorola d) Toyota		5 poena
8	Postoji suštinska razlika između dva alata: <i>Izjava o problemu</i> je jasan i koncizni opis problema koji treba riješiti. <i>Alat za rješavanje problema</i> je strukturirani pristup pronalaženju rješenja problema.	a) Tačno b) Netačno		5 poena

	a) Tačno b) Netačno			
9	Koji od sljedećih zadataka NIJE kritična stavka fokusirana na proces rješavanja problema: a) Brainstorming b) Timski rad c) Projekti d) Reklama e) Sagledavanje opsega problema	a) Brainstorming b) Timski rad c) Projekti d) Reklama e) Sagledavanje opsega problema		5 poena
10	SWOT analiza je idealna za generisanje velikog broja ideja i podsticanje učešća svih članova tima. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
11	Važnije je da se fokusirate na identifikaciju načina <u>na koji</u> će vaša kompanija pronaći moguća rješenja nego da identifikujete određeno <u>rješenje</u> koje će biti korišćeno. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
12	Šta je metod poznat kao 5W2H?			3 poena za svaki tačan odgovor maksimum [ZZ1] 21

Maksimum 96 poena

1.4 Vrednovanje ideja

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	6 Šešira za razmišljanje je izmislio: a) McKinsey b) Edward de Bono c) Alexander McQueen d) Ernst &Young	a) McKinsey b) Edward de Bono c) Alexander McQueen d) Ernst &Young		5 poena
2	Koja boja nije zastupljena u alatu „6 šešira za razmišljanje“? a) Zelena b) Siva c) Crna d) Bijela	a) Zelena b) Siva c) Crna d) Bijela		5 poena
3	<i>Six Thinking Hats</i> je način donošenja odluka i strukturirani pristup koji podstiče paralelno razmišljanje i pomaže timovima da donose bolje odluke razmatrajući više perspektiva. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
4	Koja izjava NIJE tačna za sljedeće opise 6 šešira: a) Beli šešir: Fokusira se na maštu i želje. b) Crveni šešir: Fokusira se na emocije, osjećanja i intuiciju.	a) Beli šešir: Fokusira se na maštu i želje. b) Crveni šešir: Fokusira se na emocije, osjećanja i intuiciju.		10 poena

	c) Crni šešir: Fokusira se na rizike, slabosti i potencijalne probleme. d) Žuti šešir: Fokusira se na beneficije, snagu i prilike. e) Zeleni šešir: Fokusira se na kreativnost, inovativnost i nove ideje. f) Plavi šešir: Fokusira se na širu sliku, proces i organizaciju.	c) Crni šešir: Fokusira se na rizike, slabosti i potencijalne probleme. d) Žuti šešir: Fokusira se na beneficije, snagu i prilike. e) Zeleni šešir: Fokusira se na kreativnost, inovativnost i nove ideje. f) Plavi šešir: Fokusira se na širu sliku, proces i organizaciju.		
5	<i>PEST analiza</i> je strateški alat koji se koristi za procjenu spoljnih makro-ekoloških faktora koji utiču na poslovanje kompanije. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
6	<i>PEST</i> je skraćenica od sljedećih faktora: a) Proizvodnja, životna sredina, prodaja i trgovina (<i>Production, Environment, Sales and Trade</i>) b) Politički, ekonomski, socijalni i tehnološki (<i>Political, Economic, Social, and Technological</i>)	a) Proizvodnja, životna sredina, prodaja i trgovina b) Politički, ekonomski, socijalni i tehnološki		5 poena
7	Koji tip faktora, koji je uticao na poslovanje, je BREXIT? a) Politički b) Ekološki	a) Politički b) Ekološki c) Fiskalni d) Kulturni		5 poena

	c) Fiskalni d) Kulturni			
8	Koji od navedenih faktora koji utiču na poslovanje pripada kategoriji tehnoloških faktora? a) Automatizacija b) Dizajn c) Mobilna isporuka d) Električna vozila Slobodno napravite više izbora.	a) Automatizacija b) Dizajn c) Mobilna isporuka d) Električna vozila		5 poena za svaki tačan odgovor Maksimum 15
9	<i>Analiza vrijednosti aktivnosti</i> (Activity Value Analysis AVA) je: a) metodologija kontrole troškova zasnovana na kreiranju baze podataka za kvantifikaciju resursa potrebnih za obavljanje određenih aktivnosti i zadataka u okviru svakog procesa. b) sistematsko i objektivno vrednovanje vrijednosti dobra ili usluge. Ona analizira funkciju inputa u odnosu na njegovu cijenu i pruža uvid u inherentnu vrijednost konačnog dobra ili usluge. Koja od ovih definicija je tačna: a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena

10	Cilj <i>Analize vrijednosti aktivnosti</i> (AVA) je eliminisanje nepotrebnih aktivnosti, troškova i koraka nastalih u procesu kreiranja proizvoda ili usluge bez žrtvovanja zadovoljstva korisnika, a zatim eliminisanja (ili barem minimiziranja) svih aktivnosti koje ne donose dodatnu vrijednost. Koje troškove je Dell kompjuterska kompanija eliminisala da bi pobedila IBM? a) mreža dilera i prodavaca b) osoblje za inventar c) skladišta d) marketing Slobodno napravite više izbora.	a) mreža dilera i prodavaca b) osoblje za inventar c) skladišta d) marketing		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15
11	Postoji ideja o proizvodnji zimskih cipela sa uređajem za grijanje iznutra. Uzmite Crni šešir i procenite ideju o takvom proizvodu. Koji su potencijalni rizici i mane ove ideje?	Koji su potencijalni rizici i mane ove ideje?		10 poena
12	Možete li da primijenite Zeleni šešir za gore navedenu ideju zimskih cipela? Koje su to kreativne ideje i rješenja do kojih možemo doći da unaprijedimo ovu ideju?	Koje su to kreativne ideje i rješenja do kojih možemo doći da unaprijedimo ovu ideju?		10 poena

Maksimum 95 poena

1.5 Etičko i održivo razmišljanje

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Rodna ravnopravnost nije bitna sve dok kompanija ima visok profit na tržištu. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
2	Marketinške prakse koje dovode potrošače u zabludu su prihvatljive ako je to način da se pobijede konkurenti koji rade isto i krađu klijente od nas. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
3	Uticaj na životnu sredinu uključuje procjenu uticaja kompanije na životnu sredinu, kao što su: a) ušteda troškova b) emisije ugljenika c) proizvodnja otpada d) upotreba vode Izuzmite uljeza (koji ne pripada ovdje) sa gore navedenog spiska.	a) ušteda troškova b) emisije ugljenika c) proizvodnja otpada d) upotreba vode		5 poena

4	Korporativna etika primjenjuje i utiče na one unutar organizacije, a ne spolja. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
5	Korporativna etika regulisana je zakonom zemlje u kojoj je sjedište kompanije. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
6	Koji od sljedećih su alati za održive inovacije: a) Impact Canvas b) Business Model Canvas c) Etičko platno za digitalne proizvode d) SWOT analiza održivosti e) Održivost izbalansiranih rezultata	a) Impact Canvas b) Business Model Canvas c) Etičko platno za digitalne proizvode d) SWOT analiza održivosti e) Održivost izbalansiranih rezultata		3 poena za svaku odabranu stavku Maksimum 15
7	Eko-distribucija podrazumijeva procjenu uticaja procesa distribucije na životnu sredinu, kao što su: a) korišćenje vozila sa niskom emisijom b) optimizacija rute c) smanjenje ambalaže d) mogućnost reciklaže	a) korišćenje vozila sa niskom emisijom b) optimizacija rute c) smanjenje ambalaže d) mogućnost reciklaže		5 poena

	Izuzmite artikal koji nije dio eko-distribucije.			
8	Šta je SSWOT analiza? Obična SWOT analiza sa greškom u kucanju (s). a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
9	Kompanija za igračke odlučila je da proizvodi drvene umjesto plastičnih igračaka za djecu. Prema sSWOT analizi, koje su jake strane ove proizvodnje, navedite nekoliko svojih izbora.	Snaga		3 poena za svaki odgovor maksimum 15
10	Navedite neke slabosti za drvene igračke, prema sopstvenom izboru.	Slabosti		5 poena za svaki odgovor Maksimum 10
11	Digitalni proizvodi kao što je pametni telefon (SMART) povećavaju društvene interakcije, kvalitet ljudskih odnosa, audio i ličnu komunikaciju. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
12	Koji su glavni akteri koje treba uzeti u obzir kada je u pitanju korporativna etika? 1) Poslodavci 2) Potrošači	1) Poslodavci 2) Potrošači 3) Porodica 4) Društvo		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15

	3) Porodica 4) Društvo Napravite višestruki izbor.			
--	--	--	--	--

Maksimum 95 poena

2.1 Samosvest i samoeфикаsnost

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Koja je prva asocijacija kada čujete termin SMART? a) Pametni telefon b) Marka nemačkih automobila c) Alat za poslovne ciljeve d) Konkurent WAlMART-u	a) Pametni telefon b) Marka nemačkih automobila c) Alat za poslovne ciljeve d) Konkurent WAlMART-u		5 poena
2	Kada postavite SMART ciljeve, veća je vjerovatnoća da ćete uspjeti u svom poduhvatu. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
3	Šta su bila 2 <u>glavna faktora</u> koji stoje iza uspjeha Amazona uprkos ogromnom broju konkurentskih onlajn prodavaca (eBay, Alibaba, Shopify, Walmart) da ostanu no.1 vrhunski prodavac? a) Reklame na TV-u b) Najbolje korisničko iskustvo	a) Reklame na TV-u b) Najbolje korisničko iskustvo c) Niže cijene u poređenju sa tradicionalnim kanalima prodaje d) Samosvijest i samoeфикаsnost e) Podmićivanje državnih službenika		5 poena

	c) Niže cijene u poređenju sa tradicionalnim kanalima prodaje d) Samosvijest i samoefikasnost e) Podmićivanje državnih službenika			
4	Samosvijest je sposobnost prepoznavanja sopstvenih emocija, snaga i slabosti. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
5	Samoefikasnost je sposobnost efikasnog obavljanja posla, što se ogleda u većoj produktivnosti u poređenju sa drugima. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
6	Da biste uspjeli u svojim ciljevima, morate da se uvjerite da su ciljevi: a) Obećavajući b) Brzo se postižu c) Mjerljivi d) Promjenljivi kako idete napred e) Vrijeme je nebitno f) Relevantno za ono što želite da uspijete u cjelini g) Ne baš konkretno da vas ne ograničava Slobodno napravite više izbora.	a) Obećavajući b) Brzo se postižu c) Mjerljivi d) Promjenljivi kako idete napred e) Vrijeme je nebitno f) Relevantno za ono što želite da uspijete u cjelini g) Ne baš konkretno da vas ne ograničava		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10
7	Šta znači skraćenica S.M.A.R.T.?	a) Specifično, mjerljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno		5 poena

	a) Specifično, mjerljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno b) Održivo, motivaciono, prilagodljivo, realistično i bezvremeno	b) Održivo, motivaciono, prilagodljivo, realistično i bezvremeno		
8	Korišćenjem S.M.A.R.T. objektivnog alata, kompanija može da kreira fleksibilan okvir za povećanje produktivnosti i profitabilnosti u hodu. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
9	Koja od ovih definicija je tačna: a) Ostvariv cilj je realan i može se ostvariti s obzirom na raspoložive resurse, vrijeme i trud. b) Ostvarljivi ciljevi nam omogućavaju da možemo da identifikujemo ranije zanemarene prilike ili resurse koji nas mogu približiti njima a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
10	U objektivnom alatu SMART, određeni cilj je jasno definisan i nedvosmislen. Trebalo bi da odgovori na pitanja šta, zašto, ko, gde i šta. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena

11	Koji internet pregledač ima najviše korisnika: a) Firefox b) Microsoft Edge c) Google Chrome d) Opera e) Safari	a) Firefox b) Microsoft Edge c) Google Chrome d) Opera e) Safari		5 poena
12	Pretpostavimo da smo pokrenuli uslugu čuvanja kućnih ljubimaca. Postavite određeni cilj za pokretanje koje se bavi uslugama kućnih ljubimaca, na osnovu alata SMART ciljeva: 1. Specifično 2. Mjerljivo 3. Dostižno 4. Relevantno 5. Vremenski ograničeno	1. Specifično 2. Mjerljivo 3. Dostižno 4. Relevantno 5. Vremenski ograničeno		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 25

Maksimum 85

2.2 Motivacija i istrajnost

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Koja od dvije ponuđene definicije odražava motivaciju u poslovanju? a) Motivacija je pokretačka snaga koja vas inspiriše da preduzmete akciju i ostvarite svoje ciljeve. b) Motivacija je prirodan nagon da ostvarite veliku zaradu u kratkom vremenskom periodu. a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
2	Koja od dvije ponuđene definicije odražava istrajnost u poslovanju? a) Istrajnost je sposobnost da nastavite da idete ka svojim ciljevima čak i kada stvari postanu teške i suočeni ste sa teškim izazovima. b) Istrajnost je sposobnost da ostanete odlučni čak i pod pritiskom, nedaćama i privremenim neuspjehom, da ostanete fokusirani i da ne odustajete. a)	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena

	b) c) Obije d) Nijedna od njih			
3	Motivaciju mogu pokrenuti faktori kao što su: a) Unutrašnja motivacija b) Spoljna motivacija c) Svrha Slobodno napravite više izbora.	a) Unutrašnja motivacija b) Spoljna motivacija c) Svrha		5 poena
4	Upornost se može pokrenuti faktorima kao što su: a) Elastičnost b) Hrabrost c) Samoefikasnost d) Saosjećanje Izbaci uljeza sa gore navedenog spiska.	a) Elastičnost b) Hrabrost c) Samoefikasnost d) Saosjećanje		5 poena
5	Šta je sa sljedećim strategijama koje mogu da pomognu preduzetnicima da razviju istrajnost: a) postavljanje dostižnih ciljeva b) pružanje neposredne pohvale za dostignuća c) kreiranje programa podsticaja za zaposlene d) pružanje mogućnosti za profesionalno usavršavanja e) podsticanje timskog rada i saradnje	a) postavljanje dostižnih ciljeva b) pružanje neposrednih pohvala za dostignuća c) kreiranje programa podsticaja za zaposlene d) pružanje mogućnosti za profesionalno usavršavanja e) podsticanje timskog rada i saradnje f) obezbjeđivanje pozitivnog radnog okruženja.		3 poena za svaki odabrani odgovor maksimum 18

	f) obezbjeđivanje pozitivnog radnog okruženja.			
6	Koja strategija je bolja za postizanje uspješnih poslovnih rezultata: a) Stimulacija zaposlenih kroz dodatak o platama za ostvareni učinak. b) Povećanje radne discipline smanjenjem plate za nedovršavanje planiranih zadataka.	a) Stimulacija zaposlenih kroz dodatak o platama za ostvareni učinak. b) Povećanje radne discipline smanjenjem plate za nedovršavanje planiranih zadataka.		5 poena
7	Stiv Džobs, osnivač Apple, otpušten je iz sopstvene kompanije zbog: a) Njegovi izumi novih proizvoda tehnološki su zastarjeli i propali na tržištu b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmjere u drugom smjeru c) Pokušao je da obmane bord direktora da izumi iPhona, iPada i iPoda pripadaju njemu. Koja od navedenih izjava je tačna?	a) Njegovi izumi novih proizvoda tehnološki su zastarjeli i propali na tržištu b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmjere u drugom smjeru c) Pokušao je da obmane Upravni odbor da izumi iPhona, iPada i iPoda pripada njemu.		10 poena
8	Šta je planiranje? a) Planiranje je razvijanje strategija za postizanje ciljeva. b) Planiranje je unaprijed odlučivanje šta da se radi, kako da se radi, kada da se radi i ko će to da uradi.	a) Planiranje je razvijanje strategija za postizanje ciljeva. b) Planiranje je unaprijed odlučivanje šta da se radi, kako da se radi, kada da se radi i ko će to da uradi.		5 poena

	c) Planiranje premošćuje jaz između mjesta gdje smo sada i gdje želimo da idemo. Slobodno napravite više izbora.	c) Planiranje premošćuje jaz između mjesta gdje smo sada i gdje želimo da idemo.		
9	Ko je autor sljedeće formule: sanjati-vjerovati-usuditi se-uraditi (Dream-Believe-Dare-Do): a) „Nike“ - sportska kompanija b) Volt Dizni c) Henri Ford d) Nikola Tesla e) Elon Mask	a) „Nike“ - sportska kompanija b) Volt Dizni c) Henri Ford d) Nikola Tesla e) Elon Mask		5 poena
10	Određivanje prioriteta planiranja je proces identifikacije i rangiranja zadataka ili ciljeva na osnovu njihovog značaja i hitnosti. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
11	Šta je MoSCoW metoda: a) Način na koji vlasti moskovskog grada angažuju službenike da efikasno rade svoj posao b) Tehnika prioritizacije Must have, Should Have, Could Have, and Won't Have c) Skraćenica Modela održive saradnje na svjetskom nivou	a) Način na koji vlasti moskovskog grada angažuju službenike da efikasno rade svoj posao b) Tehnika prioritizacije Must have, Should Have, Could Have, and Won't Have c) Skraćenica Modela održive saradnje na svjetskom nivou		10 poena

12	U knjizi "7 navika visoko efektivnih ljudi" (Stephen Covey) Matrica Hitno-Važno je podijeljena na četiri kvadranta, od kojih svaka predstavlja različit nivo važnosti i hitnosti: Važno i hitno, važno ali ne hitno, hitno ali nije važno, nije hitno i nije važno. Zamislite sljedeći scenario Direktor kompanije (CEO) sa sedištem u Njujorku ima 4 istovremena zadatka: 1 Redovan mjesečni sastanak sa angažovanom advokatskom firmom koja predstavlja kompaniju 2 Poslovno putovanje u San Francisco – potpisivanje preliminarog sporazuma o poslovnoj saradnji 3 Final playoff utakmica u košarci - na zahtev CEO-ovog sina kome je rođendan 4 Kontrola montirane opreme u novom dislociranom postrojenju u Sijetlu prije otvaranja, koje je planirano za sljedeću nedjelju. Odredite prioritete za CEO preduzeća po principu: Uradi – Delegiraj – Odloži – Obriši (Do – Delegate – Delay – Delete).	Uradi Delegiraj Odloži Obriši		Maks 20 poena ako je porudžbina tačna ili 5 poena za svaki ispravan redosljed zadataka.
----	--	--	--	--

Maksimum 98 poena

2.3 Mobilizacija resursa

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Majkrosoft su osnovali Bil Gejts i Pol Alen 1975. Početna investicija je bila: a) \$1,000 b) \$10.000 c) \$100.000 d) \$1.000.000	a) \$1,000 b) \$10.000 c) \$100.000 d) \$1.000.000		5 poena
2	Ko je osnovao Radio Korporaciju Amerike (RCA) i Britansku radiodifuznu kompaniju (BBC): a) The East India Company - the British joint-stock company b) The Rockefeller Company c) Marconi Wireless Telegraf d) Američke pošte	a) The East India Company - the British joint-stock company b) The Rockefeller Company c) Marconi Wireless Telegraph d) Američke pošte		5 poena
3	Dobijanje finansijskih sredstava za startup je izazovan zadatak. Sa dolje navedenog spiska odaberite onaj koji je <u>najnepovoljniji</u> način: a) Sopstveni resursi b) Crowdfunding c) Bespovratna sredstva d) Poslovni inkubatori e) Rizični kapital (Venture capital) f) Bankarski kredit	a) Sopstveni resursi b) Crowdfunding c) Bespovratna sredstva d) Poslovni inkubatori e) Rizični kapital (Venture capital) f) Bankarski kredit		5 poena

4	Šta je Soft-lansiranje proizvoda: a) Ponuda beta verzije proizvoda izabranim kupcima b) Prodaja softvera sa popustom c) Lansiranje proizvoda preko modnih agencija	a) Ponuda beta verzija proizvoda izabranim kupcima b) Prodaja softvera sa popustom c) Lansiranje proizvoda preko modnih agencija		5 poena
5	Taktičko planiranje je vrsta planiranja koja podrazumijeva razbijanje dugoročnog strateškog plana na manje i upečatljivije kratkoročne planove. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
6	Definisanje uloga i mjera zahtjeva sastavljanje liste radnji, uloga i odgovornosti. Postoji izreka da je "jedna osoba odgovorna ili niko nije odgovoran". Šta to znači? a) Tamo gde su svi odgovorni, niko zapravo nije odgovoran b) Kada je svako odgovoran za nešto, teško je smatrati bilo koga odgovornim za to c) Kada je svako odgovoran za nešto, to može dovesti do nedostatka akcije ili nedostatka odgovornosti	a) Tamo gde su svi odgovorni, niko zapravo nije odgovoran b) Kada je svako odgovoran za nešto, teško je smatrati bilo koga odgovornim za to c) Kada je svako odgovoran za nešto, to može dovesti do nedostatka akcije ili nedostatka odgovornosti		10 poena

	Odaberite svaku ispravnu izjavu.			
7	Niko ne može da uradi sve zadatke u isto vrijeme. Zadaci moraju biti delegirani da bi bili uspješno dovršeni i na vrijeme. To zahtijeva efikasnu komunikaciju, pružanje uvida u širu sliku i podsticanje strasti za finalizacijom projekta. Svakom zaposlenom treba osnažiti samopouzdanje, svrhu i motivaciju. Šta je efektivno delegiranje zadataka? a) proces dodjeljivanja zadataka pravim osobama sa pravim vještinama i resursima da ih efikasno završe b) identifikovanje zadataka koji se mogu delegirati, izbor pravih osoba za posao, obezbjeđivanje jasnih uputstava i praćenje napretka a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		10 poena
8	Koji od sljedećih koraka NIJE dio plana taktičke implementacije: 1. Definisanje ciljne publike 2. Sprovođenje istraživanja tržišta 3. Razvijanje proizvoda 4. Izrada marketing plana 5. Testiranje proizvoda 6. Soft-launch proizvoda	1. Definisanje ciljne publike 2. Sprovođenje istraživanja tržišta 3. Razvijanje proizvoda 4. Izrada marketing plana 5. Testiranje proizvoda 6. Soft-launch proizvoda 7. Lansiranje proizvoda 8. Pregled i revizija		3 poena za sve odabrane odgovore maksimum 24

	7. Lansiranje proizvoda 8. Pregled i revizija			
9	Delegiranje zadataka takođe podrazumijeva definisanje odgovornosti za sve ishode. Prilikom izbora odgovornih za rezultate, treba da izaberemo: a) ljude koji su motivisani i zainteresovani za postizanje rezultata i spremni da pokažu posvećenost uspjehu. b) osobe koje mogu samostalno da dovrše sve zadatke do kraja, bez traženja savjeta ili pomoći od drugih.	a) ljude koji su motivisani i zainteresovani za postizanje rezultata i spremni da pokažu posvećenost uspjehu. b) osobe koje mogu samostalno da dovrše sve zadatke do kraja, bez traženja savjeta ili pomoći od drugih.		5 poena
10	Šta znači citat "Ako vas nije sramota zbog prve verzije vašeg proizvoda, prekasno ste lansirali"? a) uspješne kompanije isporučuju svoj proizvod na tržište čak i ako nije savršen i prave postepena poboljšanja na osnovu povratnih informacija kupaca. b) uspješne kompanije testiraju svoj proizvod na tržištu, prikupljaju povratne informacije, poboljšavaju proizvod tokom vremena i takođe stižu konkurentsku prednost, i uspostavljaju se na tržištu. Pravi odgovor je:	a) b) c) Oba d) Nijedan od njih		5 poena

	a) b) c) Oba d) Nijedan od njih			
11	Razvoj proizvoda je dio planiranja taktičke implementacije. Možete li da predložite način da Startap bude konkurentan na zasićenom tržištu? Koristite sopstvene riječi i primjer.	Slobodna forma		10 poena
12	Jedan od najvažnijih faktora koji je doprinio uspjehu LinkedIn-a je: a) Njegova sposobnost da svojim korisnicima obezbijedi vrijednost, nudi platformu na kojoj profesionalci širom svijeta mogu da se povežu jedni sa drugima i pronađu mogućnosti za posao. b) Njegov fokus na izgradnju jakog brenda kako bi se uspostavio kao pouzdan izvor informacija i vrijedan resurs za profesionalce. Tačan odgovor je: a) b) c) Oba d) Nijedan od njih	a) b) c) Oba d) Nijedan od njih		5 poena

Maksimum 94 poena

2.4 Finansijska i ekonomska pismenost

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Koje finansijske izveštaje kompanija redovno objavljuje?	Navedi nazive		5 poena
2	Koja je glavna razlika između bilansa stanja i Bilansa uspeha u pogledu vremena?	Koristite sopstvene riječi da objasnite razliku		10 poena maksimalno
3	Koja je glavna svrha Bilansa stanja? Šta Bilans stanja pokazuje zainteresovanim stranama?	Koristite sopstvene riječi da biste objasnili svrhu Bilansa stanja		10 poena Maks
4	Koja je glavna svrha Bilansa uspeha?	Koristite sopstvene riječi da objasnite svrhu Bilansa uspjeha		10 poena maksimalno
5	Koja je glavna svrha izvoda novčanog toka? (Cash-flow statement) Napomena: ako je sastavni dio finansijskih izvještaja u republici	Koristite sopstvene riječi da objasnite svrhu izvoda novčanog toka		10 poena maksimalno
6	Koji su mogući izvori za početni kapital?	Pokušajte da imenujete nekoliko izvora		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15

7	Šta je inicijalna javna ponuda (Initial Public Offering - IPO)? Da li je to isto kao berzanska operacija?	Koristite sopstvene riječi ili: DNK DoNotKnow (ne znam)		10 poena maksimalno
8	Finansijski plan nije isto što i poslovni plan. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
9	Finansijsko planiranje je sinonim za Finansijske izveštaje Pro Forma (finansijski izvještaji predviđeni za buduće periode). Sastoje se od nekoliko manjih aktivnosti. Možete li da imenujete neke od njih?	Pokušajte da imenujete nekoliko aktivnosti		10 poena maksimalno
10	Jedna od najvažnijih stavki finansijskog plana su troškovi. Možete li da imenujete neke od njih?	Pokušajte da imenujete nekoliko troškova		10 poena maksimalno
11	Drugi važan dio finansijskog plana su prihodi. Možete li da imenujete neke vrste prihoda?	Pokušaj da imenuješ neke prihode		10 poena maksimalno
12	Da biste napravili tačne finansijske projekcije, definišite poluge prihoda, pokretače i pretpostavke.	Pokušaj da imenuješ neke od njih		10 poena maksimalno

Maksimum 115 poena

2.5 Mobilizacija drugih

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Koji pristup je bolji za startape: a) Pokretanje biznisa može biti izazovno, i zato je korisno da privučete ljude i podstaknete ih da učestvuju u vašem poduhvatu. b) Najbolja opcija za pokretanje sopstvenog biznisa je da čuvate svoju ideju kao tajnu, ne dozvoljavajući drugim ljudima da vam ukradu ideju. a) b) c) Oba d) Nijedan od njih	a) b) c) Oba d) Nijedna od njih		5 poena
2	Da bi se drugi mobilisali, važno je napraviti ubjedljivu viziju. Ubedljiva vizija je izjava koja opisuje buduće stanje organizacije na način koji inspiriše i motiviše svoje zaposlene, zainteresovane strane i kupce. Ubjedljiva vizija treba da bude jasna, koncizna i laka za razumijevanje. Koji od ovih primjera bolje odražava dobru viziju:	a) b)		5 poena

	a) Naša vizija je da ubrzamo svjetsku tranziciju ka održivoj energiji. b) Naša vizija je da zaradimo veliku zaradu preprodajom video opreme sa rasprodaje naših partnera. a) b)			
3	Koja kompanija je uvela pravilo "15 odsto" koje omogućava zaposlenima da provedu 15 % radnog vremena na projekte po sopstvenom izboru. To zaposlenima daje vremena i slobodu da istražuju nove ideje i razvijaju nove proizvode. a) Amazon b) Sony c) 3M d) Wizz Air	a) Amazon b) Sony c) 3M d) Wizz Air		5 poena
4	Neke kompanije objavljuju plate svih u kompaniji kako bi ljudi mogli da uporede svoje plate sa drugima. Da li je ova praksa dobra ili ne? a) Dobra b) Nije dobra	a) Dobra b) Nije dobra		5 poena
5	Koja strategija je bolja za startape da mobilišu druge potencijalne partnere za svoj poduhvat:	a) ili b) ?		5 poena

	a) klasični mediji (novine, radio i TV) b) društvene mreže (Facebook, Instagram, X, LinkedIn) a) ili b) ?			
6	Šta je plan komunikacije? Koja je ispravna definicija: a) Plan komunikacija je dokument u kojem je izloženo kako će kompanija komunicirati sa svojim zainteresovanim stranama, uključujući zaposlene, kupce, investitore i medije. b) Plan komunikacije su informacije o kanalima komunikacije koji će se koristiti, učestalosti komunikacije i porukama koje će biti prenijete. a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
7	Da biste kreirali dobar komunikacioni plan startapi bi trebalo da slijede ove savjete: a) Definirati publiku b) Odabir kanala c) Kreiranje rasporeda d) Budite dosljedni e) Budite agresivni	a) Definirati publiku b) Odabir kanala c) Kreiranje rasporeda d) Budite dosljedni e) Budite agresivni f) Mjerite rezultate		3 poena za svaki tačan odgovor maksimum 12

	f) Mjerite rezultate Napravite više izbora, po želji.			
8	Šta to znači: Definišite svoju publiku: a) Odgovor na pitanje: Sa kim treba da komuniciramo? b) Odgovor na pitanje: Ko će biti naš izvor informacija? a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
9	Navedite neke kanale komunikacije. Što više to bolje!			2 poena za svaki tačan odgovor maksimum 20
10	Moramo da utvrdimo komunikacione ciljeve: ZAŠTO komunicirati? Šta želimo da postignemo? Možete li da nam objasnite šta se podrazumijeva pod sljedećim primjerima? • Podići svijest • Promijeniti stavove • Motivisati akciju	• Podići svijest • Promijeniti stavove • Motivisati akciju		5 poena za svaki tačan odgovor Maksimum 15

11	Da li je cilj "Povećanje prihoda" komunikacioni cilj ili neki drugi tip cilja preduzeća i koji bi to tip bio? a) cilj komunikacije b) finansijski cilj c) PR cilj	a) cilj komunikacije b) finansijski cilj c) PR cilj		5 poena
12	Razvijanje jasnih i sažetih poruka je važan dio kreiranja uspešnog plana komunikacije. Moramo da komuniciramo sa našom publikom šta radimo i kako to radimo na jednostavan, lako svarljiv način. Koji od sljedećih savjeta je prihvatljiv: a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizuelne elemente d) Objasnite tehničke detalje e) Izbjegavajte emocije Izaberite više opcija.	a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizuelne elemente d) Objasnite tehničke detalje e) Izbjegavajte emocije		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15

Maksimum 102 poena

3.1 Preuzimanje inicijative

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Da preuzmem inicijativu i preduzmem akciju su sinonimi? a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
2	<i>Preuzimanje inicijative</i> u startap kontekstu znači: a) procenjivanje situacije i samostalno preduzimanje korake za njeno rješavanje b) preduzimanje akcije bez odlaganja prema principu "gvožđe se kuje dok je vruće" a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
3	Zašto savjet: preduzmite akciju u skladu sa "gvožđe se kuje dok je vruće" nije dobra ideja? a) Preduzimanje akcije bez pravilnog planiranja može dovesti do grešaka, propuštenih prilika i protraćenih resursa.	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena

	b) Treba da bude uravnotežen sa pravilnim planiranjem i pripremom kako bi se obezbijedio dugoročni uspjeh. a) b) c) Obije d) Nijedna od njih			
4	Da li je princip "Gvožđe se kuje dok je vruće" štetan za kompaniju? a) Da b) Ne Objasni svoj odgovor.	a) Da b) Ne		10 poena
5	Koja od sljedećih akcija NIJE dio <i>Preuzimanja Inicijative</i> za startape? a) Djelujete i radite samostalno: postavite rokove, radite na svojim projektima i preuzmite odgovornost za svoj rad. b) Držite se namjera: postavite dostižne ciljeve na osnovu svoje vizije, i pratite svoj napredak. c) Priprema finansijskih izveštaja: bilans stanja i bilans uspjeha za reviziju d) Izvršavanje planiranih zadataka: izrada plana projekta, podjela	a) b) c) d)		5 poena

	zadataka na manje korake i praćenje svog napretka. a) b) c) d)			
6	Šta je upravljanje promjenama? a) proces zamjene rukovodilaca preduzeća ako njihovi poslovni rezultati nisu zadovoljavajući b) kolektivni termin za sve pristupe pripremi, podršci i pomoći pojedincima, timovima i organizacijama u donošenju organizacionih promjena a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
7	Šta je biznis plan? a) Biznis plan je mapa puta koja prikazuje vaše poslovne ciljeve, strategije i finansijske projekcije i pomaže vam da ostanete fokusirani i organizovani u daljem radu. b) Biznis plan je dokument koji detaljno opisuje ciljeve kompanije i kako namjerava da ih ostvari i koristan	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena

	je za ostanak na pravom putu i ne gubljenje ciljeva iz vida. a) b) c) Obije d) Nijedna od njih			
8	Koja je razlika između LEAN poslovnog plana i standardnog poslovnog plana? Koristite sopstvene riječi da biste to objasnili ili odaberite: DNK (ne znam)			5 poena
9	Koje je ispravno značenje skraćenice ADKAR? a) A - Svjesnost D - Želja K - Znanje A - Sposobnost R – Pojačanje b) A - Pažnja D - Želja K – Znati kako A - Prijava R – Nagrada c) DNK (ne znam)	a) A - Svjesnost D - Želja K - Znanje A - Sposobnost R – Pojačanje b) A - Pažnja D - Želja K – Znati kako A - Prijava R – Nagrada c) DNK (ne znam)		5 poena
10	Upravljanje promjenama slijedi ove korake: a)	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena

	1. Razumjeti promjene 2. Promjena plana 3. Sprovesti promjene 4. Komunicirati promjene b) 1. Analizirati trenutnu situaciju 2. Planirati i pokrenuti program 3. Pratiti napredak 4. Procijeniti efikasnost a) b) c) Obije d) Nijedna od njih			
11	Da li je moguće da startup pobijedi velike i etablirane kompanije? Koju strategiju pokretanje može da koristi za postizanje ovog cilja? Znate li neki primjer?			20 poena maksimalno
12	Kompanija za proizvodnju igračaka za djecu treba da prilagodi svoju proizvodnu liniju edukativnih igračaka novim zahtjevima tržišta - zaokret ka mobilnim igrama. Možete li im dati neki koristan savjet šta da rade u ovoj situaciji, kada se tradicionalno tržište igračaka prebacuje na video i mobilne igre?			20 poena maksimalno

Maksimum 95 poena**3.2 Planiranje i upravljanje**

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Koji od ovih planova je od suštinskog značaja za kompanije? a) Kratkoročni plan b) Srednjoročni plan c) Dugoročni plan Možete napraviti više izbora.	a) Kratkoročni plan b) Srednjoročni plan c) Dugoročni plan		5 poena
2	Kompanija Tesla ima sljedeće ciljeve: a) Povećanje proizvodnje električnih vozila i proširenje mreže za punjenje b) Prelazak svijeta na održivu energiju c) Razvijanje nove tehnologije baterija i širenje na nova tržišta Napravite redosljed: Kratkoročni – Srednjoročni – Dugoročni ciljevi	K: S: D:		3 poena za svaki tačan odgovor maksimum 9
3	Koje aktivnosti sa dolje navedenog spiska nisu dio planiranja? a) Identifikacija ciljeva b) Razvoj vremenske linije	a) Identifikacija ciljeva b) Razvoj vremenske linije c) Angažovanje marketinške agencije		5 poena za svaki tačan odgovor

	c) Angažovanje marketinške agencije d) Određivanje prioriteta aktivnosti e) Kupovina akcija f) Nadgledanje napretka	d) Određivanje prioriteta aktivnosti e) Kupovina akcija f) Nadgledanje napretka		maksimum 10
4	Šta je <i>Primjena politike</i> (Policy deployment)? a) Sponzorstvo državnog preduzeća u finansiranju izbornih kampanja. b) Metod za obezbjeđivanje da strateški ciljevi preduzeća pokreću napredak i djelovanje na svakom nivou unutar tog preduzeća. c) Implementacija procesa planiraj-uradi-djeluj-provjeri da bi se identifikovali i uklonili problemi koji blokiraju postizanje vaših ciljeva. a) b) c) d) Svi oni e) Nijedna od njih	a) b) c) d) Svi oni e) Nijedna od njih		5 poena
5	Šta je matrica Hošin Kanri X? a) alat za strateško planiranje koji se koristi za povezivanje ciljeva širom kompanije sa određenim projektima na kojima pojedinci rade.	a) b) c) d)		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 20

	b) vizuelni prikaz procesa planiranja koji pomaže timovima da prate kako se ciljevi međusobno povezuju. c) alat za identifikaciju ko radi na kojoj inicijativi, kako su strategije povezane sa inicijativama i kako su one povezane sa dugoročnim ciljevima. d) alat koji premošćuje jaz između strategije i izvršenja stvaranjem usklađenosti i fokusa. a) b) c) d) Slobodno napravite više izbora.			
6	X matrica je podijeljena na 4 ključna kvadranta: a) Jug Zapad Sjever Istok b) Vrh Dno Lijevo Desno Koji je pravi odgovor?	a) b)		5 poena

	a) b)			
7	Film Matriks inspirisan je modelom X-matrix. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
8	Ključni indikatori performansi (KPI) su metrike koje pomažu organizacijama da izmjere svoj napredak ka ostvarenju svojih ciljeva. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
9	Postoje različiti tipovi KPI indikatora (ključni indikatori performansi), vodeći indikatori i indikatori koji zaostaju. Koji od sljedećih KPI indikatora su vodeći indikatori: a) Troškovi akvizicije kupaca b) Životna vrijednost klijenta* c) Zadovoljstvo kupaca d) Angažovanje zaposlenih e) Stopa fluktuacije zaposlenih * Životna vrijednost klijenta mjeri ukupan prihod koji preduzeće može očekivati od jednog korisničkog naloga tokom cijelog poslovnog odnosa. To je dragocjeno sredstvo za preduzeća da shvate koliko im klijent vrijedi tokom	a) Troškovi akvizicije kupaca b) Životna vrijednost klijenta c) Zadovoljstvo kupaca d) Angažovanje zaposlenih e) Stopa fluktuacije zaposlenih		5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15

	vremena i da identifikuju svoje najvrednije kupce.			
10	Hoshin Kanri X matricu je izumeo: a) Profesor Yoji Akao, iz Mitsubishi Electric Corporation b) Profesor Nik Akada, sa Tokijskog univerziteta a) b)	a) b)		5 poena
11	Ulazak na nova tržišta, uvođenje novog proizvoda ili usvajanje drugačijeg modela pružanja usluga obično je: a) polugodišnji plan b) godišnji plan c) srednjoročni plan a) b) c)	a) b) c)		5 poena
12	Kada pravite planove preporučljivo je biti fleksibilan? a) Tačno b) Netačno Objasnite zašto.	a) Tačno b) Netačno		10 poena

Maksimum 99 poena

3.3 Suočavanje sa neizvesnošću, dvosmislenošću i rizikom

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Rizici u poslovanju se smatraju potencijalnim negativnim uticajem događaja ili akcija na finansijski učinak, ugled ili poslovanje preduzeća. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
2	Prvi korak da izbjegnute neuspjeh kada ste primorani da donosite odluke koje se bave neizvjesnošću, dvosmislenošću i rizikom je da: a) Identifikujete rizike b) Izradite plan za hitne slučajeve	a) Identifikujete rizike b) Izradite plan za hitne slučajeve		5 poena
3	Uslovi su se promijenili u poređenju sa početnom situacijom i mora se napraviti izbor između dvije opcije: a) Držite se plana da ne izgubite očekivane rezultate b) Budite fleksibilni i voljni da prilagodite svoju odluku kada nove informacije postanu dostupne	a) Držite se plana da ne izgubite očekivane rezultate b) Budite fleksibilni i voljni da prilagodite svoju odluku kada nove informacije postanu dostupne		5 poena
4	Koji od navedenih stavki NIJE dio procjene rizika? a. Identifikacija mogućih rizika	a) b) c) d)		5 poena

	b. Osiguranje imovine i nezgoda c. Procjena potencijalnog uticaja svakog rizika d. Procjena trenutnih resursa i sposobnost suočavanja sa ovim rizicima a) b) c) d)			
5	Procjena rizika uključuje procjenu ozbiljnosti i učestalosti svakog rizika kako bi se utvrdila moguća pitanja sa kojima biste mogli da se bavite u budućnosti. Da biste to uradili, izmjerite svaki rizik na osnovu kriterijuma: a) Vjerovatnoća da dođe do ovog rizika b) Ozbiljne posljedice ovog rizika a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
6	Tržišni rizici se odnose na: a) broj potencijala konkurentskih preduzeća koji bi mogao spriječiti naš rast i uspjeh.	a) b)		5 poena

	b) da li postoji dovoljna potražnja za onim što imate da ponudite po cijeni koju ste sami odredili. a) b)			
7	Pronađite koji od sljedećih rizika NISU finansijski rizici: a) Klijenti ne mogu da plate vaše fakture (kreditni rizik). b) Vaši troškovi sirovina bi mogli da porastu (rizik od tržišne cijene). c) Povećanje kamatnih stopa može povećati vašu cijenu obrtnog kapitala (rizik kamatne stope). d) Pad vrijednosti nekretnine koju ste založili kao garanciju kod banke može dovesti do smanjenja vaših kreditnih linija (rizik od cijene nekretnina). e) Rizik od kolapsa cjelokupnog finansijskog sistema ili cijelog tržišta (sistematski rizik). a) b) c) d) e)	a) b) c) d) e)		5 poena
8	Svi rizici imaju dvije dimenzije: vjerovatnoću pojave i ozbiljnost potencijalnih posljedica. Ove dvije dimenzije čine četiri kvadranta, što	A + _ B + _ C + _ D + _		5 poena za svaki tačan odgovor

	zauzvrat sugeriše kako bismo mogli da pokušamo da ublažimo te rizike: A: Rizici koji se mogu bezbjedno zanemariti B: Rizici koji se mogu ublažiti jednostavnim promjenama u ponašanju C: Rizici koji se mogu ublažiti osiguranjem D: Rizici za aktivno identifikovanje, nadgledanje i ublažavanje Kratki opisu su: a) Rizici od smetnji b) Neprepoznatljivi rizici c) Kompanijske ubice d) Osigurani rizici Povežite rizike pod A, B, C i D sa odgovarajućim opisom pod a, b, c i d.			maksimum 20
9	Prosipate šolju kafe na tastaturu laptopa i sipate šlag i šećer na hard disk, što vaš marketinški plan čini nepristupačnim. Kakav je to rizik? a) Rizici od smetnji b) Neprepoznatljivi rizici c) Kompanijske ubice d) Osigurani rizici	a) b) c) d)		5 poena

10	Pogodi koja je ovo kategorija rizika? Rizik je da ljudi ne poštuju procedure organizacije, prakse i/ili pravila, čime odstupaju od očekivanog ponašanja na način koji bi mogao da naruši učinak i reputaciju kompanije. a) Rizici od smetnji b) Neprepoznatljivi rizici c) Kompanijske ubice d) Osigurani rizici	a) b) c) d)		10 poena
11	Ko od navedenih osiguranja spada u kategoriju: Osigurani rizici: a) Odricanje od odgovornosti može da ublaži zahtjeve nastale kao posljedica neispravnosti proizvoda ili povreda posjetilaca na licu mjesta; b) Osiguranje od grešaka i propusta može ublažiti tužbe nezadovoljnih kupaca; a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		10 poena
12	Ko je autor citata "Pravi umjetnici isporučuju" (Real artists ship) a) Stiv Džobs. On je iskoristio ovaj izraz da motiviše tim da osmisli inovativni	a) b)		10 poena

	Macintosh računar tvrdeći da nije dovoljno imati odličnu ideju, nego da je važno da se isporuči na tržište. b) Elon Mask. Ovaj izraz je koristio dok je radio na projektu SpaceX, sa namjerom da ohrabri saradnike posle niza neuspjelih pokušaja da lansira raketu u svemir. Izaberite odgovor: a ili b? a) b)			
--	--	--	--	--

Maksimum 90 poena

3.4 Rad sa drugima

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Saradnja je ključni faktor u razvoju ideja i njihovom pretvaranju u akciju. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
2	Psihološka bezbjednost je: a) vjerovanje da se može progovoriti bez straha od odmazde. b) zaštita od ispiranja mozga kroz obmanjujuće poslovne prakse a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
3	Koja je prednost delegiranja? a) Delegiranje zadataka članovima tima može pomoći da svi doprinesu projektu i da nijedna osoba ne bude preopterećena. b) Delegiranje zadataka omogućava članovima tima da preuzmu odgovornost nad svojim radom i osjećaju se više uključenim u projekat.	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena

	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih			
4	Mane otvorene i transparentne komunikacije: a) Podsticanje otvorene i transparentne komunikacije može dovesti do sukoba između članova tima koji se svađaju oko toga koja ideja je bolja i koju treba sprovesti u djelo. b) Podsticanje otvorene i transparentne komunikacije može dovesti do otkrivanja poslovnih tajni konkurentima i ugrožavanja poduhvata a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
5	LEAN metodologiju definišu tri ključna elementa: fokusiranje na vrednost za kupca, eliminisanje stvari koje ne pružaju direktno vrijednost (otpad) i ponavljanje sa cikličnim poboljšanjima. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena

6	Šta je Lean Canvas? a) Lean Canvas je dizajniran da pomogne preduzetnicima da se fokusiraju na maksimiziranje korisničke vrijednosti tako što će identifikovati najvažnije pretpostavke i vrijednosti svoje poslovne ideje. b) Lean Canvas je šablon poslovnog modela na jednoj stranici koji pomaže preduzetnicima da dekonstruišu svoju poslovnu ideju u njene ključne pretpostavke i vrijednosti. a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
7	Prvi korak u Lean Canvas-u je da opišete probleme koje rješavate za svoje kupce i korisnike. Identifikovanje problema vam pomaže da se usredsredite na potrebe klijenata i kreirate proizvod ili uslugu koja rješava te potrebe. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena
8	Šta je <i>jedinstveni prijedlog vrijednosti</i> (Unique Value Proposition UVP)?	a) b) c)		5 poena za svaki tačan odgovor

	a) Jedinstveni prijedlog vrijednosti (UVP) je ekskluzivna ponuda proizvoda sa popustom samo za vjerne kupce u određenom periodu (npr. Crni petak) b) Jedinstveni prijedlog vrijednosti (UVP) je izjava koja kupcu i korisniku kaže zašto ste različiti i na šta vrijedi obratiti pažnju. c) Jedinstveni prijedlog vrijednosti (UVP) je lista pogodnosti koje isporučujete klijentima i korisnicima nudeći rješenje koje rješava njihove probleme na različit način u poređenju sa postojećim alternativama. a) b) c) Napravite više izbora ako je to prikladno.			maksimum 10
9	"Ubrzavanje svjetske tranzicije na održivu energiju" (Tesla korporacija). Ova rečenica je: a) Slogan b) Jedinstveni prijedlog vrijednosti (UVP) a) b)	a) b)		10 poena

10	<i>Koncept visokog nivoa</i> (High-level Concept) je kratka i nezaboravna izjava koja jednostavno i razumljivo opisuje suštinu proizvoda ili usluge. Trebalo bi da bude lako komunicirati sa drugima, čak i ako nisu upoznati sa proizvodom ili uslugom. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		10 poena
11	Koja od ove dvije izjave više odgovara svrhama brendiranja i komunikacije sa investitorima: a) Airbnb UVP je: "Pripadajte bilo gdje." (Belong Anywhere). b) Airbnb Koncept visokog nivoa je: "Rezervišite jedinstvene domove i iskustva širom svijeta." (Book unique homes and experiences around the world.) a) b)	a) b)		10 poena
12	Glavna razlika između Lean Canvas i Business Model Canvas a) Lean Canvas je više fokusiran na rješavanje određenog problema, dok je Business Model Canvas više fokusirano na prodaju određenog proizvoda.	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		10 poena

	b) Lean Canvas je osmišljen tako da pomogne preduzetnicima da se fokusiraju na maksimiziranje vrijednosti korisnika identifikovanjem najvažnijih pretpostavki i vrijednosti njihove poslovne ideje dok je Business Model Canvas sveobuhvatniji model i pogodan za već uspostavljeno poslovanje. a) b) c) Obije d) Nijedna od njih			
--	---	--	--	--

Maksimum 85 poena

3.5 Učenje kroz iskustvo

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	"Ako nije pokvareno nemojte ga popravljati" (Ono što je dobro ne treba mijenjati) odnosno ako nešto radi i daje potrebne rezultate, nemojte praviti nikakve promjene koje bi potencijalno mogle da ga prekinu. Da li je ovo primjenljivo danas? a) Da b) Ne	a) Da b) Ne		5 poena
2	Koji izraz je bolje primijeniti: a) Učenje na sopstvenim greškama je najefikasniji način da steknete neophodno iskustvo za efikasan razvoj u budućnosti b) Učenje iz tuđih grešaka može vam pomoći da steknete nove perspektive i uvide i da izbjegnute pravljenje istih grešaka koje su drugi napravili. a) b)	a) b)		10 poena
3	Identifikovanjem naučenih lekcija možete da iskoristite svoje uspjehe i da registrujete svoje greške. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena

4	Šta to znači - Identifikujte oblasti neefikasnosti: a) Eliminirati suvišne procese i pojednostaviti buduće poduhvate. b) Riješite se svega što ne pomaže timu da ostvari svoje ciljeve. a) b) c) Obije d) Nijedna od njih	a) b) c) Obije d) Nijedna od njih		5 poena
5	Da li postoji razlika između procesa naučenih lekcija i analize naučenih lekcija? a) Da b) Ne Ako je odgovor DA, objasnite razliku.	a) Da b) Ne Ako je odgovor DA, objasnite razliku.		10 poena
6	Proces naučenih lekcija uključuje pet ključnih koraka. Koja od sledećih stavki nije deo njih? a. Identifikujte b. Dokumentujte c. Analizirajte d. Sačuvajte e. Povratite f. Primijenite	a. Identifikujte b. Dokumentujte c. Analizirajte d. Sačuvajte e. Povratite f. Primijenite		10 poena
7	Koji su sopstveni linijski proizvodi pomogli Amazonu da postane jedan od	a) Kindle e-reader b) Play stanica c) iPhone		5 poena

	najvećih svjetskih onlajn prodavaca, na početku poslovanja? a) Kindle e-reader b) Playstation c) iPhone			
8	Šta je pomoglo Appleu da izbjegne bankrot dok je pokušavao da se takmiči sa Majkrosoftom i drugim tehnološkim kompanijama? a) Sveobuhvatan marketinški plan b) Prodaja Macintosh brenda IBM-u c) Fokusiranje na inovacije i dizajn	a) Sveobuhvatan marketinški plan b) Prodaja Macintosh brenda IBM-u c) Fokusiranje na inovacije i dizajn		10 poena
9	Koja izjava je tačna? a) Saradnja sa drugima može omogućiti drugima da preuzmu zasluge za vaše originalne ideje b) Saradnja sa drugima vam može pomoći da učite iz njihovih iskustava i perspektiva a) b)	a) b)		5 poena
10	Da li je ovaj savjet koristan u startup kompaniji? Njegujte kohezivnije timove: Povećajte moral tako što ćete postići više pobjeda kao tim. a) Tačno	a) Tačno b) Netačno		5 poena

	b) Netačno			
11	Šta znači identifikovati oblasti neefikasnosti: a) Eliminirati suvišne procese i pojednostaviti buduće poduhvate. b) Riješiti se svega što ne pomaže timu da ostvari svoje ciljeve. c) Identifikovati koja odjeljenja ne ostvaruju visok nivo profita. a) b) c) Slobodno napravite više izbora.	a) b) c)		10 poena
12	Koje je najbolje mjesto za čuvanje izvještaja iz procesa naučenog lekcija? a) na lokaciji koja je dostupna svim zainteresovanim stranama, obično na disk jedinici ili u skladištu u oblaku. b) u sefu preduzeća kako bi se spriječila moguća krađa i prenos podataka konkurentima. a) b)	a) b)		10 poena

Maksimum 90 poena

Literatura:

Seikkula-Leino, J., & Salomaa, M. (2021). Bridging the Research Gap—A Framework for Assessing Entrepreneurial Competencies Based on Self-Esteem and Self-Efficacy. *Education Sciences*, 11(10), 572. <https://doi.org/10.3390/educsci11100572>. You can find it here.

Venesaar, U., Arvola, K., & Karlsson, F. (2022). Development of an interactive self-assessment tool to measure the competencies supporting entrepreneurial behaviour for students and employees. *Be Competent in Entrepreneurship*. You can find it here.

Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The European Entrepreneurship Competence Framework*. Publications Office of the European Union. You can find it here.

Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education: What, Why, When, How*. OECD. You can find it here.

Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6).

Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92-111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>.

Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352-369. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12023>.

Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239-254. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>.

Lans, T., Blok, V., & Wesselink, R. (2014). Learning apart and together: Towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 62, 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.03.036>.

Man, T. W. Y., & Lau, T. (2005). The context of entrepreneurship in Hong Kong: An investigation through the patterns of entrepreneurial competencies in contrasting industrial environments. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 464-481. <https://doi.org/10.1108/14626000510628239>.

Redakcioni odbor:

Prof. dr. Zdravko Živković

Prof. Lidija Bilbija



zdravko.zivkovic@fimek.edu.rs