



UNIVERZITET U NIŠU  
MAŠINSKI FAKULTET  
U NIŠU



# PITANJA

iz predmeta:

## STRATEŠKI MENADŽMENT

<b>1</b>	<b>Menadzment kao proces ima svoje faze:</b>
a)	Planiranje, organizovanje, upravljanje i kointrolu poslovne aktivnosti.
b)	<u>Planiranje, organizovanje i kontrolu poslovne aktivnoisti.</u>
c)	Planiranje, vodjenje i kontrolu poslovne aktivnosti.
<b>2</b>	<b>Jos uvek je aktuelna veoma koncizna definicija autorke Folet:</b>
a)	Menadzment je kontinuelni proces kojim se pokrece i usmerava poslovna aktivnost radi ostvarenja svrhe poslovanja preduzeca.
b)	Menadzment je stalni proces resavanja problema sa kojima se suocava preduzece u obavljanju svoje poslovne aktivnosti.
c)	<u>Menadzment je sposobnost da se posao obavi preko ljudi.</u>
<b>3</b>	<b>Efikasnost znaci:</b>
a)	<u>raditi bolje ono sto se radi</u>
b)	raditi prave stvari
c)	da se ostvaruju ciljevi poslovanja preduzeca na pravi nacin
<b>4</b>	<b>Efektivnost znaci:</b>
a)	raditi bolje ono sto se radi

b)	raditi brze ono sto se radi
c)	<u>raditi prave stvari</u>
<b>5</b>	<b>Menadzment sistemi su se smenjivali po etapama:</b>
a)	<u>budzetsko planiranje, planiranje zasnovano na predvidjanju, strategijsko planiranje i strategijski menadzment.</u>
b)	racionalno planiranje, planiranje zasnovano na predvidjanju, strategijsko planiranje i strategijski menadzment.
c)	racionalno planiranje, planiranje zasnovano na predvidjanju, strategijska analiza i strategijski menadzment.
<b>6</b>	<b>Menadzment se u novije vreme posmatra kao:</b>
a)	svojevrсна tehnologija koja omogućava produktivnost preduzeca
b)	<u>svojevrсна drustvena tehnologija koja omogućava efektivnost i efikasnost preduzeca</u>
c)	proces planiranja, organizovanja, vodjenja i kontrole poslovne aktivnosti
<b>7</b>	<b>Planiranje:</b>
a)	osposobljava preduzece da efikasno ostvaruje odluke
b)	osposobljava preduzece da predvidja buducnost
c)	<u>usmerava poslovnu aktivnost</u>
<b>8</b>	<b>U savremenoj privredi se:</b>
a)	<u>produzava tzv. vodece vreme (vreme potrbno da se od invencije dodje do inovacije i pocne njena difuzija) za dobar broj delatnosti</u>
b)	skracuje tzv. vodece vreme
c)	ostaje nepromenjeno
<b>9</b>	<b>Strategijski planovi se:</b>
a)	donose uvek u preciznim vremenskim intervalima
b)	<u>ne donose uvek u preciziranim vremenskim intervalima vec kad se javi potreba da se racionalno pridje opasnostima i mogucnostima koje se uoce u sredini</u>
c)	ne donose uvek u preciziranim vremenskim intervalima vec kad se javi potreba da se identifikuju kritichni faktori uspeha u posebnoj grani

<b>10</b>	<b>Draker naglasava da se strategisko planiranje:</b>
a)	bavi buducim odlukama
<u>b)</u>	<u>ne bavi buducim odlukama vec buducnoscu sadasnjih odluka</u>
c)	bavi se sadasnjim odlukama
<b>11</b>	<b>Tri bitna atributa strategijskog planiranja su:</b>
a)	njegova orijentisanost na bazicna pitanja efikasnosti poslovanja, orijentisanost na promenu strategijske pozicije preduzeca, orijentisanost na razvoj
b)	priprema sadasnjeg poslovanja za buducnost, neposredna akcija i orijentisanost na rast i razvoj
<u>c)</u>	<u>orijentisanost na rast i razvoj, orijentisanost na bazicna pitanja efikasnosti poslovanja, orijentisanost na promenu strategijske pozicije preduzeca</u>
<b>12</b>	<b>Efektivnost se meri:</b>
<u>a)</u>	<u>realizovanjem dobiti na trzistu prilagodjavanjem proizvoda i usluga zahtevima traznje</u>
b)	tako sto se stave u odnos efekti i troskovi ucinjeni da se oni ostvare
c)	realizovanjem profita na osnovu prodaje proizvoda i usluga
<b>13</b>	<b>Efikasnost se tretira kao:</b>
a)	eksterni problem preduzeca
b)	problem na koji nacin preduzece podmiruje potrebe kupaca na trzistu
<u>c)</u>	<u>interni problem preduzeca</u>
<b>14</b>	<b>Ako je preduzece efikasno ali neefektivno:</b>
a)	ciljevi nisu ostvareni, a izvori preduzeca su lose korisceni
<u>b)</u>	<u>izvori preduzeca su dobro iskorisceni, ali ciljevi nisu ostvareni</u>
c)	ciljevi su ostvareni i izvori preduzeca su dobro iskorisceni
<b>15</b>	<b>Strategijski menadzemnt ukljucuje sledeca podrucja aktivnosti:</b>
a)	strategijsko razmisljanje, strategijsko planiranje i strategijsku promenu

b)	strategijsku analizu, strategijsko planiranje i strategijsku promenu
c)	<u>strategijsku analizu, strategijsko izbor i strategijsku promenu</u>
<b>16</b>	<b>Postoje izvesna ogranicenja koncepta strategijskog menadzmenta:</b>
a)	koncept je holisticki, vise je proceduralan, koncept je nepolitan
b)	<u>koncept je holisticki, vise je analitan, koncept je nepolitan</u>
c)	koncept ide od posebnog ka opstem, vise je analitan, koncept je nepolitan
<b>17</b>	<b>Postoji shvatanje da promene u sredini mogu biti:</b>
a)	<u>operativne, konkurentske i strategijske</u>
b)	operativne, takticke i strategijske
c)	takticke, strategijske i konkurentske
<b>18</b>	<b>Takticko reagovanje na promene u sredini:</b>
a)	iznalazenje novog odnosa proizvod-trziste ciji je potencijal dobiti povoljniji za preduzece
b)	<u>ima za cilj da se razmena ucini rentabilnom-poboljsava se efikasnost proizvodnje i prodaje da se poboljsa ucesce na postojećem trzistu</u>
c)	ima za cilj da se razmena ucini rentabilnom-poboljsava se efektivnost proizvodnje i prodaje da se poboljsa ucesce na postojećem trzistu
<b>19</b>	<b>Akof je izneo misljenje da postoje sledeci stavovi preduzeca prema buducnosti:</b>
a)	pasivan, aktivan, reaktivan, interaktivan
b)	reaktivisticki, neaktivisticki, preaktivisticki, dinamicki
c)	<u>reaktivisticki, neaktivisticki, preaktivisticki, interaktivisticki</u>
<b>20</b>	<b>Kod neaktivistickog pristupa:</b>
a)	traze se optimalna resenja
b)	<u>zadovoljava se drugim najboljim resenjem</u>
c)	nastoji da se problemi resavaju kao ranije

<b>21</b>	<b>Reaktivisti plivaju:</b>
a)	<u>protiv struje</u>
b)	sa strujom
c)	uz struju
<b>22</b>	<b>Preaktivistički pristup znaci:</b>
a)	da se preduzece miri sa postojećim razvojem događaja i da donosi planove na osnovu mogućnosti, izbegavajući rizik
b)	da preduzece nastoji da izbegava probleme i da se problemi resavaju kao ranije
c)	<u>da preduzece prihvata prjentaciju na buducnost i da promene u sredini u kojoj obavlja svoju poslovnu aktivnost gleda pozitivno</u>
<b>23</b>	<b>Interaktivistički pristup:</b>
a)	stavlja akcenat na prilagodjavanje (adaptiranje)
b)	<u>polazi od pretpostavke da se buducnost tesko moze apsolutno kontrolisati ali se moze menjati</u>
c)	polazi od pretpostavke da se buducnost ne moze menjati
<b>24</b>	<b>Vizija:</b>
a)	<u>je slika kako preduzece moze da izgleda u buducnosti</u>
b)	daje identitet preduzecu
c)	treba da odrazi osnovne razloge postojanja preduzeca
<b>25</b>	<b>Misija:</b>
a)	treba da daje znanje o ocekivanoj buducnosti
b)	<u>daje identite preduzecu</u>
c)	je mapa puta za buducnost preduzeca
<b>26</b>	<b>Strategijska namera je:</b>
a)	je slika kako preduzece moze da izgleda u buducnosti

b)	sustina misije i izrazava osnovne aspiracije preduzeca
c)	<u>sustina vizije i izrazava osnovne aspiracije preduzeca</u>
<b>27</b>	<b>Ciljevi:</b>
a)	su mapa puta za buducnost preduzeca
b)	<u>su nameravana stanja kojima se stremi na osnovu preduzete poslovne akcije</u>
c)	su tacno precizirani poslovni rezultat koji se mora ostvariti u odredjenom intervalu vremena
<b>28</b>	<b>Polazna pretpostavka budzetskog planiranja je bila da:</b>
a)	<u>se proslost ponavlja i da se upravljanje moze zasnivati na iskustvu poslovanja preduzeca od ranije</u>
b)	se proslost ne ponavlja
c)	se buducnost moze predvideti
<b>29</b>	<b>U cetvrtoj etapi menadzment sistema (strategijski menadzment):</b>
a)	pocinje da se razmislja strategijski
b)	menadzment treba da predvidi zbivanja na trzistu
c)	<u>menadzment treba da kreira buducnost</u>
<b>30</b>	<b>Logisticki podsistem se bavi:</b>
a)	usmeravanjem i kontrolom poslovne aktivnosti
b)	<u>konverzijom inputa u output</u>
c)	prikupljanjem informacija koje su neophodne za upravljanje poslovanjem
<b>31</b>	<b>Teorija i praksa pravi razliku izmedju:</b>
a)	<u>startegijskog i operativnog menadzmenta</u>
b)	taktickog i operativnog menadzemnta
c)	strategijskog i taktickog menadzmenta

<b>32</b>	<b>Operativni menadžment se bavi:</b>
a)	uspostavljanjem odnosa preduzeca i sredine
b)	usmeravanjem i kontrolom poslovne aktivnosti
c)	<u>transformacionim procesom</u>
<b>33</b>	<b>Plansko reagovanje na diskontinuitet pretpostavlja:</b>
a)	reagovanje ex post
b)	<u>preduzimanje akcija unapred</u>
c)	preduzimanje akcija kada je preduzece vec pretrpelo odredjenu stetu
<b>34</b>	<b>Strategisko planiranje omogucava preduzecu da se suoci sa:</b>
a)	<u>tzv. shokom buducnosti</u>
b)	promenama u sredini
c)	novim zahtevima potrosaca
<b>35</b>	<b>Reaktivisticki pristup:</b>
a)	znaci da se preduzece miri sa postojećim razvojem dogadjaja
b)	<u>znaci da preduzece nastoji da izbegava probleme i da se oni resavaju kao ranije</u>
c)	znaci da je preduzece orjentisano na buducnost
<b>36</b>	<b>Pretpostavka da se stvori moderan sistem strategijskog planiranja je:</b>
a)	strategijska analiza
b)	strategijski menadžment
c)	<u>strategijsko razmisljanje</u>
<b>37</b>	<b>Menadžment je:</b>
a)	<u>kontinualni proces kojim se pokrece i usmerava poslovna aktivnost radi ostvarenja ciljeva</u>

b)	periodicna aktivnost koja se preduzima da bi se preduzece suocilo sa promenama u sredini
c)	kontinualna aktivnost koja se preduzima radi prilagodjavanje sredini
<b>38</b>	<b>Koncept strategijskog menadzmenta se prihvata u preduzecima suocenim sa:</b>
a)	stabilnom sredinom
b)	nepromenljivom sredinom
c)	<u>promenjivom i kompleksnom sredinom</u>
<b>39</b>	<b>Startegijski menadzment omogucava:</b>
a)	inkrementalne promene
b)	<u>transformacione promene u preduzecu</u>
c)	operativne promene
<b>40</b>	<b>Operativne promene u sredini:</b>
a)	dovode do transformacije u trzisnoj poziciji preduzeca
b)	dovode do promene u odnosu izmedju preduzeca i sredine
c)	<u>ne dovode do promene izmedju preduzeca i sredine</u>
<b>41</b>	<b>Promene u sredini mogu zahtevati:</b>
a)	<u>takticko i strategijsko reagovanje od strane preduzeca</u>
b)	takticko i operativno reagovanje od strane preduzeca
c)	operativno i startegijsko reagovanje od strane preduzeca
<b>42</b>	<b>Startegijska namera:</b>
a)	<u>daje osecaj smeru i izazov je za preduzece</u>
b)	je nameravano stanje kojem se stremi na osnovu preduzete poslovne akcije
c)	daje identitet preduzecu



<b>43</b>	<b>Zadaci su:</b>
a)	operacionalizacija strategije
b)	operacionalizacija taktike
c)	<u>operacionalizacija ciljeva</u>
<b>44</b>	<b>Dobro definisana struktura ciljeva je bitna:</b>
a)	jer ciljevi na nizem nivou treba da budu nekonzistentni sa ciljevima na visem nivou
b)	<u>jer svi ciljevi treba da budu medjusobno uskladjeni i komplementarni</u>
c)	jer svaki cilj organizacionih jedinica u liniji ne mora biti konzistentan sa svakim drugim u istoj liniji
<b>45</b>	<b>Drakeru se pripisuje ideja za uvodjenje pristupa:</b>
a)	upravljanja putem zadataka
b)	upravljanja radi maksimiziranja profita
c)	<u>upravljanja putm ciljeva</u>
<b>46</b>	<b>Najsvodniji ekonomski pokazatelj rezultata poslovanja preduzeca u trzisnoj privredi (primarni cilj) je:</b>
a)	prihod
b)	<u>dobit</u>
c)	rast i razvoj
<b>47</b>	<b>Strategija je orjentisana na:</b>
a)	<u>izbor poslovnog podrucja i alokaciju izvora da se kreira konkurentna prednost</u>
b)	rast i razvoj preduzeca
c)	izbor poslovnog podrucja i razvoj na njemu
<b>48</b>	<b>Poslovno podrucje je odredjeno:</b>
a)	delatnoscu kojom preduzece namerava da se bavi

b)	poslovnom aktivnoscu koju preduzece namerava da obavlja
c)	<u>strategijom kupaca cije potrebe preduzece namerava da zadovolji</u>
<b>49</b>	<b>Strategijska grupa je:</b>
a)	grupa preduzeca u jednoj grani koja ima razlicite strategije
b)	<u>grupa preduzeca u jednoj grani koja ima iste ili slicne strategije</u>
c)	grupa preduzeca u vise grana koja imaju slicne strategije
<b>50</b>	<b>Konkurentska situacija postoji kad god:</b>
a)	<u>dva ili vise preduzeca zele da ostvare isti cilj u situaciji kada se pretpostavlja da sva preduzeca nece biti u stanju da ostvare cilj</u>
b)	postoji medjuodnos izmedju razlicitih kupaca i prodavaca odredjene linije proizvoda na odredjenom trzistu
c)	dva ili vise preduzeca ne zele da ostvare isti cilj u situaciji kada se pretpostavlja da sva preduzeca nece biti u stanju da ostvare cilj
<b>51</b>	<b>Za racionalnost strategije od posebnog znacaja je da menadzment preduzeca:</b>
a)	<u>identifikuje pokretacke snage promena u sredini i definise kriticke faktore uspeha u odredjenoj grani</u>
b)	izabere poslovno podrucje
c)	alocira izvore
<b>52</b>	<b>Ofanzivne taktike su:</b>
a)	interaktivnog karaktera
b)	reaktivnog karaktera
c)	proaktivnog karaktera
<b>53</b>	<b>Cetiri opsta tipa taktika su:</b>
a)	<u>predupredjenje, napad, dekuraziranje i reagovanje</u>
b)	ofanzivne, defanzivne, napad i reagovanje
c)	anticipativne, taktike angazovanja, napad i reagovanje

<b>54</b>	<b>Koncept strategijske superiornosti pocinje sa analizom:</b>
a)	<u>postojece konkurentne sredine i razumevanjem prihvacene strategijske paradigme za tu granu</u>
b)	moguce konkurentne situacije i razumevanjem pravila igre
c)	buducih konkurenata
<b>55</b>	<b>Postoje cetiri razlicite konkurentne sredine:</b>
a)	<u>ekvilibrij, fluktuirajuci ekvilibrij, prekinuti ekvilibrij i neekvilibrij</u>
b)	ekvilibrij, plivajuci ekvilibrij, prekinuti ekvilibrij i neekvilibrij
c)	ekvilibrij, plivajuci ekvilibrij, neprekinuti ekvilibrij i neekvilibrij
<b>56</b>	<b>U sredini ekvilibrija lider stice dobit:</b>
a)	<u>ogranicavanjem konkurenata i tako stice uslove za monopolsku dobit</u>
b)	konstantnim poboljsanjem i kreiranjem vrednosti putem inovacija
c)	koristeci sustinu kompetentnosti
<b>57</b>	<b>Izneto je misljenje da jedna grupa evoluira duz cetiri razlicite trajektorije</b>
a)	<u>radikalno, povezivajuce, kreaktivno i progresivno</u>
b)	inkrementalno, povezivajuce, reaktivno i progresivno
c)	radikalno, povezivajuce, reaktivno i anticipativno
<b>58</b>	<b>Da bi se razumelo o kojem se tipu promena u grani radi treba posmatrati:</b>
a)	<u>sustinu aktivnosti i sustinu aktive</u>
b)	sustinu kompetentnosti i sustinu aktive
c)	sustinu aktivnosti i sustinu pasive
<b>59</b>	<b>Poziciona konkurentna prednost se cesto:</b>
a)	zasniva na znanju, iskustvu, kompetentnosti

b)	zasniva na neopipljivoj aktivi preduzeca
c)	<u>izvodi iz vlasništva ili pristupa bazicnim izvorima</u>
<b>60</b>	<b>Pozicija na trzistu kada nema preduzeca koja daju superiorne vrednosti za neki trzisni segment i nijedno preduzece nema relativnu prednost u troskovima jednako je onoj u:</b>
a)	teoriji neperfektne konkurencije
b)	<u>teoriji perfektne konkurencije</u>
c)	teoriji monopola
<b>61</b>	<b>Strategisko pozicioniranje proizilazi iz tri razlicita izvora:</b>
a)	pozicioniranje na osnovu troska, na potrebama, na segmentima
b)	pozicioniranje na osnovu superiorne vrednosti, na potrebama, na segmentima
c)	<u>pozicioniranje zasnovano na varijetetu, na potrebama, segmentacija potrosaca</u>
<b>62</b>	<b>U literaturi je prisutno shvatanje da postoje tri nacina stvaranja strategije:</b>
a)	<u>preduzetnicki, adaptivni, planski</u>
b)	preduzetnicki, reaktivni, planski
c)	preduzetnicki, proaktivni, planski
<b>63</b>	<b>Kod preduzetnickog pristupa stvaranja strategije karakteristicno je:</b>
a)	<u>nastojanje da se nadju ili stvore nove mogucnosti za rast preduzeca</u>
b)	da je pristup pre reaktivan nego proaktivan
c)	da ono odgovara preduzecima koja poslovnu aktivnost obavljaju u stabilnoj i predvidivoj sredini
<b>64</b>	<b>U uslovima izrazenog diskontinuiteta preporucuje se:</b>
a)	<u>nastajane strategije tokom obavljanja aktivnosti</u>
b)	racionalno planiranje
c)	usmereno ucenje

<b>65</b>	<b>U modelu po kome se stvaranje strategije primarno zasniva na izvorima pretpostavlja se da:</b>
a)	sva preduzeca u istoj grani imaju iste izvore i da oni nisu veoma mobilni u preduzecu
b)	sva preduzeca u istoj grani nemaju iste izvore i da su oni veoma mobilni u preduzecu
c)	<u>sva preduzeca u istoj grani nemaju iste izvore i da oni nisu veoma mobilni u preduzecu</u>
<b>66</b>	<b>Drustvena strategija:</b>
a)	se bavi odnosom preduzeca sa organizacijama van preduzeca
b)	<u>ima u fokusu nacine na koji nacin preduzece namerava da izađe u susret zahtevima drustva</u>
c)	iam za cilj koheziju preduzeca
<b>67</b>	<b>Bitna razlika izmedju poslovni centara i SPJ je u cinjenici da su:</b>
a)	<u>poslovni centri medjuzavisni u odnosu na trziste proizvoda i da konkurisu za iste strategijske izvore</u>
b)	poslovni centri nezavisni u odnosu na trziste proizvoda i da konkurisu za iste strategijske izvore
c)	poslovni centri medjuzavisni u odnosu na trziste proizvoda i da konkurisu za razlicite strategijske izvore
<b>68</b>	<b>Bitna karakteristika sistemskog pristupa u strategijskom menadzmentu je:</b>
a)	elementarizam
b)	inkrementalizam
c)	<u>holizam</u>
<b>69</b>	<b>Proces formiranja strategije u preduzecu sa podsistemima koji imaju status centra dobiti se moze odvijati primenom cetiri pristupa:</b>
a)	<u>odozdo navise, odozdo nanize, integrativni i kvaziautonomni</u>
b)	racionalno planiranje, logicki inkrementalizam, usmereno ucenje, nastajuce strategije
c)	racionalno planiranje, logicki inkrementalizam, integrativni i kvaziautonomni
<b>70</b>	<b>BKG je izucavanjem uzroka prednosti u troskovima dosla do efekta krive iskustva:</b>
a)	<u>troskovi opadaju po jedinici proizvoda kada se proizvodnja udvostruci</u>

b)	troškovi rastu po jedinici proizvoda kada se proizvodnja udvostruci
c)	troškovi se ne menjaju kada se proizvodnja udvostruci
<b>71</b>	<b>S obzirom na poziciju u matrici Mekinzi GE postoje tri stretegijski pozicije za SPJ:</b>
a)	<u>investirati/rasti, selektivno investirati/odrzavati poziciju i zetva/dezinvestirati</u>
b)	opstajati na trzistu, rasti, dezinvestirati
c)	investirati/rasti, odrzavati dominantnu poziciju, povlacenje sa trzista
<b>72</b>	<b>U ADL pristupu pozicija SPJ se odredjuje na osnovu dve dimenzije:</b>
a)	<u>zrelost grane i konkurentna pozicija</u>
b)	atraktivnost grane i konkurentna pozicija
c)	rast grane i konkurentna pozicija
<b>73</b>	<b>Stopa rasta je obicno jednaka stopi rasta BNP u privredi u:</b>
a)	<u>zrelim granama</u>
b)	rastucim granama
c)	nastajucim granama
<b>74</b>	<b>Preduzece ima dominantnu poziciju kada:</b>
a)	SPJ ima vise od prosečne sposobnosti da se poboljša pozicija
b)	SPJ ima slabe performanse
c)	<u>SPJ ima siri krug strategijskih opcija izmedju kojih moze da bira nezavisno od konkurenata</u>
<b>75</b>	<b>SPJ moze da odrzava konkurentnu poziciju i pored akcija konkurenata kada je njena pozicija:</b>
a)	odrziva
b)	<u>jaka</u>
c)	povoljna

<b>76</b>	<b>Jedno od ogranicenja portfolio modela je:</b>
a)	<u>da je stopa rasta nedovoljna da opise opstu atraktivnost grane</u>
b)	da je stopa rasta dovoljna da opise opstu atraktivnost grane
c)	da je relativno trzisno ucesce dovoljno da objasni opstu konkurentsku poziciju
<b>77</b>	<b>Strategijsko upravljanje se moze podeliti na tri faze:</b>
a)	<u>strategijsku analizu, startegijski izbor, strategijsku promenu</u>
b)	strategijsku planiranje, startegijski izbor, strategijsku promenu
c)	strategijsku planiranje, startegijsku analizu, strategijsku promenu
<b>78</b>	<b>U fokusu strategijske analize su:</b>
a)	sredina (snage i slabosti) i izvori (mogucnosti i opasnosti)
b)	konkurenti preduzeca i njihove snage i slabosti
c)	<u>sredina (mogucnosti i opasnosti) i izvori (snage i slabosti)</u>
<b>79</b>	<b>Posebna kompetentnost proizilazi iz dva komplementarna faktora preduzeca:</b>
a)	izvora i iskustva
b)	izvora i konkurentne prednosti
c)	<u>izvora i njihove sposobnosti</u>
<b>80</b>	<b>Pravi se razlika izmedju:</b>
a)	defanzivnog, aktivnog i ofanzivnog obavestavanja
b)	<u>defanzivnog, pasivnog i ofanzivnog obavestavanja</u>
c)	defanzivnog, pasivnog i anticipativnog obavestavanja
<b>81</b>	<b>Pasivno obavestavanje:</b>
a)	<u>ima za cilj da pruzi podatke za objektivnu ocenu sredine</u>

b)	ima za cilj da se preduprede iznenadjenja iz sredine
c)	ima za cilj da se identifikuju mogucnosti
<b>82</b>	<b>Konjuktura je:</b>
a)	odnos izmedju znacaja i stope promene u sredini
b)	rana upozorenja u sredini koja ukazuju na smer promena eksterne sredine
c)	<u>smer i intenzitet kolebanja privredne aktivnosti u odredjenom vremenskom periodu</u>
<b>83</b>	<b>Moguce je stvoriti dva tipa scenarije zasnovanih na ocekivanju promena:</b>
a)	<u>kontinuelni i disruptivni</u>
b)	kontinuelni i promenljivi
c)	pesimisticki i optimisticki
<b>84</b>	<b>Postoje dva osnovna tipa scenarija:</b>
a)	<u>eksploratorni i anticipativni</u>
b)	defanzivni i ofanzivni
c)	eksploratorni i proaktivni
<b>85</b>	<b>Svrha procene izvora je:</b>
a)	razvoj sposobnosti i sustine kompetentnosti
b)	stvaranje i odrzavanje konkurentne prednosti
c)	<u>ustanoviti kako su korisцени u odnosu na rezultate, balans izvora i bolja identifikacija strategijskih pitanja</u>
<b>86</b>	<b>Rutina organizacije:</b>
a)	<u>je regulisan i predvidiv nacin obavljanja aktivnosti koje daju redosled koordiniranim akcijama preduzeca</u>
b)	se ne stice vremenom
c)	nije bitna za efikasnost poslovanja



<b>87</b>	<b>Distinktivne sposobnosti:</b>
a)	se mogu kupiti
b)	se mogu imitirati
c)	<u>se ne mogu duplirati od konkurenata ili mogu, ali sa velikim teskocama</u>
<b>88</b>	<b>Sustina kompetentnosti:</b>
a)	se odnosi na osposobljenost preduzeca da eksploatise izvore
b)	je rezultat medjuodnosa i integracije medju funkcionalnim sposobnostima pojedinih SPJ
c)	<u>se koristi u objasnjenju osnove za stvaranje konkurentne prednosti</u>
<b>89</b>	<b>Strategijska disonanca je:</b>
a)	opadajuca divergentnost izmedju osnove konkurencije u grani i distinktivne konkurentnosti preduzeca
b)	<u>rastuca divergentnost izmedju osnove konkurencije u grani i distinktivne konkurentnosti preduzeca</u>
c)	rastuca divergentnost izmedju izvora i sposobnosti preduzeca
<b>90</b>	<b>Kada su kompetentnost ili sposobnost superiorne u odnosu na konkurente nazivaju se:</b>
a)	bazicna kompetentnost
b)	superiorna kompetentnost
c)	<u>distinktivna kompetentnost</u>
<b>91</b>	<b>Normativni kriteriji (kod analiza snage i slabosti):</b>
a)	se oslanjaju na iskustva drugih preduzeca u grani u istom periodu vremena
b)	se oslanjaju na poredjenje sa direktnim i indirektnim konkurentima
c)	<u>se oslanjaju na misljenje konsultanata, udruzenja menadzera, misljenja izneta u strucnim casopisima</u>
<b>92</b>	<b>Aktivnosti u lancu vrednosti se dele na:</b>
a)	<u>primarne i podrzavajuce</u>

b)	glavne i sporedne
c)	glavne i podrzavajuće
<b>93</b>	<b>Makrosredina je deo eksterne sredine koja:</b>
a)	<u>indirektno utice na rezultate poslovanja preduzeca</u>
b)	direktno utice na rezultate poslovanja preduzeca
c)	ne utice na rezultate poslovanja preduzeca
<b>94</b>	<b>Najveća pažnja treba da bude usmerena na promene u sredini sa:</b>
a)	<u>visokom verovatnoćom desavanja i verovatnim uticajem na preduzeće</u>
b)	visokom verovatnoćom desavanja i osrednjim uticajem na preduzeće
c)	osrednjom verovatnoćom i verovatnim uticajem na preduzeće
<b>95</b>	<b>Jedna od karakteristika SPJ je:</b>
a)	<u>odgovornost za sopstvenu rentabilnost</u>
b)	odgovornost za ukupni prihod
c)	konkurencija za iste potrošače sa istim proizvodima više SPJ iz preduzeca
<b>96</b>	<b>Horizontalno pozicioniranje zahteva da SPJ odluci:</b>
a)	<u>Na kojim segmentima će da konkurise kao i okvir aktivnosti</u>
b)	Na kojim segmentima će da konkurise kao i okvir konkurencije
c)	O širini proizvodnog programa i okvir konkurencije
<b>97</b>	<b>Trzisni specijalista ima:</b>
a)	<u>siri proizvodni program ali ide na mali broj segmenata</u>
b)	uzan proizvodni program ali ide na više tržišta
c)	uzan i program i ide na jedno usko tržište

<b>98</b>	<b>Multidivizionna preduzeca:</b>
a)	<u>moraju zadržati na nivou uprave jedan broj odluka sto održava holisticki pristup</u>
b)	ne moraju zadržati na nivou uprave jedan broj odluka
c)	moraju zadržati na nivou uprave jedan broj odluka sto održava elementarni pristup
<b>99</b>	<b>Koreni prednosti divizione forme preduzeca nalaze se u:</b>
a)	<u>ogranicenoj racionalnosti, razdvajanju operativnih od startegijskih odluka, minimiziranju potrebe za koordinacijom i komuniciranjem, kretanju od lokalnog ka globalnom preduzecu</u>
b)	centralizaciji odlucivanja, razdvajanju operativnih od startegijskih odluka, minimiziranju potrebe za koordinacijom i komuniciranjem
c)	decentralizaciji odlucivanja, razdvajanju operativnih od startegijskih odluka, povecanju potrebe za koordinacijom i komuniciranjem, kretanju od lokalnog ka globalnom preduzecu
<b>100</b>	<b>Divizionna forma najbolje funkcioniše kada:</b>
a)	<u>su poslovne jedinice razdvojene</u>
b)	su poslovne jedinice spojene
c)	postoji veci stepen povezanosti medju poslovnim jedinicama