

ALAT ZA PROCJENU PODUZETNIČKIH KOMPETENCIJA

ENTRECOMP

Prof. dr. ZDRAVKO ŽIVKOVIĆ

Prof. LIDIJA BILBIJA



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



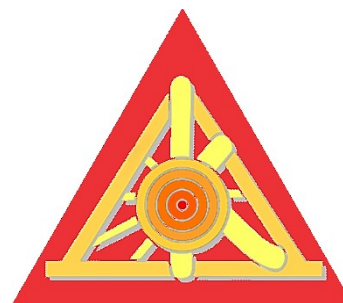
**Co-funded by
the European Union**

Program: Erasmus plus
Financira: EACEA (Europska izvršna agencija za obrazovanje i kulturu)
Ključna aktivnost: ERASMUS-EDU-2023-CB-VET (Izgradnja kapaciteta u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju (VET))
Naslov projekta: Ključne poduzetničke kompetencije i zaposlenost
Akronim projekta: Open Future

Projekt je usmjeren na poboljšanje ključnih poduzetničkih kompetencija, vještina i zapošljivosti učenika srednjih strukovnih škola kroz razvoj novih i inovativnih alata za poduzetničko obrazovanje, uz poticanje socijalne inteligencije. Sudionici će imati koristi od poduzetničkog učenja na praktične načine razvijanjem poslovnog znanja, stjecanjem naprednih vještina i jačanjem kritičkog mišljenja. Poduzetnički kapacitet i način razmišljanja pomažu budućim poduzetnicima da svoje ideje pretvore u djelo i značajno povećaju svoju zapošljivost.

Alat za procjenu trenutnog stanja poduzetničkih kompetencija

Ovaj materijal sastavljen je u obliku upitnika, s ciljem da korisnici mogu saznati svoju trenutnu razinu znanja o 15 ključnih poduzetničkih kompetencija prema EntreComp modelu. Upitnik sadrži 12 pitanja za svaku od 15 ključnih poduzetničkih kompetencija, uglavnom s više odgovora, pri čemu sudionik bira jedan od nekoliko ponuđenih odgovora. Nakon testa sudionici mogu usporediti svoje odgovore s točnim odgovorima. Rezultati testova u pravilu se ne objavljuju javno, već ostaju poznati samo svakom pojedinom sudioniku i poslužiti će kao osobni vodič o potrebi dodatnog osposobljavanja. Otvorena licenca: CC BY (Attribution).



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

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1.1 Uočavanje prilika | 3 |
| 1.2 Kreativnost | 6 |
| 1.3 Vizija..... | 11 |
| 1.4 Vrednovanje ideja..... | 15 |
| 1.5 Etičko i održivo razmišljanje | 19 |
| 2.1 Samosvijest i samoefikasnost..... | 22 |
| 2.2 Motivacija i ustrajnost..... | 26 |
| 2.3 Mobilizacija resursa | 31 |
| 2.4 Financijska i ekonomska pismenost..... | 36 |
| 2.5 Mobilizacija drugih..... | 38 |
| 3.1 Preuzimanje inicijative | 43 |
| 3.2 Planiranje i upravljanje | 48 |
| 3.3 Suočavanje sa neizvjesnošću, dvosmislenošću i rizikom..... | 53 |
| 3.4 Rad sa drugima | 59 |
| 3.5 Učenje kroz iskustvo | 65 |

1.1 Uočavanje prilika

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|---|---------------|--|
| 1 | Šta znači skraćenica SWOT? | | | 10 bodova |
| 2 | Koji su korisni faktori u SWOT okviru? | S – Jačina W – Slabosti O – Prilike T – Prijetnje | | 5 bodova za svaki točan odgovor maksimum 10 |
| 3 | Koji su ključni faktori u SWOT okviru? | S – Jačina; W – Slabosti O – Prilike T – Prijetnje | | 5 bodova za svaki točan odgovor maksimum 10 |
| 4 | Pokažite neke primjere snage poduzeća | | | 5 bodova |
| 5 | Pokažite neke primjere mogućih slabosti poduzeća | | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| 6 | <p>Koju strategiju mogu da koriste zastarjele tehnološke kompanije? Odaberite više odgovora ako je potrebno.</p> <p>a) Ugasiti operacije; b) Edukacija i očuvanje; c) Proširenje na međunarodna tržišta; d) Ciljana skupina e) Inovacije i adaptacija</p> | <p>a) Ugasiti operacije; b) Edukacija i očuvanje; c) Proširenje na međunarodna tržišta; d) Ciljana skupina; e) Inovacije i adaptacija</p> | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 15</p> |
| 7 | <p>Što je <i>Procjena mogućnosti za poslovanje</i> (Opportunity assessment)?</p> <p>a) analiziranje trenutne profitabilnosti i rizika</p> <p>b) proces koji se koristi u poslovanju za identifikiranje i procjenu potencijalnih prilika</p> <p>c) proces koji se koristi u poslovanju za povećanje tržišnog udjela</p> | <p>a) analiziranje trenutne profitabilnosti i rizika</p> <p>b) proces koji se koristi u poslovanju za identifikiranje i procjenu potencijalnih prilika</p> <p>c) proces koji se koristi u poslovanju za povećanje tržišnog udjela</p> | | 5 bodova |
| 8 | <p>Postoji li šansa da pisaći strojevi prežive danas?</p> <p>a) Da b) Ne</p> | <p>a) Da b) Ne</p> | | 5 bodova |
| 9 | <p>Objasnite moguću Ciljanu skupinu za zastarjele proizvode</p> | | | 10 bodova |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 10 | <p>Koja od sljedećih opcija NIJE dio <i>Procjene mogućnosti za poslovanje</i>:</p> <p>a) Izvodljivost rješenja b) Je li poduhvat finansijski održiv c) Analiza trenutne profitabilnosti rizika d) Intelektualno vlasništvo</p> | <p>a) Izvodljivost rješenja b) Je li poduhvat finansijski održiv? c) Analiza trenutne profitabilnosti rizika d) Intelektualno vlasništvo</p> | | 5 bodova |
| 11 | <p>Koja je svrha malog pilot -probnog testa u procesu <i>Procjene mogućnosti za poslovanje</i>?</p> <p>Objasnite</p> | | | 10 bodova |
| 12 | <p>Koji je najviše korišten način inovacija proizvoda? Koristite više odgovora ako je to prikladno.</p> <p>a) Pобољшanje performansi postojećeg proizvoda b) Nova funkcija postojećeg proizvoda c) Razvoj novog proizvoda d) Konstruktivan proizvod koji transformira skupe ili visoko sofisticirane proizvode ili usluge</p> | <p>a) Pобољшanje performansi postojećeg proizvoda b) Nova funkcija postojećeg proizvoda c) Razvoj novog proizvoda d) Konstruktivan proizvod koji transformira skupe ili visoko sofisticirane proizvode ili usluge</p> | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 10</p> |

Maksimum: 100 bodova

1.2 Kreativnost

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|---|---------------|----------|
| 1 | Brainstorming je grupna diskusija da se identificira problem i da se dobije što više novih ideja koje mogu pomoći u rješavanju tog problema. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 2 | Tehnika generiranja ideja u kojoj sudionici samostalno zapisuju svoje ideje i dijele ih anonimno je: a) Smart b) Brainwriting c) Pen secret | a) Smart b) Brainwriting c) Pen secret | | 5 bodova |
| 3 | Einstein je tvrdio da je znanje važnije od mašte: a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 4 | Svi ljudi su kreativni i njihova kreativnost je dio DNK a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 5 | <i>A3 alat za rješavanje problema</i> razvijena je kao dio Proizvodnog sustava: 1. Citroen 2. Audi 3. Toyota | 1. Citroen 2. Audi 3. Toyota 4. Mazda 5. Ford | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| | <p>4. Mazda</p> <p>5. Ford</p> | | | |
| 6 | <p>A3 alat za rješavanje problema obično sadrži 3 koraka</p> <p>a) Točno</p> <p>b) Netočno</p> | <p>a) Točno</p> <p>b) Netočno</p> | | 5 bodova |
| 7 | <p>Odaberite korake koji su dio A3 alata za rješavanje problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pozadina/Pojašnjenje problema 2. Trenutna situacija 3. Postavljanje ciljeva 4. Analiza osnovnog uzroka 5. Protumjere 6. Implementacija 7. Potvrda/praćenje efekta | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pozadina/Pojašnjenje problema 2. Trenutna situacija 3. Postavljanje ciljeva 4. Analiza osnovnog uzroka 5. Protumjere 6. Implementacija 7. Potvrda/praćenje efekta | | <p>3 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>Maksimum 21</p> |
| 8 | <p>Da bih shvatio osnovni uzrok problema, mogu da koristim tehniku: The 5 Whys (5 pitanja zašto). Ako želim da započnem vlastiti biznis, koja su to 5 mogućih pitanja: Zašto želim da radim ovo?</p> | <p>Slobodno navedite vlastite razloge.</p> | | <p>3 bodova za svaki odgovor</p> <p>Maksimum 15</p> |
| 9 | <p>Prije nego što započnem svoj biznis, koja pitanja prvo treba da riješim? (odaberite dva od ponuđenih odgovora):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Da uspostavim mrežu sa postojećim proizvođačima na tržištu 2. da uzmem kredit od banke | <ol style="list-style-type: none"> 1. Da uspostavim mrežu sa postojećim proizvođačima na tržištu 2. da uzmem kredit od banke 3. da osiguram povoljnu lokaciju za prodajni objekt 4. da napravim biznis plan 5. da analiziram potrebe tržišta | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 10</p> |

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

| | | | | |
|----|---|--|--|---|
| | <p>2. da detaljno analiziramo korijen simptoma i obrazložimo moguća rješenja, ne obazirući se na potrebno vrijeme</p> <p>3. da uvedemo novi proizvod na tržište</p> | <p>rješenja, ne obazirući se na potrebno vreme</p> <p>3. da uvedemo novi proizvod na tržište</p> | | |
| 12 | <p>Kako stimulirati zaposlene da predlažu ideje za nove proizvode i usluge?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. uvesti radnu obavezu generiranja novih ideja kao uvjet za zadržavanje radnog mjesta 2. ponuditi visoku novčanu nagradu za najpametniju poslovnu ideju 3. dati svakom zaposlenom budžet i slobodno vrijeme tijekom radnog vremena da dođe do novih ideja 4. promovirati zaposlene koji predlažu nove originalne ideje putem internih kanala komunikacije 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posljedica za neupotrebljivu ideju. <p>Odaberite dvije od predloženih stimulativnih mjera.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. uvesti radnu obavezu generiranja novih ideja kao uvjet za zadržavanje radnog mjesta 2. ponuditi visoku novčanu nagradu za najpametniju poslovnu ideju 3. dati svakom zaposlenom budžet i slobodno vrijeme tijekom radnog vremena da dođe do novih ideja 4. promovirati zaposlene koji predlažu nove originalne ideje putem internih kanala komunikacije 5. dati zaposlenima pravo da naprave grešku bez straha od posljedica za neupotrebljivu ideju. | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 10</p> |

Maksimum: 101 poen

1.3 Vizija

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

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

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

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | b) Netočno | | | |
| 9 | Koji od sljedećih zadataka NIJE kritična stavka fokusirana na proces rješavanja problema: a) Brainstorming b) Timski rad c) Projekti d) Reklama e) Promatranje opsega problema | a) Brainstorming b) Timski rad c) Projekti d) Reklama e) Promatranje opsega problema | | 5 bodova |
| 10 | SWOT analiza je idealna za generiranje velikog broja ideja i poticanje sudjelovanja svih članova tima. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 11 | Važnije je da se fokusirate na identifikaciju načina <u>na koji</u> će vaša kompanija pronaći moguća rješenja nego da identifikirate određeno <u>rješenje</u> koje će biti korišteno. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 12 | Šta je metoda poznata kao 5W2H? | | | 3 bodova za svaki točan odgovor maksimum 21 |

Maksimum 96 bodova

1.4 Vrednovanje ideja

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

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

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

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 10 | <p>Cilj <i>Analize vrednosti aktivnosti</i> (AVA) je eliminiranje nepotrebnih aktivnosti, troškova i koraka nastalih u procesu kreiranja proizvoda ili usluge bez žrtvovanja zadovoljstva korisnika, a zatim eliminiranja (ili barem minimiziranja) svih aktivnosti koje ne donose dodatnu vrijednost.</p> <p>Koje troškove je Dell računalna kompanija eliminirala da bi pobjedila IBM?</p> <p>a) mreža dilera i prodavaca b) osoblje za inventar c) skladišta d) marketing</p> <p>Slobodno odaberite više odgovora.</p> | <p>a) mreža dilera i prodavaca b) osoblje za inventar c) skladišta d) marketing</p> | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 15</p> |
| 11 | <p>Postoji ideja o proizvodnji zimskih cipela sa uređajem za grijanje iznutra.</p> <p>Uzmite Crni šešir i procjenite ideju o takvom proizvodu.</p> <p>Koji su potencijalni rizici i mane ove ideje?</p> | <p>Koji su potencijalni rizici i mane ove ideje?</p> | | <p>10 bodova</p> |
| 12 | <p>Možete li da primjenite Zeleni šešir za gore navedenu ideju zimskih cipela?</p> <p>Koje su to kreativne ideje i rješenja do kojih možemo doći da unapredimo ovu ideju?</p> | <p>Koje su to kreativne ideje i rješenja do kojih možemo doći da unapredimo ovu ideju?</p> | | <p>10 bodova</p> |

Maksimum 95 bodova

1.5 Etičko i održivo razmišljanje

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|---|---------------|----------|
| 1 | Rodna ravnopravnost nije bitna sve dok kompanija ima visok profit na tržištu. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 2 | Marketinške prakse koje dovode potrošače u zabludu su prihvatljive ako je to način da se pobjede konkurenti koji rade isto i krađu klijente od nas. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 3 | Utjecaj na životnu sredinu uključuje procjenu utjecaja kompanije na životnu sredinu, kao što su: a) ušteda troškova b) ugljični otisak c) proizvodnja otpada d) upotreba vode Izuzmite uljeza (koji ne pripada ovdje) sa gore navedenog popisa. | a) ušteda troškova b) emisije ugljenika c) proizvodnja otpada d) upotreba vode | | 5 bodova |
| 4 | Korporativna etika primjenjuje i utječe na one unutar organizacije, a ne izvana. | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|--|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> a) Točno b) Netočno | | | |
| 5 | <p>Korporativna etika regulirana je zakonom zemlje u kojoj je sedište kompanije.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Točno b) Netočno | <ul style="list-style-type: none"> a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 6 | <p>Koji od sljedećih su alati za održive inovacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Impact Canvas b) Business Model Canvas c) Etičko platno za digitalne proizvode d) SWOT analiza održivosti e) Održivost izbalansiranih rezultata | <ul style="list-style-type: none"> a) Impact Canvas b) Business Model Canvas c) Etičko platno za digitalne proizvode d) SWOT analiza održivosti e) Održivost izbalansiranih rezultata | | <p>3 bodova za svaku odabranu stavku</p> <p>Maksimum 15</p> |
| 7 | <p>Eko-distribucija podrazumjeva procjenu utjecaja procesa distribucije na životnu sredinu, kao što su:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) korištenje vozila sa niskom emisijom b) optimizacija rute c) smanjenje ambalaže d) mogućnost reciklaže <p>Izuzmite artikal koji nije dio eko-distribucije.</p> | <ul style="list-style-type: none"> a) korištenje vozila sa niskom emisijom b) optimizacija rute c) smanjenje ambalaže d) mogućnost reciklaže | | 5 bodova |
| 8 | Šta je SSWOT analiza? | <ul style="list-style-type: none"> a) Točno | | 5 bodova |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| | <p>Obična SWOT analiza sa greškom u kucanju (s).</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | b) Netočno | | |
| 9 | <p>Kompanija za igračke odlučila je da proizvodi drvene umjesto plastičnih igračaka za djecu. Prema SWOT analizi, koje su jake strane ove proizvodnje, navedite nekoliko svojih izbora.</p> | Snaga | | <p>3 bodova za svaki odgovor</p> <p>maksimum 15</p> |
| 10 | <p>Navedite neke slabosti za drvene igračke, prema vlastitom izboru.</p> | Slabosti | | <p>5 bodova za svaki odgovor</p> <p>Maksimum 10</p> |
| 11 | <p>Digitalni proizvodi kao što je pametni telefon (SMART) povećavaju društvene interakcije, kvalitetu ljudskih odnosa, audio i osobnu komunikaciju.</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 12 | <p>Koji su glavni akteri koje treba uzeti u obzir kada je u pitanju korporativna etika?</p> <p>1) Poslodavci 2) Potrošači 3) Obitelj 4) Društvo</p> | <p>1) Poslodavci 2) Potrošači 3) Obitelj 4) Društvo</p> | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 15</p> |

| | | | | |
|--|-----------------------------|--|--|--|
| | Napravite višestruki izbor. | | | |
|--|-----------------------------|--|--|--|

Maksimum 95 bodova

2.1 Samosvijest i samoefikasnost

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|--|---------------|----------|
| 1 | Koja je prva asocijacija kada čujete pojam SMART? a) Pametni telefon b) Marka njemačkih automobila c) Alat za poslovne ciljeve d) Konkurent WAlMART-u | a) Pametni telefon b) Marka njemačkih automobila c) Alat za poslovne ciljeve d) Konkurent WAlMART-u | | 5 bodova |
| 2 | Kada postavite SMART ciljeve, veća je vjerojatnost da ćete uspjeti u svom poduhvatu. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 3 | Šta su bila 2 glavna faktora koji stoje iza uspjeha Amazona uprkos ogromnom broju konkurentskih online prodavača (eBay, Alibaba, Shopify, Walmart) da ostanu no.1 vrhunski prodavači? a) Reklame na TV-u b) Najbolje korisničko iskustvo c) Niže cijene u usporedbi sa tradicionalnim kanalima prodaje d) Samosvijest i samoefikasnost | a) Reklame na TV-u b) Najbolje korisničko iskustvo c) Niže cijene u usporedbi sa tradicionalnim kanalima prodaje d) Samosvijest i samoefikasnost e) Podmićivanje državnih službenika | | 5 bodova |

| | e) Podmićivanje državnih službenika | | |
|---|--|--|---|
| 4 | <p>Samosvijest je sposobnost prepoznavanja vlastitih emocija, snaga i slabosti.</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | <p>a) Točno b) Netočno</p> | 5 bodova |
| 5 | <p>Samoefikasnost je sposobnost efikasnog obavljanja posla, što se ogleda u većoj produktivnosti u usporedbi sa drugima.</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | <p>a) Točno b) Netočno</p> | 5 bodova |
| 6 | <p>Da biste uspjeli u svojim ciljevima, morate da se uvjerite da su ciljevi:</p> <p>a) Objećavajući b) Brzo se postižu c) Mjerljivi d) Promjenjivi kako idete naprijed e) Vrijeme je nebitno f) Relevantno za ono što želite da postignete u cjelini g) Ne baš konkretno da vas ne ograničava</p> <p>Slobodno odaberite više odgovora.</p> | <p>a) Objećavajući b) Brzo se postižu c) Mjerljivi d) Promjenjivi kako idete naprijed e) Vrijeme je nebitno f) Relevantno za ono što želite da postignete u cjelini g) Ne baš konkretno da vas ne ograničava</p> | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 10</p> |
| 7 | <p>Šta znači skraćenica S.M.A.R.T.?</p> <p>a) Specifično, mjerljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno</p> | <p>a) Specifično, mjerljivo, dostižno, relevantno i vremenski ograničeno</p> | 5 bodova |

| | | | | |
|----|---|---|--|----------|
| | b) Održivo, motivacijski, prilagodljivo, realistično i bezvremeno | b) Održivo, motivacijski, prilagodljivo, realistično i bezvremeno | | |
| 8 | Korištenjem S.M.A.R.T. objektivnog alata, kompanija može da kreira fleksibilan okvir za povećanje produktivnosti i profitabilnosti u hodu. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 9 | Koja od ovih definicija je točna: a) Ostvariv cilj je realan i može se ostvariti s obzirom na raspoložive resurse, vrijeme i trud. b) Ostvarljivi ciljevi nam omogućavaju da možemo da identificiramo ranije zanemarene prilike ili resurse koji nas mogu približiti njima a) b) c) Obje d) Nijedna od njih | a) b) c) Obje d) Nijedna od njih | | 5 bodova |
| 10 | U objektivnom alatu SMART, određeni cilj je jasno definiran i nedvosmislen. Trebalo bi da odgovori na pitanja šta, zašto, tko, gdje i što. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 11 | Koji internet preglednik ima najviše korisnika: | a) Firefox b) Microsoft Edge | | 5 bodova |

| | | | | |
|----|--|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> a) Firefox b) Microsoft Edge c) Google Chrome d) Opera e) Safari | <ul style="list-style-type: none"> c) Google Chrome d) Opera e) Safari | | |
| 12 | <p>Pretpostavimo da smo pokrenuli uslugu čuvanja kućnih ljubimaca. Postavite određeni cilj za pokretanje koje se bavi uslugama kućnih ljubimaca, na osnovu alata SMART ciljeva:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Specifično 2. Mjerljivo 3. Dostižno 4. Relevantno 5. Vremenski ograničeno | <ul style="list-style-type: none"> 1. Specifično 2. Mjerljivo 3. Dostižno 4. Relevantno 5. Vremenski ograničeno | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 25</p> |

Maksimum 85

2.2 Motivacija i ustrajnost

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|---|---------------|----------|
| 1 | <p>Koja od dve ponuđene definicije odražava motivaciju u poslovanju?</p> <p>a) Motivacija je pokretačka snaga koja vas inspirira da poduzmete akciju i ostvarite svoje ciljeve.</p> <p>b) Motivacija je prirodan nagon da ostvarite veliku zaradu u kratkom vremenskom periodu.</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 2 | <p>Koja od dve ponuđene definicije odražava ustrajnost u poslovanju?</p> <p>a) Ustrajnost je sposobnost da nastavite da idete ka svojim ciljevima čak i kada stvari postanu teške i suočeni ste sa teškim izazovima.</p> <p>b) Ustrajnost je sposobnost da ostanete odlučni čak i pod pritiskom, nedaćama i privremenim neuspjehom, da ostanete fokusirani i da ne odustajete.</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) Obje d) Nijedna od njih | | | |
| 3 | <p>Motivaciju mogu pokrenuti faktori kao što su:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Unutrašnja motivacija b) Vanjska motivacija c) Svrha <p>Slobodno odaberite više odgovora.</p> | <ul style="list-style-type: none"> a) Unutrašnja motivacija b) Vanjska motivacija c) Svrha | | 5 bodova |
| 4 | <p>Upornost se može pokrenuti faktorima kao što su:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Elastičnost b) Hrabrost c) Samoefikasnost d) Suosjećanje <p>Izbaci uljeza sa gore navedenog spiska.</p> | <ul style="list-style-type: none"> a) Elastičnost b) Hrabrost c) Samoefikasnost d) Suosjećanje | | 5 bodova |
| 5 | <p>Što je sa sljedećim strategijama koje mogu da pomognu preduzetnicima da razviju ustrajnost:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) postavljanje dostižnih ciljeva b) pružanje neposredne pohvale za dostignuća c) kreiranje programa poticanja zaposlenih d) pružanje mogućnosti za profesionalno usavršavanje | <ul style="list-style-type: none"> a) postavljanje dostižnih ciljeva b) pružanje neposrednih pohvala za dostignuća c) kreiranje programa poticaja za zaposlene d) pružanje mogućnosti za profesionalno usavršavanje e) poticanje timskog rada i suradnje f) osiguravanje pozitivnog radnog okruženja. | | <p>3 bodova za svaki odabrani odgovor</p> <p>maksimum 18</p> |

| | | | | |
|---|---|--|--|-----------|
| | <p>e) poticanje timskog rada i suradnje</p> <p>f) osiguravanje pozitivnog radnog okruženja.</p> | | | |
| 6 | <p>Koja strategija je bolja za poticanje uspješnih poslovnih rezultata:</p> <p>a) Stimulacija zaposlenih kroz dodatak o plaćama za ostvareni učinak.</p> <p>b) Povećanje radne discipline smanjenjem plaće za nedovršavanje planiranih zadataka.</p> | <p>a) Stimulacija zaposlenih kroz dodatak o plaćama za ostvareni učinak.</p> <p>b) Povećanje radne discipline smanjenjem plaće za nedovršavanje planiranih zadataka.</p> | | 5 bodova |
| 7 | <p>Steve Jobs, osnivač Apple, otpušten je iz vlastite kompanije zbog:</p> <p>a) Njegovi izumi novih proizvoda tehnološki su zastarjeli i propali na tržištu</p> <p>b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmjere u drugom smjeru</p> <p>c) Pokušao je da obmane bord direktora da izumi iPhonea, iPada i iPoda pripadaju njemu.</p> <p>Koja od navedenih izjava je točna?</p> | <p>a) Njegovi izumi novih proizvoda tehnološki su zastarjeli i propali na tržištu</p> <p>b) Upravni odbor je odlučio da posao preusmjere u drugom smjeru</p> <p>c) Pokušao je da obmane Upravni odbor da izumi iPhonea, iPada i iPoda pripada njemu.</p> | | 10 bodova |
| 8 | <p>Šta je planiranje?</p> <p>a) Planiranje je razvijanje strategija za postizanje ciljeva.</p> <p>b) Planiranje je unapred odlučivanje šta da se radi, kako da se radi, kada da se radi i tko će to da uradi.</p> | <p>a) Planiranje je razvijanje strategija za postizanje ciljeva.</p> <p>b) Planiranje je unapred odlučivanje šta da se radi, kako da se radi, kada da se radi i tko će to da uradi.</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|----|--|---|--|-----------|
| | <p>c) Planiranje premošćuje jaz između mjesta gdje smo sada i gdje želimo da idemo.</p> <p>Slobodno odaberite više odgovora.</p> | <p>c) Planiranje premošćuje jaz između mjesta gdje smo sada i gdje želimo da idemo.</p> | | |
| 9 | <p>Tko je autor sljedeće formule: sanjati-vjerovati-usuditi se-uraditi (Dream-Bijelieve-Dare-Do):</p> <p>a) „Nike“ - sportska kompanija b) Walt Disney c) Henry Ford d) Nikola Tesla e) Elon Musk</p> | <p>a) „Nike“ - sportska kompanija b) Walt Disney c) Henry Ford d) Nikola Tesla e) Elon Musk</p> | | 5 bodova |
| 10 | <p>Određivanje prioriteta planiranja je proces identifikacije i rangiranja zadataka ili ciljeva na osnovu njihovog značaja i hitnosti.</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | <p>a) Točno b) Netočno</p> | | 5 bodova |
| 11 | <p>Šta je MoSCoW metoda:</p> <p>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 suradnje na svjetskom nivou</p> | <p>a) Način na koji vlasti moskovskog grada angažuju službenike da efikasno rade svoj posao b) Tehnika prioritizacije Must have, Should Have, Could Have, and Won't Have c) Skraćenica Modela održive saradnje na svjetskom nivou</p> | | 10 bodova |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 12 | <p>U knjizi "7 navika visoko efektivnih ljudi" (Stephen Covey) Matrica Hitno-Važno je podjeljena na četiri kvadranta, od kojih svaka predstavlja različit nivo važnosti i hitnosti:</p> <p>Važno i hitno, važno ali ne hitno, hitno ali nije važno, nije hitno i nije važno.</p> <p>Zamislite sljedeći scenarij Direktor kompanije (CEO) sa sjedištem u New Yorku ima 4 istovremena zadatka:</p> <p>1 Redovan mjesečni sastanak sa angažiranom odvjetničkom tvrtkom koja predstavlja kompaniju 2 Poslovno putovanje u San Francisco – potpisivanje preliminarog sporazuma o poslovnoj suradnji 3 Final playoff utakmica u košarci - na zahtjev CEO-ovog sina kome je rođendan 4 Kontrola montirane opreme u novom dislociranom postrojenju u Seattleu prije otvaranja, koje je planirano za sljedeću nedelju.</p> <p>Odredite prioritete za CEO poduzeća po principu: Uradi – Delegiraj – Odloži – Obriši (Do – Delegate – Delay – Delete).</p> | <p>Uradi Delegiraj Odloži Obriši</p> | | <p>Maks 20 bodova ako je narudžba točna ili 5 bodova za svaki ispravan redosljed zadataka.</p> |
|----|---|--|--|--|

Maksimum 98 bodova

2.3 Mobilizacija resursa

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

| | | | | |
|---|--|---|--|-----------|
| 4 | <p>Što je Soft-lansiranje proizvoda:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Ponuda beta verzije proizvoda izabranim kupcima b) Prodaja softvera sa popustom c) Lansiranje proizvoda preko modnih agencija | <ul style="list-style-type: none"> a) Ponuda beta verzija proizvoda izabranim kupcima b) Prodaja softvera sa popustom c) Lansiranje proizvoda preko modnih agencija | | 5 bodova |
| 5 | <p>Taktičko planiranje je vrsta planiranja koja podrazumeva razbijanje dugoročnog strateškog plana na manje i upečatljivije kratkoročne planove.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Točno b) Netočno | <ul style="list-style-type: none"> a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 6 | <p>Definiranje uloga i mjera zahtjeva sastavljanje liste radnji, uloga i odgovornosti. Postoji izreka da je "jedna osoba odgovorna ili nitko nije odgovoran". Šta to znači?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Tamo gde su svi odgovorni, nitko 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 | <ul style="list-style-type: none"> a) Tamo gde su svi odgovorni, niko zapravo nije odgovoran b) Kada je svako odgovoran za nešto, teško je smatrati bilo koga odgovornim za to c) Kada je svako odgovoran za nešto, to može dovesti do nedostatka akcije ili nedostatka odgovornosti | | 10 bodova |

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

| | | | | |
|----|--|--|--|----------|
| | 7. Lansiranje proizvoda 8. Pregled i revizija | | | |
| 9 | <p>Delegiranje zadataka također podrazumeva definiranje odgovornosti za sve ishode. Prilikom izbora odgovornih za rezultate, treba da izaberemo:</p> <p>a) ljude koji su motivirani i zainteresirani za postizanje rezultata i spremni da pokažu posvećenost uspjehu.</p> <p>b) osobe koje mogu samostalno da dovrše sve zadatke do kraja, bez traženja savjeta ili pomoći od drugih.</p> | <p>a) ljude koji su motivirani i zainteresirani za postizanje rezultata i spremni da pokažu posvećenost uspjehu.</p> <p>b) osobe koje mogu samostalno da dovrše sve zadatke do kraja, bez traženja savjeta ili pomoći od drugih.</p> | | 5 bodova |
| 10 | <p>Šta znači citat "Ako vas nije sramota zbog prve verzije vašeg proizvoda, prekasno ste lansirali"?</p> <p>a) uspješne kompanije isporučuju svoj proizvod na tržište čak i ako nije savršen i pravog postupnog poboljšanja na osnovu povratnih informacija kupaca.</p> <p>b) uspješne kompanije testiraju svoj proizvod na tržištu, prikupljaju povratne informacije, poboljšavaju proizvod tijekom vremena i također stječu konkurentsku prednost, i uspostavljaju se na tržištu.</p> <p>Pravi odgovor je:</p> | <p>a)</p> <p>b)</p> <p>c) Oba</p> <p>d) Nijedan od njih</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|----|--|--|--|-----------|
| | <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) Oba d) Nijedan od njih | | | |
| 11 | <p>Razvoj proizvoda je dio planiranja taktičke implementacije. Možete li da predložite način da Startup bude konkurentan na zasićenom tržištu?</p> <p>Koristite vlastite riječi i primjer.</p> | Slobodna forma | | 10 bodova |
| 12 | <p>Jedan od najvažnijih faktora koji je doprinjeo uspjehu LinkedIn-a je:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Njegova sposobnost da svojim korisnicima objezbjedi vrijednost, nudi platformu na kojoj profesionalci širom svijeta mogu da se povežu jedni sa drugima i pronađu mogućnosti za posao. b) Njegov fokus na izgradnju jakog brenda kako bi se uspostavio kao pouzdan izvor informacija i vrijedan resurs za profesionalce. <p>Točan odgovor je:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) Oba d) Nijedan od njih | <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) Oba d) Nijedan od njih | | 5 bodova |

Maksimum 94 bodova

2.4 Financijska i ekonomska pismenost

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|---|---------------|---|
| 1 | Koje financijske izvještaje kompanija redovno objavljuje? | Navedi nazive | | 5 bodova |
| 2 | Koja je glavna razlika između Bilance stanja i Bilance uspjeha u pogledu vremena? | Koristite vlastite riječi da objasnite razliku | | 10 bodova maksimalno |
| 3 | Koja je glavna svrha Bilance stanja? Što Bilanca stanja pokazuje zainteresiranim stranama? | Koristite vlastite riječi da biste objasnili svrhu Bilance stanja | | 10 bodova Maks |
| 4 | Koja je glavna svrha Bilanse uspjeha? | Koristite vlastite riječi da objasnite svrhu Bilance uspjeha | | 10 bodova maksimalno |
| 5 | Koja je glavna svrha izvoda novčanog toka? (Cash-flow statement) Napomena: ako je sastavni dio financijskih izvještaja u državi | Koristite vlastite riječi da objasnite svrhu izvoda novčanog toka | | 10 bodova maksimalno |
| 6 | Koji su mogući izvori za početni kapital? | Pokušajte da imenujete nekoliko izvora | | 5 bodova za svaki točan odgovor maksimum 15 |

| | | | | |
|----|---|---|--|-------------------------|
| 7 | Šta je inicijalna javna ponuda (Initial Public Offering - IPO)? Je li to isto kao berzanska operacija? | Koristite vlastite riječi ili: DNK DoNotKnow (ne znam) | | 10 bodova maksimalno |
| 8 | Financijski plan nije isto što i poslovni plan. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 9 | Financijsko planiranje je sinonim za Financijske izvještaje Pro Forma (financijski izvještaji predviđeni za buduće periode). Sastoje se od nekoliko manjih aktivnosti. Možete li da imenujete neke od njih? | Pokušajte da imenujete nekoliko aktivnosti | | 10 bodova maksimalno |
| 10 | Jedna od najvažnijih stavki financijskog plana su troškovi. Možete li da imenujete neke od njih? | Pokušajte da imenujete nekoliko troškova | | 10 bodova maksimalno |
| 11 | Drugi važan dio financijskog plana su prihodi. Možete li da imenujete neke vrste prihoda? | Pokušaj da imenuješ neke prihode | | 10 bodova maksimalno |
| 12 | Da biste napravili točne financijske projekcije, definirajte poluge prihoda, pokretače i pretpostavke. | Pokušaj da imenuješ neke od njih | | 10 bodova maksimalno |

Maksimum 115 bodova

2.5 Mobilizacija drugih

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|--|---|---------------|----------|
| 1 | <p>Koji pristup je bolji za startup-e:</p> <p>a) Pokretanje biznisa može biti izazovno, i zato je korisno da privučete ljude i potaknete ih da sudjeluju u vašem poduhvatu.</p> <p>b) Najbolja opcija za pokretanje vlastitog biznisa je da čuvate svoju ideju kao tajnu, ne dozvoljavajući drugim ljudima da vam ukradu ideju.</p> <p>a) b) c) Oba d) Nijedan od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 2 | <p>Da bi se drugi mobilizirali, važno je napraviti uvjerljivu viziju.</p> <p>Uvjerljiva vizija je izjava koja opisuje buduće stanje organizacije na način koji inspirira i motivira svoje zaposlene, zainteresirane strane i kupce. Uvjerljiva vizija treba da bude jasna, koncizna i laka za razumijevanje.</p> <p>Koji od ovih primjera bolje odražava dobru viziju:</p> | <p>a) b)</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|---|--|--|----------|
| | <p>a) Naša vizija je da ubrzamo svjetsku tranziciju ka održivoj energiji.</p> <p>b) Naša vizija je da zaradimo veliku zaradu preprodajom video opreme sa rasprodaje naših partnera.</p> <p>a) b)</p> | | | |
| 3 | <p>Koja kompanija je uvela pravilo "15 posto" koje omogućava zaposlenima da provedu 15 % radnog vremena na projektima po vlastitom izboru. To zaposlenima daje vremena i slobodu da istražuju nove ideje i razvijaju nove proizvode.</p> <p>a) Amazon b) Sony c) 3M d) Wizz Air</p> | <p>a) Amazon b) Sony c) 3M d) Wizz Air</p> | | 5 bodova |
| 4 | <p>Neke kompanije objavljuju plaće svih u kompaniji kako bi ljudi mogli da usporede svoje plaće sa drugima.</p> <p>Da li je ova praksa dobra ili ne?</p> <p>a) Dobra b) Nije dobra</p> | <p>a) Dobra b) Nije dobra</p> | | 5 bodova |
| 5 | <p>Koja strategija je bolja za startup-ove da mobiliziraju druge potencijalne partnere za svoj poduhvat:</p> | <p>a) ili b) ?</p> | | 5 bodova |

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

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | f) Mjerite rezultate Odaberite više odgovora, po želji. | | | |
| 8 | Šta to znači: Definirajte svoju publiku: a) Odgovor na pitanje: S kim treba da komuniciramo? b) Odgovor na pitanje: Tko će biti naš izvor informacija? a) b) c) Obje d) Nijedna od njih | a) b) c) Obje d) Nijedna od njih | | 5 bodova |
| 9 | Navedite neke kanale komunikacije. Što više to bolje! | | | 2 bodova za svaki točan odgovor maksimum 20 |
| 10 | Moramo da utvrdimo komunikacijske ciljeve: ZAŠTO komunicirati? Što želimo da postignemo? Možete li da nam objasnite što se podrazumeva pod sljedećim primjerima? • Podići svijest • Promijeniti stavove • Motivirati akciju | • Podići svijest • Promijeniti stavove • Motivirati akciju | | 5 bodova za svaki točan odgovor Maksimum 15 |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 11 | <p>Da li je cilj "Povećanje prihoda" komunikacijski cilj ili neki drugi tip cilja poduzeća i koji bi to tip bio?</p> <p>a) cilj komunikacije b) financijski cilj c) PR cilj</p> | <p>a) cilj komunikacije b) financijski cilj c) PR cilj</p> | | 5 bodova |
| 12 | <p>Razvijanje jasnih i sažetih poruka je važan dio kreiranja uspešnog plana komunikacije. Moramo da komuniciramo s našom publikom što radimo i kako to radimo na jednostavan, lako probavljiv način.</p> <p>Koji od sljedećih savjeta je prihvatljiv:</p> <p>a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizualne elemente d) Objasnite tehničke detalje e) Izbjegavajte emocije</p> <p>Izaberite više opcija.</p> | <p>a) Koristite jednostavan jezik b) Budite koncizni c) Koristite vizualne elemente d) Objasnite tehničke detalje e) Izbjegavajte emocije</p> | | <p>5 bodova za svaki točan odgovor</p> <p>maksimum 15</p> |

Maksimum 102 bodova

3.1 Preuzimanje inicijative

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|---|---|---------------|----------|
| 1 | Da preuzmem inicijativu i preuzmem akciju su sinonimi? a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 2 | <i>Preuzimanje inicijative</i> u startup kontekstu znači: a) procjenjivanje situacije i samostalno poduzimanje koraka za njeno rješavanje b) poduzimanje akcije bez odlaganja prema principu "gvožđe se kuje dok je vruće" a) b) c) Objе d) Nijedna od njih | a) b) c) Objе d) Nijedna od njih | | 5 bodova |
| 3 | Zašto savjet: poduzmite akciju u skladu sa "gvožđe se kuje dok je vruće " nije dobra ideja? a) Poduzimanje akcije bez pravilnog planiranja može dovesti do grešaka, propuštenih prilika i protraćenih resursa. | a) b) c) Objе d) Nijedna od njih | | 5 bodova |

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

| | | | | |
|---|--|---|--|----------|
| | <p>zadataka na manje korake i praćenje svog napretka.</p> <p>a) b) c) d)</p> | | | |
| 6 | <p>Što je upravljanje promjenama?</p> <p>a) proces zamjene rukovoditelja poduzeća ako njihovi poslovni rezultati nisu zadovoljavajući</p> <p>b) kolektivni termin za sve pristupe pripremi, podršci i pomoći pojedincima, timovima i organizacijama u donošenju organizacijskih promjena</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 7 | <p>Šta je biznis plan?</p> <p>a) Biznis plan je mapa puta koja prikazuje vaše poslovne ciljeve, strategije i financijske projekcije i pomaže vam da ostanete fokusirani i organizirani u daljemu radu.</p> <p>b) Biznis plan je dokument koji detaljno opisuje ciljeve kompanije i kako namjerava da ih ostvari i koristan</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |

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

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

Maksimum 95 bodova

3.2 Planiranje i upravljanje

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

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> c) Angažiranje marketinške agencije d) Određivanje prioriteta aktivnosti e) Kupovina akcija f) Nadgledanje napretka | <ul style="list-style-type: none"> d) Određivanje prioriteta aktivnosti e) Kupovina akcija f) Nadgledanje napretka | | maksimum 10 |
| 4 | <p>Šta je <i>Primjena politike (Policy deployment)</i>?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Sponzorstvo državnog poduzeća u financiranju izbornih kampanja. b) Metoda za osiguravanje da strateški ciljevi poduzeća pokreću napredak i djelovanje na svakoj razini unutar tog poduzeća. c) Implementacija procesa planiraj-radi-djeluj-provjeri da bi se identificirali i uklonili problemi koji blokiraju postizanje vaših ciljeva. <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) d) Svi oni e) Nijedna od njih | <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) d) Svi oni e) Nijedna od njih | | 5 bodova |
| 5 | <p>Šta je matrica Hoshin Kanri X?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) alat za strateško planiranje koji se koristi za povezivanje ciljeva širom kompanije sa određenim projektima na kojima pojedinci rade. | <ul style="list-style-type: none"> a) b) c) d) | | 5 bodova za svaki točan odgovor maksimum 20 |

| | | | | |
|---|--|------------------|--|----------|
| | <p>b) vizualni prikaz procesa planiranja koji pomaže timovima da prate kako se ciljevi međusobno povezuju.</p> <p>c) alat za identifikaciju tko radi na kojoj inicijativi, kako su strategije povezane sa inicijativama i kako su one povezane sa dugoročnim ciljevima.</p> <p>d) alat koji premošćuje jaz između strategije i izvršenja stvaranjem usklađenosti i fokusa.</p> <p>a) b) c) d)</p> <p>Slobodno odaberite više odgovora.</p> | | | |
| 6 | <p>X matrica je podjeljena na 4 ključna kvadranta:</p> <p>a) Jug Zapad Sjever Istok</p> <p>b) Vrh Dno Lijevo Desno</p> <p>Koji je pravi odgovor?</p> | <p>a) b)</p> | | 5 bodova |

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

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

Maksimum 99 bodova

3.3 Suočavanje sa neizvjesnošću, dvosmislenošću i rizikom

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|---|--|---------------|----------|
| 1 | Rizici u poslovanju se smatraju potencijalnim negativnim utjecajem događaja ili akcija na financijski učinak, ugled ili poslovanje poduzeća. a) Točno b) Netočno | a) Točno b) Netočno | | 5 bodova |
| 2 | Prvi korak da izbjegnute neuspjeh kada ste primorani da donosite odluke koje se bave neizvjesnošću, dvosmislenošću i rizikom je da: a) Identificirate rizike b) Izradite plan za hitne slučajeve | a) Identifikujete rizike b) Izradite plan za hitne slučajeve | | 5 bodova |
| 3 | Uvjeti su se promjenili u usporedbi 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 | | 5 bodova |
| 4 | Koji od navedenih stavki NIJE dio procjene rizika? a. Identifikacija mogućih rizika | a) b) c) d) | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|--|--|--|----------|
| | <p>b. Osiguranje imovine i nezgoda c. Procjena potencijalnog utjecaja svakog rizika d. Procjena trenutnih resursa i sposobnost suočavanja sa ovim rizicima</p> <p>a) b) c) d)</p> | | | |
| 5 | <p>Procjena rizika uključuje procjenu ozbiljnosti i učestalosti svakog rizika kako bi se utvrdila moguća pitanja sa kojima biste mogli da se bavite u budućnosti. Da biste to uradili, izmjerite svaki rizik na osnovu kriterija:</p> <p>a) Vjerojatnost da dođe do ovog rizika b) Ozbiljne posljedice ovog rizika</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 6 | <p>Tržišni rizici se odnose na:</p> <p>a) broj potencijala konkurentskih poduzeća koji bi mogao spriječiti naš rast i uspjeh.</p> | <p>a) b)</p> | | 5 bodova |

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

| | | | | |
|---|---|--------------------------------|--|------------------------|
| | <p>zauzvrat sugerira kako bismo mogli da pokušamo da ublažimo te rizike:</p> <p>A: Rizici koji se mogu sigurno zanemariti B: Rizici koji se mogu ublažiti jednostavnim promjenama u ponašanju C: Rizici koji se mogu ublažiti osiguranjem D: Rizici za aktivno identificiranje, nadgledanje i ublažavanje</p> <p>Kratki opisu su: a) Rizici od smetnji b) Neprepoznatljivi rizici c) Kompanijske ubojice d) Osigurani rizici</p> <p>Povežite rizike pod A, B, C i D sa odgovarajućim opisom pod a, b, c i d.</p> | | | <p>maksimum 20</p> |
| 9 | <p>Prosipate šalicu kave na tipkovnicu laptopa i sipajte šlag i šećer na hard disk, što vaš marketinški plan čini nepristupačnim.</p> <p>Kakav je to rizik?</p> <p>a) Rizici od smetnji b) Neprepoznatljivi rizici c) Kompanijske ubojice d) Osigurani rizici</p> | <p>a) b) c) d)</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|----|--|--|--|-----------|
| 10 | <p>Pogodi koja je ovo kategorija rizika?</p> <p>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.</p> <p>a) Rizici od smetnji b) Neprepoznatljivi rizici c) Kompanijske ubojice d) Osigurani rizici</p> | <p>a) b) c) d)</p> | | 10 bodova |
| 11 | <p>Tko od navedenih osiguranja spada u kategoriju: Osigurani rizici:</p> <p>a) Odricanje od odgovornosti može da ublaži zahtjeve nastale kao posljedica neispravnosti proizvoda ili povreda posjetitelja na licu mjesta;</p> <p>b) Osiguranje od grešaka i propusta može ublažiti tužbe nezadovoljnih kupaca;</p> <p>a) b) c) Objje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Objje d) Nijedna od njih</p> | | 10 bodova |
| 12 | <p>Ko je autor citata "Pravi umjetnici isporučuju" (Real artists ship)</p> <p>a) Steve Jobs. On je iskoristio ovaj izraz da motivira tim da osmisli inovativni</p> | <p>a) b)</p> | | 10 bodova |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | <p>Macintosh računalo tvrdeći da nije dovoljno imati odličnu ideju, nego da je važno da se isporuči na tržište.</p> <p>b) Elon Musk. Ovaj izraz je koristio dok je radio na projektu SpaceX, sa namjerom da ohrabri suradnike poslije niza neuspjelih pokušaja da lansira raketu u svemir.</p> <p>Izaberite odgovor: a ili b?</p> <p>a)</p> <p>b)</p> | | | |
|--|---|--|--|--|

Maksimum 90 bodova

3.4 Rad s drugima

| Ne. | PITANJE | Alternativni odgovor | Pravi odgovor | Bodova |
|-----|---|---|---------------|----------|
| 1 | <p>Suradnja je ključni faktor u razvoju ideja i njihovom pretvaranju u akciju.</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | <p>a) Točno b) Netočno</p> | | 5 bodova |
| 2 | <p>Psihološka sigurnost je:</p> <p>a) vjerovanje da se može progovoriti bez straha od osвете.</p> <p>b) zaštita od ispiranja mozga kroz obmanjujuće poslovne prakse</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 3 | <p>Koja je prednost delegiranja?</p> <p>a) Delegiranje zadataka članovima tima može pomoći da svi doprinesu projektu i da nijedna osoba ne bude preopterećena.</p> <p>b) Delegiranje zadataka omogućava članovima tima da preuzmu odgovornost nad svojim radom i osjećaju se više uključenim u projekt.</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|---|---|--|----------|
| | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | | |
| 4 | <p>Mane otvorene i transparentne komunikacije:</p> <p>a) Poticanje otvorene i transparentne komunikacije može dovesti do sukoba između članova tima koji se svađaju oko toga koja ideja je bolja i koju treba provesti u djelo.</p> <p>b) Poticanje otvorene i transparentne komunikacije može dovesti do otkrivanja poslovnih tajni konkurentima i ugrožavanja poduhvata</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 5 | <p>LEAN metodologiju definiraju tri ključna elementa: fokusiranje na vrijednost za kupca, eliminiranje stvari koje ne pružaju direktno vrijednost (otpad) i ponavljanje sa cikličnim poboljšanjima.</p> <p>a) Točno</p> | <p>a) Točno b) Netočno</p> | | 5 bodova |

| | | | | |
|---|---|---|--|-------------------|
| | b) Netočno | | | |
| 6 | <p>Šta je Lean Canvas?</p> <p>a) Lean Canvas je dizajniran da pomogne poduzetnicima da se fokusiraju na maksimiziranje korisničke vrednosti tako što će identificirati najvažnije pretpostavke i vrijednosti svoje poslovne ideje.</p> <p>b) Lean Canvas je shema poslovnog modela na jednoj stranici koji pomaže poduzetnicima da predstavu svoju poslovnu ideju u njene ključne pretpostavke i vrijednosti.</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 7 | <p>Prvi korak u Lean Canvas-u je da opišete probleme koje rješavate za svoje kupce i korisnike. Identificiranje problema vam pomaže da se usredotočite na potrebe klijenata i kreirate proizvod ili uslugu koja rješava te potrebe.</p> <p>a) Točno b) Netočno</p> | <p>a) Točno b) Netočno</p> | | 5 bodova |
| 8 | <p>Što je <i>jedinstveni prijedlog vrijednosti</i> (Unique Value Proposition UVP)?</p> | <p>a) b) c)</p> | | 5 bodova za svaki |

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

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

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | <p>b) Lean Canvas je osmišljen tako da pomogne poduzetnicima da se fokusiraju na maksimiziranje vrijednosti korisnika identificiranjem najvažnijih pretpostavki i vrijednosti njihove poslovne ideje dok je Business Model Canvas sveobuhvatniji model i pogodan za već uspostavljeno poslovanje.</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | | |
|--|---|--|--|--|

Maksimum 85 bodova

3.5 Učenje kroz iskustvo

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

| | | | | |
|---|--|---|--|-----------|
| 4 | <p>Šta to znači - Identificirajte oblasti neefikasnosti:</p> <p>a) Eliminirati suvišne procese i pojednostaviti buduće poduhvate.</p> <p>b) Riješite se svega što ne pomaže timu da ostvari svoje ciljeve.</p> <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | <p>a) b) c) Obje d) Nijedna od njih</p> | | 5 bodova |
| 5 | <p>Postoji li razlika između procesa naučenih lekcija i analize naučenih lekcija?</p> <p>a) Da b) Ne</p> <p>Ako je odgovor DA, objasnite razliku.</p> | <p>a) Da b) Ne</p> <p>Ako je odgovor DA, objasnite razliku.</p> | | 10 bodova |
| 6 | <p>Proces naučenih lekcija uključuje pet ključnih koraka. Koja od sljedećih stavki nije dio njih?</p> <p>a. Idetificirajte b. Dokumentirajte c. Analizirajte d. Sačuvajte e. Povratite f. Primjenite</p> | <p>a. Identificirajte b. Dokumentirajte c. Analizirajte d. Sačuvajte e. Povratite f. Primjenite</p> | | 10 bodova |
| 7 | <p>Koji su vlastiti linijski proizvodi pomogli Amazonu da postane jedan od najvećih</p> | <p>a) Kindle e-reader b) Play stanica c) iPhone</p> | | 5 bodova |

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

| | | | |
|----|--|-------------------------|-----------|
| | b) Netočno | | |
| 11 | <p>Šta znači identificirati oblasti neefikasnosti:</p> <p>a) Eliminirati suvišne procese i pojednostaviti buduće poduhvate.</p> <p>b) Rješiti se svega što ne pomaže timu da ostvari svoje ciljeve.</p> <p>c) Identificirati koja odjeljenja ne ostvaruju visok nivo profita.</p> <p>a) b) c)</p> <p>Slobodno odaberite više odgovora.</p> | <p>a) b) c)</p> | 10 bodova |
| 12 | <p>Koje je najbolje mjesto za čuvanje izvještaja iz procesa naučenih lekcija?</p> <p>a) na lokaciji koja je dostupna svim zainteresiranim stranama, obično na disk jedinici ili u skladištu u oblaku.</p> <p>b) u sefu poduzeća kako bi se spriječila moguća krađa i prijenos podataka konkurentima.</p> <p>a) b)</p> | <p>a) b)</p> | 10 bodova |

Maksimum 90 bodova

Literatura:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Redakcioni odbor:

Prof. dr. Zdravko Živković

Prof. Lidija Bilbija



zdravko.zivkovic@fimek.edu.rs