

ALAT ZA PROCENU PREDUZETNIČKIH KOMPETENCIJA

ENTRECOMP

Prof. dr ZDRAVKO ŽIVKOVIĆ



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



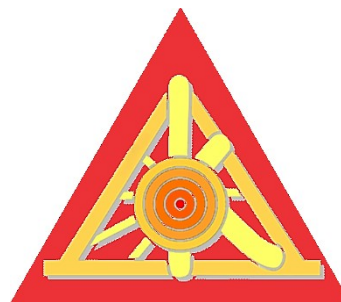
**Co-funded by
the European Union**

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 unapređenje ključnih preduzetničkih kompetencija, veština 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 veština 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 procenu 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, gde učesnik bira jedan od više ponuđenih odgovora. Nakon testiranja, učesnici mogu uporediti svoje odgovore sa tačnim rešenjima. 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 Samosvest i samoeфикаsnost	22
2.2 Motivacija i istrajnost.....	26
2.3 Mobilizacija resursa	31
2.4 Finansijska i ekonomska pismenost	36
2.5 Mobilizacija drugih	40
3.1 Preuzimanje inicijative	45
3.2 Planiranje i upravljanje	52
3.3 Suočavanje sa neizvesnošću, dvosmislenošću i rizikom	57
3.4 Rad sa drugima.....	63
3.5 Učenje kroz iskustvo	69

1.1 Uočavanje prilika

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	Šta znači skraćenica SWOT?		S – Jačina W – Slabosti O – Prilike T – Pretnje	10 poena
2	Koji su korisni faktori u SWOT okviru?	S – Jačina W – Slabosti O – Prilike T – Pretnje	S – Jačina O – Prilike	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10
3	Koji su spoljni faktori u SWOT okviru?	S – Jačina; W – Slabosti O – Prilike T – Pretnje	O – Prilike T – Pretnje	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10
4	Pokažite neke primere snage preduzeća		Lokacija, jak brend, lojalna baza kupaca, jedinstvena tehnologija, globalna distributivna mreža, intelektualna svojina (patenti), iskustvo itd.	5 poena
5	Pokažite neke primere mogućih slabosti preduzeća		Lanac snabdevanja, novčani tok, reputacija, rukovodeće osoblje, zastareli proizvodi i tehnologija, marketinške operacije, niska dobit, bez web sajta, bez online e-commerce prodaje	5 poena
6	Koju strategiju mogu da koriste zastarele tehnološke kompanije? Napravite više izbora ako je potrebno. a) Ugasiti operacije; b) Edukacija i očuvanje;	a) Ugasiti operacije; b) Edukacija i očuvanje; c) Proširenje na međunarodna tržišta; d) Tržišna niša; e) Inovacije i adaptacija	b) Edukacija i očuvanje d) Tržišna niša e) Inovacije i adaptacija	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15

	c) Proširenje na međunarodna tržišta; d) Tržišna niša; e) Inovacije i adaptacija			
7	Šta je <i>Procena mogućnosti za poslovanje</i> (Opportunity assessment)? a) analiziranje trenutne profitabilnosti i rizika b) proces koji se koristi u poslovanju za identifikovanje i procenu potencijalnih šansi c) proces koji se koristi u poslovanju za povećanje tržišnog udela	a) analiziranje trenutne profitabilnosti i rizika b) proces koji se koristi u poslovanju za identifikovanje i procenu potencijalnih šansi c) proces koji se koristi u poslovanju za povećanje tržišnog udela	b) Procena mogućnosti za poslovanje je proces koji se koristi u poslovanju za identifikovanje i procenu potencijalnih šansi	5 poena
8	Postoji li šansa da pisaće mašine prežive danas? a) Da b) Ne	a) Da b) Ne	Da, kompanija Astrohaus prodaje uređaj Freewrite Alpha, koji je prenosiva pametna pisaća mašina koja koristi LCD umesto E-Ink ekrana. Cena Freewrite Alpha je 349 dolara. Očekuje se da će globalno tržište pisaćih mašina značajno porasti od 2023. do 2031. godine. Prednosti: nema ometanja, do 4 nedelje trajanja baterije, nema plavog svetla.	5 poena
9	Objasnite moguću Tržišnu nišu za zastarele proizvode		Tržišna niša: Neke zastarele tehnologije mogu se dopasti određenom segmentu klijenata koji cene njihovu jedinstvenost, nostalgiju, kvalitet ili funkcionalnost. Na primer, Vinil gramofonske ploče, starinski nameštaj ili Vintage odeću.	10 poena
10	Koja od sledećih opcija NIJE deo <i>Procene mogućnosti za poslovanje</i> : a) Izvodljivost rešenja	a) Izvodljivost rešenja b) Da li je poduhvat finansijski održiv?	c) Analiza trenutne profitabilnosti i rizika	5 poena

	b) Da li je poduhvat finansijski održiv c) Analiza trenutne profitabilnost i rizika d) Intelektualna svojina	c) Analiza trenutne profitabilnost i rizika d) Intelektualna svojina		
11	Koja je svrha malog pilot -probnog testa u procesu <i>Procene mogućnosti za poslovanje</i> ? Objasnite		Saznati da je neko koga ne poznajemo spreman da plati punu cenu.	10 poena
12	Koji je najviše korišćen način inovacija proizvoda? Koristite više odgovora ako je to prikladno. a) Poboljšanje 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) Poboljšanje 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) Poboljšanje performansi postojećeg proizvoda (npr. brzina čip seta) b) Nova funkcija postojećeg proizvoda (npr. automatsko podizanje i spuštanje prozora na automobilu)	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 svežih ideja koje mogu pomoći u rešavanju tog problema. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
2	Tehnika generisanja ideja u kojoj učesnici samostalno zapisuje svoje ideje i dele ih anonimno je: a) Smart b) Brainwriting c) Pen secret	a) Smart b) Brainwriting c) Pen secret	b) Brainwriting	5 poena
3	Ajnštajn je tvrdio da je znanje važnije od mašte: a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno Mašta je važnija od znanja jer znanje je ograničeno od A do Z, a mašta nema granica	5 poena
4	Svi ljudi su kreativni i njihova kreativnost je deo DNK a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
5	A3 alat za rešavanje problema razvijena je kao deo Proizvodnog sistema: 1. Citroen 2. Audi 3. Toyota	1. Citroen 2. Audi 3. Toyota 4. Mazda 5. Ford	3. Toyota	5 poena

	4. Mazda 5. Ford			
6	A3 alat za rešavanje problema obično sadrži 3 koraka a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno	5 poena
7	Odaberite korake koji su deo A3 alata za rešavanje problema: 1. Pozadina/Pojašnjenje problema 2. Trenutna situacija 3. Postavljanje ciljeva 4. Analiza osnovnog uzroka 5. Protivmere 6. Implementacija 7. Potvrda/praćenje efekta	1. Pozadina/Pojašnjenje problema 2. Trenutna situacija 3. Postavljanje ciljeva 4. Analiza osnovnog uzroka 5. Protivmere 6. Implementacija 7. Potvrda/praćenje efekta	Svih 7 koraka su deo A3 alata za rešavanje problema	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.	- Moći ću da radim od kuće. - To će mi omogućiti da imam veću kontrolu nad tim kako provodim vreme. - Mogu da imam više fleksibilnosti u životu. - Moći ću da provodim više vremena sa svojom decom. - Podrška mojoj porodici mi je najvažnije.	3 poena za svaki odgovor Maksimum 15
9	Pre nego što započnem svoj biznis, koja pitanja prvo treba da rešim? (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 obezbedim povoljnu lokaciju za prodajni objekat 4. da napravim biznis plan	5. da analiziram potrebe tržišta 7. da pronađem ubedljivo rešenje koje će podstaći promenu potrošnje koja je potrebna	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10

	3. da obezbedim 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 ubedljivo rešenje koje će podstaći promenu potrošnje koja je potrebna	5. da analiziram potrebe tržišta 6. da poručim odgovarajući softver za praćenje tokova gotovine 7. da pronađem ubedljivo rešenje koje će podstaći promenu 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	b) kompletan set alternativa koje kupac ima o tome kako da potroši svoj novac Na primer, konkurencija za proizvođača nakita Cartier, nisu samo Tiffani, Bulgari, Gucci, nego i svi drugi luksuzni proizvodi i usluge (prekomorske kompanije, letovališta, proizvođači luksuzne odeće kao Louis Wuitton, D&G)	10 poena
11	Kada primetite problem, na primer, smanjenje prodaje, ono što bi trebalo da uradite: 1. da se odmah borimo protiv problema snižavanjem cena koje se odražavaju povećanjem prodaje	1. da se odmah borimo protiv problema snižavanjem cena koje se odražavaju povećanjem prodaje 2. da detaljno analiziramo koren simptoma i obrazložimo moguća	2. da detaljno analiziramo koren simptoma i obrazložimo moguća rešenja, ne obazirući se na potrebno vreme	5 poena

	2. da detaljno analiziramo koren simptoma i obrazložimo moguća rešenja, ne obazirući se na potrebno vreme 3. da uvedemo novi proizvod na tržište	rešenja, ne obazirući se na potrebno vreme 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 mesta 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. promovisati zaposlene koji predlažu nove originalne ideje putem internih kanala komunikacije 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posledica za neupotrebljivu ideju. Odaberite dve od predloženih stimulativnih mera.	1. uvesti radnu obavezu generisanja novih ideja kao uslov za zadržavanje radnog mesta 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. promovisati zaposlene koji predlažu nove originalne ideje putem internih kanala komunikacije 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posledica za neupotrebljivu ideju.	3. dati svakom zaposlenom budžet i slobodno vreme tokom radnog vremena da dođe do novih ideja 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posledica 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	d) IKEA	5 poena
2	Koja je izjava o viziji Microsoft korporacije: a) Da pomogne u stvaranju sveta gde možeš pripadati bilo gde b) Da ljudima damo moć da grade zajednicu i zbližavamo svet c) Da osnaži svaku osobu i svaku organizaciju na planeti da postignu više	a) Da pomogne u stvaranju sveta gde možeš pripadati bilo gde b) Da ljudima damo moć da grade zajednicu i zbližavamo svet c) Da osnaži svaku osobu i svaku organizaciju na planeti da postignu više	c) Da osnaži svaku osobu i svaku organizaciju na planeti da postignu više	10 poena
3	Koja od sledećih definicija najbolje opisuje viziju u poslovanju:	a) Vizija opisuje svrhu organizacije i odgovara na pitanje "kako" poslovati.	b) Vizija je izjava koja opisuje šta kompanija želi da postigne na duži rok.	5 poena

	a) Vizija opisuje svrhu organizacije i odgovara na pitanje "kako" poslovati. b) Vizija je izjava koja opisuje šta kompanija želi da postigne na duži rok. c) Vizija je sposobnost prepoznavanja budućih trendova na tržištu.	b) Vizija je izjava koja opisuje šta kompanija želi da postigne na duži rok. c) Vizija je sposobnost prepoznavanja budućih trendova na tržištu.		
4	Sledeća 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 Svet 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 Svet boljim nego što smo ga našli.	b) da napravimo najbolje proizvode na Zemlji, i da ostavimo Svet 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 reši. Koja od ovih definicija je tačna:	a) b) c) obe d) nijedna od njih	c) obe	5 poena

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

	<i>Alat za rešavanje problema je strukturirani pristup pronalaženju rešenja problema.</i> a) Tačno b) Netačno			
9	Koji od sledećih zadataka NIJE kritična stavka fokusirana na proces rešavanja 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	d) Reklama	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	b) Netačno SWOT analiza je idealna za procenu trenutnog stanja preduzeća ili projekta i razvoj strategija za poboljšanje njegovih performansi.	5 poena
11	Važnije je da se fokusirate na identifikaciju načina <u>na koji</u> će vaša kompanija pronaći moguća rešenja nego da identifikujete određeno <u>rešenje</u> koje će biti korišćeno. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
12	Šta je metod poznat kao 5W2H?		Ovaj proces podrazumeva identifikaciju What u čemu je problem, Why zašto je to problem, When kada i Where gde je	3 poena za svaki tačan odgovor

			problem identifikovan, Who na koga problem utiče, How kako na njih utiče problem i How much koliki uticaj ima problem.	maksimum 21
--	--	--	---	-------------

Maksimum 96 poena

1.4 Vrednovanje ideja

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poena
1	6 Šešire 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	b) Edward de Bono	5 poena
2	Koja boja nije zastupljena u alatu „6 šešira za razmišljanje“? a) Zelena b) Siva c) Crna d) Bela	a) Zelena b) Siva c) Crna d) Bela	b) Siva	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	a) Tačno	5 poena

4	Koja izjava NIJE tačna za sledeće opise 6 šešira: a) Beli šešir: Fokusira se na maštu i želje. b) Crveni šešir: Fokusira se na emocije, osećanja i intuiciju. 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.	a) Beli šešir: Fokusira se na maštu i želje. b) Crveni šešir: Fokusira se na emocije, osećanja i intuiciju. 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.	a) Beli šešir: Fokusira se na činjenice, podatke i informacije.	10 poena
5	<i>PEST analiza</i> je strateški alat koji se koristi za procenu spoljnih makro-ekoloških faktora koji utiču na poslovanje kompanije. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
6	<i>PEST</i> je skraćenica od sledećih 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	b) Politički, ekonomski, socijalni i tehnološki	5 poena

7	Koji tip faktora, koji je uticao na poslovanje, je BREXIT? a) Politički b) Ekološki c) Fiskalni d) Kulturni	a) Politički b) Ekološki c) Fiskalni d) Kulturni	a) Politički	5 poena
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	a) Automatizacija (Pepsico) c) Mobilna isporuka (Starbucks) d) Električna vozila (BMW)	5 poena za svaki tačan odgovor Maksimum 15
9	<i>Analiza vrednosti 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 vrednosti dobra ili usluge. Ona analizira funkciju inputa u odnosu na njegovu cenu i pruža uvid u inherentnu vrednost konačnog dobra ili usluge.	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena

	Koja od ovih definicija je tačna: a) b) c) Obe d) Nijedna od njih			
10	Cilj <i>Analize vrednosti 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 vrednost. 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	a) mreža dilera i prodavaca b) osoblje za inventar c) skladišta	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15
11	Postoji ideja o proizvodnji zimskih cipela sa uređajem za grejanje 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?	Potencijalni rizici i mane proizvodnje zimskih cipela sa uređajima za grejanje iznutra su u tome što mogu biti skupe za proizvodnju, mogu zahtevati mnogo energije za rad i možda neće biti dovoljno izdržljive da izdrže teške vremenske uslove. Pored toga, može doći do bezbednosnih rizika u vezi sa korišćenjem uređaja za grejanje u cipelama.	10 poena

12	Možete li da primenite Zeleni šešir za gore navedenu ideju zimskih cipela? Koje su to kreativne ideje i rešenja do kojih možemo doći da unapredimo ovu ideju?	Koje su to kreativne ideje i rešenja do kojih možemo doći da unapredimo ovu ideju?	Neke kreativne ideje i rešenja za unapređenje ove ideje su korišćenje ekoloških i održivih materijala za proizvodnju obuće, uključivanje pametne tehnologije koja može da reguliše temperaturu obuće na osnovu preferencija korisnika, kao i da se cipele dizajniraju na način koji je i stilizovan i funkcionalan.	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	b) Netačno	5 poena
2	Marketinške prakse koje dovode potrošače u zabludu su prihvatljive ako je to način da se pobede konkurenti koji rade isto i krađu klijente od nas. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno	5 poena
3	Uticaj na životnu sredinu uključuje procenu uticaja kompanije na životnu sredinu, kao što su: a) ušteda troškova b) emisije ugljenika c) proizvodnja otpada	a) ušteda troškova b) emisije ugljenika c) proizvodnja otpada d) upotreba vode	a) ušteda troškova	5 poena

	d) upotreba vode Izuzmite uljeza (koji ne pripada ovde) sa gore navedenog spiska.			
4	Korporativna etika primenjuje i utiče na one unutar organizacije, a ne spolja. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno	5 poena
5	Korporativna etika regulisana je zakonom zemlje u kojoj je sedište kompanije. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno	5 poena
6	Koji od sledećih 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	Svi navedeni alati	3 poena za svaku odabranu stavku Maksimum 15
7	Eko-distribucija podrazumeva procenu uticaja procesa distribucije na životnu sredinu, kao što su: a) korišćenje vozila sa niskom emisijom b) optimizacija rute	a) korišćenje vozila sa niskom emisijom b) optimizacija rute c) smanjenje ambalaže	d) mogućnost reciklaže (pripada procesu eko-proizvodnje)	5 poena

	c) smanjenje ambalaže d) mogućnost reciklaže Izuzmite artikal koji nije deo eko-distribucije.	d) mogućnost reciklaže		
8	Šta je SSWOT analiza? Obična SWOT analiza sa greškom u kucanju (s). a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno To znači SWOT Analiza održivosti	5 poena
9	Kompanija za igračke odlučila je da proizvodi drvene umesto plastičnih igračaka za decu. Prema sSWOT analizi, koje su jake strane ove proizvodnje, navedite nekoliko svojih izbora.	Snaga	Drvene igračke su: 1. ekološki i održive 2. izdržljive i dugotrajne 3. oslobođene štetnih hemikalija 4. bezvremena i klasična estetika 5. nudi obrazovnu vrednost	3 poena za svaki odgovor maksimum 15
10	Navedite neke slabosti za drvene igračke, prema sopstvenom izboru.	Slabosti	1. Drvene igračke dolaze sa većom cenom od plastičnih igračaka. 2. Tržište za drvene igračke suočava se sa konkurencijom elektronskih igračaka i igara.	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	b) Netačno Prisustvo pametnog telefona pokazalo je negativan uticaj na kvalitet međuljudskih odnosa, ljudi više komuniciraju putem teksta u odnosu na audio ili ličnu komunikaciju	5 poena

12	Koji su glavni akteri koje treba uzeti u obzir kada je u pitanju korporativna etika? 1) Poslodavci 2) Potrošači 3) Porodica 4) Društvo Napravite višestruki izbor.	1) Poslodavci 2) Potrošači 3) Porodica 4) Društvo	1) Poslodavci 2) Potrošači 4) Društvo	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15
----	---	--	---	--

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	Slobodan izbor. Nema pogrešnog odgovora. Za odgovor c) Alat za poslovne ciljeve, 5 poena, inače 0 poena	5 poena
2	Kada postavite SMART ciljeve, veća je verovatnoća da ćete uspeti u svom poduhvatu. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
3	Šta su bila 2 glavna faktora koji stoje iza uspeha 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 c) Niže cene u poređenju sa tradicionalnim kanalima prodaje d) Samosvest i samoeфикаsnost e) Podmićivanje državnih službenika	a) Reklame na TV-u b) Najbolje korisničko iskustvo c) Niže cene u poređenju sa tradicionalnim kanalima prodaje d) Samosvest i samoeфикаsnost e) Podmićivanje državnih službenika	b) Najbolje korisničko iskustvo d) Samosvest i samoeфикаsnost	5 poena
4	Samosvest je sposobnost prepoznavanja sopstvenih emocija, snaga i slabosti.	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena

	a) Tačno b) Netačno			
5	Samoeфикаsnost je sposobnost efikasnog obavljanja posla, što se ogleda u većoj produktivnosti u poređenju sa drugima. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno Samoeфикаsnost je verovanje u sopstvenu sposobnost da utiče na tok događaja, uprkos neizvesnosti, neuspesima i privremenim neuspesima.	5 poena
6	Da biste uspeali u svojim ciljevima, morate da se uverite da su ciljevi: a) Obećavajući b) Brzo se postižu c) Merljivi d) Promenjivi kako idete napred e) Vreme je nebitno f) Relevantno za ono što želite da uspete u celini g) Ne baš konkretno da vas ne ograničava Slobodno napravite više izbora.	a) Obećavajući b) Brzo se postižu c) Merljivi d) Promenjivi kako idete napred e) Vreme je nebitno f) Relevantno za ono što želite da uspete u celini g) Ne baš konkretno da vas ne ograničava	c) Merljivi f) Relevantno za ono što želite da uspete u celini	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10
7	Šta znači skraćenica S.M.A.R.T.? a) Specifično, merljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno b) Održivo, motivaciono, prilagodljivo, realistično i bezvremeno	a) Specifično, merljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno b) Održivo, motivaciono, prilagodljivo, realistično i bezvremeno	a) Specifično, merljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno	5 poena
8	Korišćenjem S.M.A.R.T. objektivnog alata, kompanija može da kreira fleksibilan okvir za povećanje produktivnosti i profitabilnosti u hodu. a) Tačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno Korišćenjem objektivnog alata SMART preduzeće može da kreira jasan i delotvoran	5 poena

	b) Netačno		cilj koji je usklađen sa svojom misijom i vrednostima.	
9	Koja od ovih definicija je tačna: a) Ostvariv cilj je realan i može se ostvariti s obzirom na raspoložive resurse, vreme i trud. b) Ostvarljivi ciljevi nam omogućavaju da možemo da identifikujemo ranije zanemarene prilike ili resurse koji nas mogu približiti njima a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	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	a) Tačno	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	c) Google Chrome	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. Merljivo 3. Dostižno 4. Relevantno 5. Vremenski ograničeno	1. Specifično 2. Merljivo 3. Dostižno 4. Relevantno 5. Vremenski ograničeno	Specifično: Povećajte broj mesečnih termina šišanja za pse za 20%. Merljivo: Pratite broj termina za doterivanje pasa svakog meseca i uporedite ga sa prethodnim mesecom. Dostižno: Na osnovu trenutnih tržišnih uslova i resursa kompanije, izvodljivo je povećanje mesečnih termina za šišanje pasa za 20 odsto. Relevantno: Povećanje broja zakazanih termina za šišanje pasa je od značaja za opšti cilj kompanije da poveća prihode i profitabilnost. Vremenski ograničeno: Ostvarite povećanje od 20% mesečnih termina za šišanje pasa u narednih 6 meseci.	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 dve 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) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) Motivacija je pokretačka snaga koja vas inspiriše da preduzmete akciju i ostvarite svoje ciljeve	5 poena
2	Koja od dve 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) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena

	b) c) Obe 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	Svi nabrojani: a) b) i c)	5 poena
4	Upornost se može pokrenuti faktorima kao što su: a) Elastičnost b) Hrabrost c) Samoefikasnost d) Saosećanje Izbaci uljeza sa gore navedenog spiska.	a) Elastičnost b) Hrabrost c) Samoefikasnost d) Saosećanje	d) Saosećanje	5 poena
5	Šta je sa sledećim 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) obezbeđivanje pozitivnog radnog okruženja.	Svi nabrojani	3 poena za svaki odabrani odgovor maksimum 18

	f) obezbeđivanje pozitivnog radnog okruženja.			
6	Koja strategija je bolja za postizanje uspešnih 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.	a)	5 poena
7	Stiv Džobs, osnivač Apple, otpušten je iz sopstvene kompanije zbog: a) Njegovi izumi novih proizvoda tehnološki su zastareli i propali na tržištu b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmere u drugom smeru 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 zastareli i propali na tržištu b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmere u drugom smeru c) Pokušao je da obmane Upravni odbor da izumi iPhona, iPada i iPoda pripada njemu.	b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmere u drugom smeru	10 poena
8	Šta je planiranje? a) Planiranje je razvijanje strategija za postizanje ciljeva. b) Planiranje je unapred 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 unapred odlučivanje šta da se radi, kako da se radi, kada da se radi i ko će to da uradi.	Svi navedeni: a) b) i c)	5 poena

	c) Planiranje premošćuje jaz između mesta gde smo sada i gde želimo da idemo. Slobodno napravite više izbora.	c) Planiranje premošćuje jaz između mesta gde smo sada i gde želimo da idemo.		
9	Ko je autor sledeće formule: sanjati-verovati-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	b) Volt Dizni	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	a) Tačno	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 svetskom 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 svetskom nivou	b) Tehnika prioritizacije Must have, Should Have, Could Have, and Won't Have	10 poena

12	U knjizi "7 navika visoko efektivnih ljudi" (Stephen Covey) Matrica Hitno-Važno je podeljena 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 sledeći scenario Direktor kompanije (CEO) sa sedištem u Njujorku ima 4 istovremena zadatka: 1 Redovan mesečni 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 pre otvaranja, koje je planirano za sledeću nedelju. Odredite prioritete za CEO preduzeća po principu: Uradi – Delegiraj – Odloži – Obriši (Do – Delegate – Delay – Delete).	Uradi Delegiraj Odloži Obriši	Uradi: Poslovno putovanje u San Francisco je važan zadatak za kompaniju, jer podrazumeva potpisivanje preliminarog sporazuma o poslovnoj saradnji. Ovom zadatku treba dati najviši prioritet i da bude dovršen u najkraćem mogućem roku. Delegiraj: Redovan mesečni sastanak sa angažovanom advokatskom firmom koja predstavlja preduzeće je važan zadatak, ali se može delegirati pouzdanom zaposlenom koji može efikasno da se nosi sa situacijom. Odloži: Kontrola montirane opreme u novom dislociranom postrojenju u Sijetlu je važan zadatak, ali nije hitan. Može se odložiti do kasnijeg datuma kada resursi budu dostupni. Obriši: Poslednja utakmica plej-ofa u košarci na zahtev direktorovog sina koji ima rođendan je atraktivna prilika, ali nije od suštinskog značaja za trenutni uspeh kompanije. Za sada se može izbrisati sa liste zadataka.	Maks 20 poena ako je porudžbina tačna ili 5 poena za svaki ispravan redosled 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	a) \$1.000	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	c) Marconi Wireless Telegraph	5 poena
3	Dobijanje finansijskih sredstava za startup je izazovan zadatak. Sa dole 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	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	a) Ponuda beta verzija proizvoda izabranim kupcima	5 poena
5	Taktičko planiranje je vrsta planiranja koja podrazumeva razbijanje dugoročnog strateškog plana na manje i upečatljivije kratkoročne planove. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
6	Definisanje uloga i mera zahteva 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	Sve izjave su tačne: a) b) i c)	10 poena

	Odaberite svaku ispravnu izjavu.			
7	Niko ne može da uradi sve zadatke u isto vreme. Zadaci moraju biti delegirani da bi bili uspešno dovršeni i na vreme. To zahteva 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 dodeljivanja zadataka pravim osobama sa pravim veštinama i resursima da ih efikasno završe b) identifikovanje zadataka koji se mogu delegirati, izbor pravih osoba za posao, obezbeđivanje jasnih uputstava i praćenje napretka a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	10 poena
8	Koji od sledećih koraka NIJE deo 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	Svi koraci su delovi plana taktičke implementacije	3 poena za sve odabrane odgovore maksimum 24

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

	a) b) c) Oba d) Nijedan od njih			
11	Razvoj proizvoda je deo planiranja taktičke implementacije. Možete li da predložite način da Startap bude konkurentan na zasićenom tržištu? Koristite sopstvene reči i primer.	Slobodna forma	Startap kompanija treba da razvije proizvod koji nudi bolje funkcije od konkurenata. Na primer, kompanija može da se usredsredi na kreiranje proizvoda koji su ekološkiji, održiviji i edukativniji. Dalje, može da se usredsredi na inovativne dizajne i materijale kako bi diferencirao svoje proizvode od konkurenata.	10 poena
12	Jedan od najvažnijih faktora koji je doprineo uspehu LinkedIn-a je: a) Njegova sposobnost da svojim korisnicima obezbedi vrednost, nudi platformu na kojoj profesionalci širom sveta 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 vredan resurs za profesionalce. Tačan odgovor je: a) b) c) Oba d) Nijedan od njih	a) b) c) Oba d) Nijedan od njih	c) Oba	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	Bilans uspeha Bilans stanja	5 poena
2	Koja je glavna razlika između bilansa stanja i Bilansa uspeha u pogledu vremena?	Koristite sopstvene reči da objasnite razliku	Bilans uspeha prikazuje prihode i rashode tokom određenog perioda. Dužina perioda obuhvaćenog ovim Bilansom može da varira, ali to je obično godišnji izveštaj. Bilans stanja rezimira finansijsku poziciju preduzeća na određeni dan (npr. 31. decembar).	10 poena maksimalno
3	Koja je glavna svrha Bilansa stanja? Šta Bilans stanja pokazuje zainteresovanim stranama?	Koristite sopstvene reči da biste objasnili svrhu Bilansa stanja	Bilans stanja obaveštava zainteresovane strane o finansijskoj poziciji kompanije u jednom trenutku, omogućavajući im da vide šta kompanija poseduje, kao i šta duguje drugim stranama na tačan datum.	10 poena Maks
4	Koja je glavna svrha Bilansa uspeha?	Koristite sopstvene reči da objasnite svrhu Bilansa uspeha	Osnovna svrha Bilansa uspeha je da pruži informacije o sposobnosti ili nemogućnosti kompanije da ostvari profit povećanjem prihoda, smanjenjem troškova ili oboma.	10 poena maksimalno
5	Koja je glavna svrha izvoda novčanog toka? (Cash-flow statement) Napomena: ako je sastavni deo finansijskih izveštaja u republici	Koristite sopstvene reči da objasnite svrhu izvoda novčanog toka	Osnovna svrha izvoda novčanog toka je da pruži informacije o prilivu gotovine i odlivima preduzeća tokom navedenog perioda (npr. fiskalne godine). Izjava o tokovima gotovine podeljena je u tri odeljka: operativne aktivnosti, investicione aktivnosti i aktivnosti finansiranja.	10 poena maksimalno

			Analizom izvoda o tokovima gotovine investitori mogu da utvrde da li kompanija generiše dovoljno gotovine za finansiranje svog poslovanja, plaćanje dugova i investiranje u budući rast.	
6	Koji su mogući izvori za početni kapital?	Pokušajte da imenujete nekoliko izvora	Lična investicija: osnivači ulažu sopstveni novac u startup. Prijatelji i porodica: osnivači dobijaju sredstva od svojih prijatelja i porodice. Anđeoski investitori: To su bogati pojedinci koji ulažu u startape u zamenu za osnivački kapital. Primer: Ešton Kučer je investirao u kompanije kao što su Spotify, Skype i Uber. Venture kapitalisti: To su firme koje ulažu u startape u zamenu za učešće u osnivačkom kapitalu. Crowdfunding: metod da osnivači prikupe novac od velikog broja ljudi, obično preko onlajn platforme. Inicijalna javna ponuda (IPO): To je kada startup izađe u javnost i proda deonice zainteresovanim kompanijama.	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 reči ili: DNK DoNotKnow (ne znam)	Inicijalna javna ponuda (IPO) je proces kroz koji kompanije prolaze da bi prvi put javnosti ponudile deonice svoje privatne korporacije. IPO se može posmatrati kao izlazna strategija za osnivače kompanije i rane	10 poena maksimalno

			investitore, u cilju ostvarivanja profita od njihovih privatnih investicija. Naprotiv, berza je tržište na kojem se između kupaca i prodavaca trguje akcijama, obveznicama i drugim hartijama od vrednosti.	
8	Finansijski plan nije isto što i poslovni plan. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
9	Finansijsko planiranje je sinonim za Finansijske izveštaje Pro Forma (finansijski izveštaji predviđeni za buduće periode). Sastoje se od nekoliko manjih aktivnosti. Možete li da imenujete neke od njih?	Pokušajte da imenujete nekoliko aktivnosti	Finansijsko planiranje se sastoji od nekoliko manjih aktivnosti, kao što su: <u>Izrada</u> projekcija o: prodaji, troškovima, novčanom toku, bilansu uspeha i bilansu stanja <u>Analiza</u> projekcija Finansijske projekcije Kreiranje godišnjih strategija rasta	10 poena maksimalno
10	Jedna od najvažnijih stavki finansijskog plana su troškovi. Možete li da imenujete neke od njih?	Pokušajte da imenujete nekoliko troškova	Direktni troškovi su troškovi koji se mogu direktno povezati sa određenim projektom, proizvodom ili uslugom. Primeri direktnih troškova uključuju materijalne troškove, troškove rada i opremu. Indirektni troškovi, s druge strane, su troškovi koji se ne mogu direktno povezati sa određenim proizvodom ili uslugom. Primeri indirektnih troškova uključuju plate, kiriju, komunalije i administrativne troškove kao što je kancelarijski materijal itd.	10 poena maksimalno

11	Drugi važan deo finansijskog plana su prihodi. Možete li da imenujete neke vrste prihoda?	Pokušaj da imenuješ neke prihode	Projekcija prihoda je predviđanje kako će kompanija ostvariti prihode. Prihodi mogu da uključuju različite vrste osnova (kao što su prodaja, usluge, iznajmljivanje, kamata, dividende, provizija, franšiza, oglašavanje i pretplata itd).	10 poena maksimalno
12	Da biste napravili tačne finansijske projekcije, definišite poluge prihoda, pokretače i pretpostavke.	Pokušaj da imenuješ neke od njih	Poluge prihoda su faktori kojim se mogu prilagoditi povećanje ili smanjenje prihoda: cene, obim prodaje, mesečna pretplata i mix proizvoda. Poluge prihoda su faktori koji utiču na prihode: pridobijanje klijenata, zadržavanje kupaca, marketinška potrošnja i tržišni udeo. Pretpostavke prihoda su procene koje se prave o budućem prihodu: broj kupaca (početni + novi), prosečna prodajna cena i dužina ciklusa prodaje.	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) Obe d) Nijedna od njih	a)	5 poena
2	Da bi se drugi mobilisali, važno je napraviti ubedljivu viziju. Ubedljiva vizija je izjava koja opisuje buduće stanje organizacije na način koji inspiriše i motiviše svoje zaposlene, zainteresovane strane i kupce. Ubedljiva vizija treba da bude jasna, koncizna i laka za razumevanje. Koji od ovih primera bolje odražava dobru viziju:	a) b)	a)	5 poena

	a) Naša vizija je da ubrzamo svetsku 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	c) 3M (poznato po post-it beleškama: To su mali, lepljivi papirići koje se mogu koristiti za pisanje podsetnika, beleški i poruka).	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	a) Dobra Biti transparentan sa članovima vašeg tima i zainteresovanim stranama o stanju poslovanja može pomoći u izgradnji poverenja i podsticanju osećaja vlasništva i odgovornosti. To sprečava da ljudi budu nepravedno malo plaćeni.	5 poena
5	Koja strategija je bolja za startape da mobilišu druge potencijalne partnere za svoj poduhvat: a) klasični mediji (novine, radio i TV)	a) ili b) ?	b) društvene mreže Društvene mreže su veoma moćan alat za promociju poslovanja i privlačenje potencijalnih članova tima i zainteresovanih	5 poena

	b) društvene mreže (Facebook, Instagram, X, LinkedIn) a) ili b) ?		strana i neuporedivo jeftiniji od tradicionalnih medija.	
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 prenete. a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena
7	Da biste kreirali dobar komunikacioni plan startapi bi trebalo da slede ove savete: a) Definisati publiku b) Odabir kanala c) Kreiranje rasporeda d) Budite dosledni e) Budite agresivni f) Merite rezultate	a) Definisati publiku b) Odabir kanala c) Kreiranje rasporeda d) Budite dosledni e) Budite agresivni f) Merite rezultate	a,b,c,d, i f e) Nije preporučljivo biti agresivan jer ima negativan uticaj	3 poena za svaki tačan odgovor maksimum 12

	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) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a)	5 poena
9	Navedite neke kanale komunikacije. Što više to bolje!		Poster Flajeri i brošure Bilteni Promotivni materijali Internet web sajtovi Saopštenja za javnost i konferencije za štampu Prezentacije na manifestacijama, konferencijama, sajmovima Reč od usta do usta Muzika Ekspoziti i javna umetnost Filmovi TV	2 poena za svaki tačan odgovor maksimum 20
10	Moramo da utvrdimo komunikacione ciljeve: ZAŠTO komunicirati? Šta želimo da postignemo?	• Podići svest • Promeniti stavove • Motivisati akciju	Podići svest: Cilj je da se izgradi svest o problemu, koristi, procesu, proizvodu i sl.	5 poena za svaki tačan odgovor

	Možete li da nam objasnite šta se podrazumeva pod sledećim primerima? • Podići svest • Promeniti stavove • Motivisati akciju		Promeniti stavove: Cilj je da povećate razumevanje i oblikujete mišljenja i percepcije. Motivisati akciju: Cilj je da ohrabrite ljude da preduzmu određene akcije.	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	b) finansijski cilj Finansijski ciljevi su ciljevi koje kompanije postavljaju za finansijske promene ili ozdravljenje. Preduzeća postavljaju finansijske ciljeve kako bi zadovoljila specifične potrebe, kao što su smanjenje troškova, povećanje prihoda ili rast njihovih glavnih operacija.	5 poena
12	Razvijanje jasnih i sažetih poruka je važan deo kreiranja uspešnog plana komunikacije. Moramo da komuniciramo sa našom publikom šta radimo i kako to radimo na jednostavan, lako svarljiv način. Koji od sledećih saveta je prihvatljiv: a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizuelne elemente d) Objasnite tehničke detalje e) Izbegavajte emocije Izaberite više opcija.	a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizuelne elemente d) Objasnite tehničke detalje e) Izbegavajte emocije	a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizuelne elemente Evo jednostavnog primera jasnih i sažetih poruka: Apple: "Think Different"	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15

Maksimum 102 poena

3.1 Preuzimanje inicijative

Ne.	PITANJE	Alternativni odgovor	Pravi odgovor	Poeni
1	Da preuzmem inicijativu i preduzmem akciju su sinonimi? a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno preduzimanje akcije podrazumeva ostvarivanje ciljeva, bez obzira na prepreke koje mogu nastati preuzimanje inicijative podrazumeva više od toga da se nešto uradi. To zahteva pažljivo planiranje, komunikaciju i saradnju sa drugima.	5 poena
2	<i>Preuzimanje inicijative</i> u startap kontekstu znači: a) procenjivanje situacije i samostalno preduzimanje korake za njeno rešavanje b) preduzimanje akcije bez odlaganja prema principu "gvožđe se kuje dok je vruće" a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a)	5 poena
3	Zašto savet: preduzmite akciju u skladu sa "gvožđe se kuje dok je vruće" nije dobra ideja?	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena

	a) Preduzimanje akcije bez pravilnog planiranja može dovesti do grešaka, propuštenih prilika i protraćenih resursa. b) Treba da bude uravnotežen sa pravilnim planiranjem i pripremom kako bi se obezbedio dugoročni uspeh. a) b) c) Obe 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	b) Ne To znači iskoristiti priliku dok je još uvek dostupna. Međutim, važno je pažljivo proceniti situaciju i napraviti plan pre nego što preduzmete akciju. To će vam pomoći da identifikujete potencijalne rizike i izazove i razvijete strategije za njihovo prevazilaženje.	10 poena
5	Koja od sledećih akcija NIJE deo <i>Preuzimanja Inicijative</i> za startape? a) Delujete i radite samostalno: postavite rokove, radite na svojim projektima i preuzmite odgovornost za svoj rad. b) Držite se namera: postavite dostižne ciljeve na osnovu svoje vizije, i pratite svoj napredak.	a) b) c) d)	c) finansijski izveštaji Revizija je ispitivanje finansijskih izveštaja preduzeća i mora biti završena u navedenom periodu <u>nakon</u> završetka finansijske godine	5 poena

	c) Priprema finansijskih izveštaja: bilans stanja i bilans uspeha za reviziju d) Izvršavanje planiranih zadataka: izrada plana projekta, podela zadataka na manje korake i praćenje svog napretka. a) b) c) d)			
6	Šta je upravljanje promenama? a) proces zamene 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 promena a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	b)	5 poena
7	Šta je biznis plan? a) Biznis plan je mapa puta koja prikazuje vaše poslovne ciljeve, strategije i finansijske projekcije i	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	d) Obe	5 poena

	pomaže vam da ostanete fokusirani i organizovani u daljem radu. b) Biznis plan je dokument koji detaljno opisuje ciljeve kompanije i kako namerava da ih ostvari i koristan je za ostatak na pravom putu i ne gubljenje ciljeva iz vida. a) b) c) Obe d) Nijedna od njih			
8	Koja je razlika između LEAN poslovnog plana i standardnog poslovnog plana? Koristite sopstvene reči da biste to objasnili ili odaberite: DNK (ne znam)		LEAN biznis plan pruža samo istaknute stavke (možda ukupno 10 stranica), dok standardni poslovni plan obezbeđuje celu sliku. LEAN biznis plan je pojednostavljena verzija tradicionalnog biznis plana koja se fokusira na osnovne elemente poslovanja, kao što su misija, strategija i ključne aktivnosti.	5 poena
9	Koje je ispravno značenje skraćenice ADKAR? a) A - Svesnost D - Želja K - Znanje A - Sposobnost R – Pojačanje	a) A - Svesnost D - Želja K - Znanje A - Sposobnost R – Pojačanje b) A - Pažnja D - Želja	ADKAR A - Svesnost D - Želja K - Znanje A - Sposobnost R - Pojačanje	5 poena

	b) A - Pažnja D - Želja K – Znati kako A - Prijava R – Nagrada c) DNK (ne znam)	K – Znati kako A - Prijava R – Nagrada c) DNK (ne znam)		
10	Upravljanje promenama sledi ove korake: a) 1. Razumeti promene 2. Promena plana 3. Sprovesti promene 4. Komunicirati promene b) 1. Analizirati trenutnu situaciju 2. Planirati i pokrenuti program 3. Pratiti napredak 4. Proceniti efikasnost a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena
11	Da li je moguće da startup pobedi velike i etablirane kompanije?		Usredsređujući se na Tržišne niše, nudeći inovativne proizvode i inovativnu tehnologiju, startapi mogu da poremete	20 poena maksimalno

	Koju strategiju pokretanje može da koristi za postizanje ovog cilja? Znate li neki primer?		etabliranu industriju i preuzmu tržišni udeo od većih konkurenata. Primer: Garmin je kompanija koja je osnovana 1989. Uspela je da preuzme tržišni udeo od većih konkurenata fokusirajući se na Tržišnu nišu i razvijajući inovativne proizvode. Radar Garmin Varia Rearview: Radarski sistem koji upozorava bicikliste da se približavaju vozilima otpozadi. Garmin Forerunner 945: GPS pametni sat koji prati trčanje, vožnju bicikla i plivačke aktivnosti, kao i otkucaje srca, spavanje i nivo stresa. Garminove Tržišne niše uključuju vazduhoplovne, pomorske i aktivnosti na otvorenom. Još jedan primer: MP3 tehnologiju (koju je uveo nemački inženjer Brandenburg) iz osamdesetih godina prošlog veka muzička industrija je prvobitno odbacila kao niskokvalitetni izum koji nikada ne bi poleteo. Međutim, razvoj interneta učinio je MP3 boljom opcijom od CD-ova za većinu stanovništva.	
--	--	--	--	--

			Jedna od najvažnijih prednosti MP3 je smanjena veličina datoteke što znači da prenosivi medijum može da skladišti stotine do hiljade pesama. To omogućava kupovinu na mreži i digitalna preuzimanja pesama i drugih digitalnih audio datoteka i podstiče komercijalnu dostupnost prenosivih plejera medija.	
12	Kompanija za proizvodnju igračaka za decu treba da prilagodi svoju proizvodnu liniju edukativnih igračaka novim zahtevima tržišta - zaokret ka mobilnim igrima. Možete li im dati neki koristan savet šta da rade u ovoj situaciji, kada se tradicionalno tržište igračaka prebacuje na video i mobilne igre?		1. Istražite tržište: Istražite tržište mobilnih igara kako biste identifikovali svoju ciljnu publiku i razumeli njihove potrebe. Ovo će vam pomoći da kreirate proizvod koji zadovoljava potrebe kupaca. 2. Razvijanje mobilnih igara: Razvijanje mobilnih igara koje su angažovane i edukativne. Razmislite o partnerstvu sa edukatorima kako biste kreirali igre koje su u skladu sa obrazovnim standardima. 3. Plasirajte svoje mobilne igre: Kada mobilne igre budu spremne, moraćete da ih plasirate ciljnoj publici. To će podrazumevati kreiranje marketinškog plana, identifikovanje ciljne publike i razvoj identiteta brenda. 4. Pokrenite mobilne igre: Konačno je vreme da pokrenete mobilne igre! To će podrazumevati podešavanje Web lokacije, kreiranje naloga na društvenim mrežama i osvajanje potencijalnih klijenata.	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	Svi oni; a), b) i c)	5 poena
2	Kompanija Tesla ima sledeće ciljeve: a) Povećanje proizvodnje električnih vozila i proširenje mreže za punjenje b) Prelazak sveta na održivu energiju c) Razvijanje nove tehnologije baterija i širenje na nova tržišta Napravite redosled: Kratkoročni – Srednjoročni – Dugoročni ciljevi	K: S: D:	K: a) S: c) D: b)	3 poena za svaki tačan odgovor maksimum 9
3	Koje aktivnosti sa dole navedenog spiska nisu deo planiranja? a) Identifikacija ciljeva b) Razvoj vremenske linije c) Angažovanje marketinške agencije	a) Identifikacija ciljeva b) Razvoj vremenske linije c) Angažovanje marketinške agencije d) Određivanje prioriteta aktivnosti e) Kupovina akcija	c) Angažovanje marketinške agencije e) Kupovina akcija	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 10

	d) Određivanje prioriteta aktivnosti e) Kupovina akcija f) Nadgledanje napretka	f) Nadgledanje napretka		
4	Šta je <i>Primena politike</i> (Policy deployment)? a) Sponzorstvo državnog preduzeća u finansiranju izbornih kampanja. b) Metod za obezbeđivanje da strateški ciljevi preduzeća pokreću napredak i delovanje na svakom nivou unutar tog preduzeća. c) Implementacija procesa planiraj-uradi-deluj-proveri 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	b)	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. b) vizuelni prikaz procesa planiranja koji pomaže timovima da prate kako se ciljevi međusobno povezuju.	a) b) c) d)	Svi navedeni	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 20

	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 podeljena na 4 ključna kvadranta: a) Jug Zapad Sever Istok b) Vrh Dno Levo Desno Koji je pravi odgovor? a) b)	a) b)	a)	5 poena

7	Film Matriks inspirisan je modelom X-matrix. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	b) Netačno	5 poena
8	Ključni indikatori performansi (KPI) su metrike koje pomažu organizacijama da izmere svoj napredak ka ostvarenju svojih ciljeva. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
9	Postoje različiti tipovi KPI indikatora (ključni indikatori performansi), vodeći indikatori i indikatori koji zaostaju. Koji od sledećih KPI indikatora su vodeći indikatori: a) Troškovi akvizicije kupaca b) Životna vrednost klijenta* c) Zadovoljstvo kupaca d) Angažovanje zaposlenih e) Stopa fluktuacije zaposlenih * Životna vrednost klijenta meri ukupan prihod koji preduzeće može očekivati od jednog korisničkog naloga tokom celog poslovnog odnosa. To je dragoceno sredstvo za preduzeća da shvate koliko im klijent vredi tokom vremena i da identifikuju svoje najvrednije kupce.	a) Troškovi akvizicije kupaca b) Životna vrednost klijenta c) Zadovoljstvo kupaca d) Angažovanje zaposlenih e) Stopa fluktuacije zaposlenih	a) b) d) Sledeći indikatori: c) Zadovoljstvo kupaca e) Stopa fluktuacije zaposlenih su mere onoga što se već dogodilo, a ne predviđanja o tome šta će se verovatno desiti u budućnosti.	5 poena za svaki tačan odgovor maksimum 15
10	Hoshin Kanri X matricu je izumeo:	a) b)	a)	5 poena

	a) Profesor Yoji Akao, iz Mitsubishi Electric Corporation b) Profesor Nik Akada, sa Tokijskog univerziteta a) b)			
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)	c) srednjoročni plan (3-5 godina)	5 poena
12	Kada pravite planove preporučljivo je biti fleksibilan? a) Tačno b) Netačno Objasnite zašto.	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno Preporučljivo je biti fleksibilan i biti voljan da se prilagodite nepredviđenim promenama. To može da uključuje promenu ciljeva ili podešavanje vremenske linije na osnovu novih informacija.	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	a) Tačno	5 poena
2	Prvi korak da izbegnete neuspeh kada ste primorani da donosite odluke koje se bave neizvesnošću, dvosmislenošću i rizikom je da: a) Identifikujete rizike b) Izradite plan za hitne slučajeve	a) Identifikujete rizike b) Izradite plan za hitne slučajeve	a)	5 poena
3	Uslovi su se promenili u poređenju sa početnom situacijom i mora se napraviti izbor između dve 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	b)	5 poena
4	Koji od navedenih stavki NIJE deo procene rizika? a. Identifikacija mogućih rizika	a) b) c) d)	b)	5 poena

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

	b) da li postoji dovoljna potražnja za onim što imate da ponudite po ceni koju ste sami odredili. a) b)			
7	Pronađite koji od sledećih 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 cene). c) Povećanje kamatnih stopa može povećati vašu cenu obrtnog kapitala (rizik kamatne stope). d) Pad vrednosti nekretnine koju ste založili kao garanciju kod banke može dovesti do smanjenja vaših kreditnih linija (rizik od cene nekretnina). e) Rizik od kolapsa celokupnog finansijskog sistema ili celog tržišta (sistematski rizik). a) b) c) d) e)	a) b) c) d) e)	e) Sistematski rizik se odnosi na rizik svojstven celom tržištu ili tržišnom segmentu, koji utiče na celokupno tržište, a ne samo na određenu akciju ili industriju. Usporavanje privrede može dovesti do pada vrednosti akcija na berzi, što je primer sistematskog rizika.	5 poena
8	Svi rizici imaju dve dimenzije: verovatnoću pojave i ozbiljnost potencijalnih posledica. Ove dve dimenzije čine četiri kvadranta, što	A + _ B + _ C + _ D + _	A + b B + a C + d D + c	5 poena za svaki tačan odgovor

	zauzvrat sugeriše kako bismo mogli da pokušamo da ublažimo te rizike: A: Rizici koji se mogu bezbedno zanemariti B: Rizici koji se mogu ublažiti jednostavnim promenama 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)	b) Ovo je "rizik od smetnji" - sitnice koje često izgledaju kao da idu naopako, ali čiji je uticaj dovoljno lak da se svede na minimum kroz direktne promene u ponašanju. Rešenje: Koristite softver za pravljenje automatizovanih dnevnih rezervnih kopija kako biste izgubili, najviše jedan dan na poslu ako oštetite računar.	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)	d) Ubice kompanije: rizici i sa relativno velikom verovatnoćom pojave i velikim posledicama. Primeri rizika ljudi (koji se često nazivaju rizikom ponašanja) su: prevare, loše poslovne odluke, ilegalne aktivnosti i slabo korporativno upravljanje.	10 poena
11	Ko od navedenih osiguranja spada u kategoriju: Osigurani rizici: a) Odricanje od odgovornosti može da ublaži zahteve nastale kao posledica neispravnosti proizvoda ili povreda posetilaca na licu mesta; b) Osiguranje od grešaka i propusta može ublažiti tužbe nezadovoljnih kupaca; a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	10 poena
12	Ko je autor citata "Pravi umetnici isporučuju" (Real artists ship) a) Stiv Džobs. On je iskoristio ovaj izraz da motiviše tim da osmisli inovativni	a) b)	a)	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 namerom da ohrabri saradnike posle niza neuspelih 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	a) Tačno	5 poena
2	Psihološka bezbednost je: a) verovanje da se može progovoriti bez straha od odmazde. b) zaštita od ispiranja mozga kroz obmanjujuće poslovne prakse a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a)	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 osećaju se više uključenim u projekat.	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena

	a) b) c) Obe 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 delo. b) Podsticanje otvorene i transparentne komunikacije može dovesti do otkrivanja poslovnih tajni konkurentima i ugrožavanja poduhvata a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	d) Nijedna od njih Podsticanje otvorene i transparentne komunikacije može pomoći članovima tima da se osećaju prijatnije deleći svoje ideje i mišljenja. Takođe može pomoći u sprečavanju nesporazuma i konflikata.	5 poena
5	LEAN metodologiju definišu tri ključna elementa: fokusiranje na vrednost za kupca, eliminisanje stvari koje ne pružaju direktno vrednost (otpad) i ponavljanje sa cikličnim poboljšanjima. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena

6	Šta je Lean Canvas? a) Lean Canvas je dizajniran da pomogne preduzetnicima da se fokusiraju na maksimiziranje korisničke vrednosti tako što će identifikovati najvažnije pretpostavke i vrednosti 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 vrednosti. a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	5 poena
7	Prvi korak u Lean Canvas-u je da opišete probleme koje rešavate za svoje kupce i korisnike. Identifikovanje problema vam pomaže da se usredsredite na potrebe klijenata i kreirate proizvod ili uslugu koja rešava te potrebe. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena
8	Šta je <i>jedinstveni predlog vrednosti</i> (Unique Value Proposition UVP)?	a) b) c)	b) c)	5 poena za svaki tačan odgovor

	a) Jedinstveni predlog vrednosti (UVP) je ekskluzivna ponuda proizvoda sa popustom samo za verne kupce u određenom periodu (npr. Crni petak) b) Jedinstveni predlog vrednosti (UVP) je izjava koja kupcu i korisniku kaže zašto ste različiti i na šta vredi obratiti pažnju. c) Jedinstveni predlog vrednosti (UVP) je lista pogodnosti koje isporučujete klijentima i korisnicima nudeći rešenje koje rešava njihove probleme na različit način u poređenju sa postojećim alternativama. a) b) c) Napravite više izbora ako je to prikladno.			maksimum 10
9	"Ubrzavanje svetske tranzicije na održivu energiju" (Tesla korporacija). Ova rečenica je: a) Slogan b) Jedinstveni predlog vrednosti (UVP) a) b)	a) b)	b) Slogan je kratka i nezaboravna fraza koja se koristi u reklamnim kampanjama kako bi se pomoglo tržištu da prepozna kompaniju. "Vozi slobodno" "Gori gume, ne benzin"	10 poena
10	<i>Koncept visokog nivoa</i> (High-level Concept) je kratka i nezaboravna izjava	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	10 poena

	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			
11	Koja od ove dve izjave više odgovara svrhama brendiranja i komunikacije sa investitorima: a) Airbnb UVP je: "Pripadajte bilo gde." (Belong Anywhere). b) Airbnb Koncept visokog nivoa je: "Rezervišite jedinstvene domove i iskustva širom sveta." (Book unique homes and experiences around the world.) a) b)	a) b)	b) UVP je usmeren na kupce usluga	10 poena
12	Glavna razlika između Lean Canvas i Business Model Canvas a) Lean Canvas je više fokusiran na rešavanje određenog problema, dok je Business Model Canvas više fokusirano na prodaju određenog proizvoda. b) Lean Canvas je osmišljen tako da pomogne preduzetnicima da se	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	10 poena

	fokusiraju na maksimiziranje vrednosti korisnika identifikovanjem najvažnijih pretpostavki i vrednosti njihove poslovne ideje dok je Business Model Canvas sveobuhvatniji model i pogodan za već uspostavljeno poslovanje. a) b) c) Obe 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 menjati) odnosno ako nešto radi i daje potrebne rezultate, nemojte praviti nikakve promene koje bi potencijalno mogle da ga prekinu. Da li je ovo primenljivo danas? a) Da b) Ne	a) Da b) Ne	b) Ne Važno je da se neprekidno usavršavate i inovirate, čak i ako nešto dobro funkcioniše. To je zato što se svet stalno menja, a ono što dobro funkcioniše danas možda neće dobro funkcionisati sutra.	5 poena
2	Koji izraz je bolje primeniti: 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 izbegnete pravljenje istih grešaka koje su drugi napravili. a) b)	a) b)	b) Učenje iz sopstvenih grešaka može biti spor i bolan proces koji može dovesti do negativnih posledica.	10 poena
3	Identifikovanjem naučenih lekcija možete da iskoristite svoje uspehe i da registrujete svoje greške. a) Tačno b) Netačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena

4	Šta to znači - Identifikujte oblasti neefikasnosti: a) Eliminirati suvišne procese i pojednostaviti buduće poduhvate. b) Rešite se svega što ne pomaže timu da ostvari svoje ciljeve. a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	a) b) c) Obe d) Nijedna od njih	c) Obe	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.	a) Da Proces naučenih lekcija je kontinuirani proces prikupljanja i dokumentovanja informacija, dok je analiza naučenih lekcija tehnika koja se koristi za analizu informacija prikupljenih tokom procesa	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. Primenite	a. Identifikujte b. Dokumentujte c. Analizirajte d. Sačuvajte e. Povratite f. Primenite	f) Primenite	10 poena
7	Koji su sopstveni linijski proizvodi pomogli Amazonu da postane jedan od	a) Kindle e-reader b) Play stanica c) iPhone	a) Kindle e-reader	5 poena

	najvećih svetskih onlajn prodavaca, na početku poslovanja? a) Kindle e-reader b) Playstation c) iPhone			
8	Šta je pomoglo Appleu da izbegne 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	c) Fokusiranje se 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)	b)	5 poena
10	Da li je ovaj savet koristan u startap kompaniji? Negujte kohezivnije timove: Povećajte moral tako što ćete postići više pobeda kao tim. a) Tačno	a) Tačno b) Netačno	a) Tačno	5 poena

	b) Netačno			
11	Šta znači identifikovati oblasti neefikasnosti: a) Eliminirati suvišne procese i pojednostaviti buduće poduhvate. b) Rešiti se svega što ne pomaže timu da ostvari svoje ciljeve. c) Identifikovati koja odeljenja ne ostvaruju visok nivo profita. a) b) c) Slobodno napravite više izbora.	a) b) c)	a) i b) Neka odeljenja (kao što su Pravni ili R&D) nisu orijentisana na profit	10 poena
12	Koje je najbolje mesto za čuvanje izveštaja 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 sprečila moguća krađa i prenos podataka konkurentima. a) b)	a) b)	a)	10 poena

Maksimum 90 poena

Literature:

- 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>.

Redukcioni odbor:

Prof. dr. Zdravko Živković

Prof. Lidija Bilbija



zdravko.zivkovic@fimek.edu.rs