

PITANJA:

1. Koja je posljednja evolucijska i revolucijska faza kroz koje je sport prolazio (John Beech i Simon Chadwicku, 2004):
 - a) Stratifikacija
 - b) Profesionalizacija
 - c) Post – komercijalizacija
 - d) Kodifikacija

2. Na čemu se temelji bihevioristička teorija o menadžmentu (Sikavica i sur., 2008):
 - a) Ponašanju uspješnih pojedinaca unutar organizacija
 - b) Situaciji u kojoj se vođa nalazi
 - c) Da je vodstvo urođeno u određenim individuama

3. Zaokružiti tačan odgovor kojim se definišu poslovi menadžera srednjeg nivoa u sportskom menadžmentu (Bartoluci, 2003):
 - a) Obavljanje svih funkcija menadžmenta
 - b) Nadgledavanje i obavljanje svih procesa u poslovnoj i sportskoj funkciji
 - c) Upravljanje procesima, poslovima i organizacijskim strukturama jednog dijela sportske organizacije

4. Prema Tomiću (2007) Znanja, odnosno sposobnosti koji menadžeri u sportu moraju posjedovati su svrstani u koliko kategorija ?
 - a)2
 - b)4
 - c)3
 - d)5

5. Koje sposobnosti igraju najveću ulogu kod menadžera najviše razine (Tomić, 2007):
 - a) Intuitivne ili konceptualne sposobnosti
 - b) Sposobnosti iz područja menadžmenta
 - c) Tehničke sposobnosti

6. Koliko faza planiranja humanih resursa potrebno sprovesti u inostranstvu (Sadžak, M., Rađo, I., Sadžak, D., 2015):
- 2
 - 4
 - 6
 - 3
 - 8
 - 5
7. U praksi liderstva susrećemo nekoliko vrsti moći, a jedna od njih utiče na druge na osnovu njihove lične identifikacije sa vođom, a to je:
- Ekspertska moć
 - Harizmatska moć
 - Referentna moć
8. Kod SPACE matrice koji od navedenih parametara ne opisuje stabilnost okoline?
- nivo cijena konkurentskih proizvoda
 - cjenovna elasticnost trznje
 - finansijska stabilnost
 - ulazne prepreke za ulazak na trziste
9. Marketing izvršioci su:
- Proizvod
 - Cijena
 - Krajnji potrošači
 - Promocija
10. Ključna osnova koncepcije društvenog marketinga je:
- Konkurencija
 - Društvo
 - Proizvod
11. Prema marketing koncepciji, organizacije su usmijerene na potrebe:
- Potrošača
 - Prodavca

12. Taktički instrument marketing miksa (4P) je:
- a) Potrošač
 - b) Konkurent
 - c) Proizvod
 - d) Dobavljač
13. Prema Dujaniću koliko tipova kontrole razlikujemo (Dujanić, 2007):
- a) 3
 - b) 5
 - c) 2
 - d) 4
14. Prema rezultatima istraživanja prezentiranog u Bartoluci i Škorić (2009) najvažnije karakteristike koje mora posjedovati „uspješan“ menadžer u sportu su:
- a) snalažljivost, odlučnost, poslovnost
 - b) strategiju, planiranje, kontrolu
 - c) odlučnost, kontrolu, snalažljivost
15. U kojoj od navedenih EPRG-modela se strategija formira u centrali kompanije?
- a) Regiocentrična strategija
 - b) Etnocentrična strategija
 - c) Policentrična strategija
 - d) Geocentrična strategija
16. U kojem EPRG-modlu strategije se dalje prednost menadžmentima iz ino - filijala kompanija?
- a) Geocentrična strategija
 - b) Regiocentrična strategija
 - c) Etnocentrična strategija
 - d) Policentrična strategija
17. Koji su eksterni faktori koji (in)direktno utječu na formiranje jednog integrativnog strateškog menadžmenta (De Cieri & Dowling, 2006):
- a) karakteristike industrije i integracijske radne mreže i alijanse
 - b) strategije preduzeća i korporativno upravljanje
 - c) internacionalno iskustvo i organizacijska kultura

18. Prema Mintzberg (1975) u interpersonalne menadžerske uloge spadaju:
- Monitor, odašiljač, glasnogovornik
 - Veza, vođa, nominirani vođa
 - Preduzetnik, alokator resursa, pregovarač
19. Prema Wihrich & Koontz (1994) zaokružiti tačan redoslijed procesa motivacije:
- Želja – nezadovoljena potreba – napetost – zadovoljena potreba – akcija
 - Nezadovoljena potreba – želja – akcija – zadovoljena potreba
 - Želja – napetost – akcija
 - Nezadovoljena potreba – želja – napetost – akcija – zadovoljena potreba
20. Prema Mintzberg (1994) proces strategijskog menadžmenta sastoji se od četiri osnovna koraka. Zaokružiti tačan redoslijed:
- Strategijska analiza – oblikovanje vizije – profiliranje – organizaciono učenje
 - Oblikovanje vizije – strategijska analiza – profiliranje – organizaciono učenje
 - Profiliranje – organizaciono učenje – oblikovanje vizije – strategijska analiza
21. Zaokružiti menadžerske funkcije prema Henri Fayolu:
- Predviđanje, organiziranje, naređivanje, koordiniranje, kontroliranje
 - Planiranje, organiziranje, upravljanje ljudskim potencijalima, vođenje, kontroliranje
22. Unutar svake organizacije egzistiraju bazične i unutrašnje organizacione sile. Zaokružiti bazične sile:
- Sila vođenja i ideološka sila
 - Politička sila i ideološka sila
 - Sila vođenja i inovativnost
23. U odnosu na sadržajnu strukturu, odnosno sportske aktivnosti, sportski objekti mogu biti:
- Univalentni i polivalentni sportski objekti
 - Otvoreni ili zatvoreni sportski objekti
24. Program sportskog objekta obuhvata tri osnovna elementa. Zaokružiti tačan odgovor:
- Sadržajni, objekte i prostore, usluge
 - Rukovodstvo, sport i marketing, opšti i zajednički poslovi
 - Služba obezbjeđenja, komercijala i finansije, tehnički poslovi

25. Sportska priredba se definiše kao određeni planski pripremljen i sproveden, vremenski ograničen sportski događaj. Zaokružiti koja dva uslova mora da ispunjava kako bi se posmatralo u svojstvu sportskog događaja:
- a) Da za to postoji javni interes i da je ekonomski isplativa
 - b) Da učestvuje više sportista i da je događaj od javnog interesa
 - c) Da je ekonomski isplativ i da učestvuje više sportista
 - d) Da za to postoji javni interes i da na njemu učestvuje više sportista
26. Višenamjenski sportski objekti, tipa visokogradnja se podižu:
- a) Na periferiji grada
 - b) U urbanim centrima
 - c) U ruralnim dijelovima
27. Menadžment u sportskom objektu treba da uspješno realizuje funkciju kao što je:
- a) Upravljanje rizicima
 - b) Ekonomski poslovi
 - c) Poslovi tehničke prirode
28. U kojem obliku privatnog preduzetništva u sportskim objektima društvo plaća određenu nadoknadu za sve aspekte poslovanja:
- a) Lizing sportskih objekata
 - b) Neprofitne organizacije
 - c) Javni objekti ili privatno – ugovorno upravljanje
 - d) Ugovorne usluge
29. Koja od navedenih aktivnosti ne spada u operativno upravljanje sportskim objektom?
- a) Koordinacija transformacionog procesa
 - b) Aktivnosti planiranja proizvodnih inputa
 - c) Planiranje operacija
 - d) Instalacija potrebnih inputa
 - e) Kontrola efektivnosti
30. Koji od navedena dva resursa u sportu ima za zadatak da uobliči sportsku cjelinu u sportskom sistemu:
- a) Funkcionalni resurs
 - b) Logistički resurs

31. Prema Smith (2008) struktura sportskog marketinga struktuiše se na više razina. Koja od razina se nalazi na samom vrhu hijerarhije:
- a) Načela
 - b) Alati
 - c) Filozofija
 - d) Proces
32. Šire vanjsko okruženje, odnosno makrookruženje sastoji se od šest spocifičnih okruženja. Koje od navedenih nije makrookruženje (Smith, 2008):
- a) Političko
 - b) Psihološko
 - c) Zakonodavno
 - d) Tehnološko
 - e) Društveno
 - f) Fizičko
33. Lanac vrijednosti u industriji sporta poredan je hijerarhijski. Koji od sektora se nalazi na vrhu lanca:
- a) Zakonodavstvo
 - b) Ministarstva
 - c) Vlada
 - d) Regionalna i lokalna samouprava
 - e) Fizička infrastruktura
34. U okviru sportskog marketinga nailazimo na jedan od okvira kao što je identifikacija prilika. Od koliko stavki se sastoji identifikacija prilika:
- a) 5
 - b) 2
 - c) 3
 - d) 6
 - e) 8
35. SWOT analiza sadrži unutarnje i vanjsko okruženje. Zaokužiti unutarnji faktor:
- a) Prilika
 - b) Slabost
 - c) Prijetnja

36. Za potrošnju sportskih proizvoda i usluga imamo tri osnovna motiva. Zaokružiti koji od navedenih motiva spada u motiv samopoimanja:
- a) Drama i zabava
 - b) Kulturalna povezanost
 - c) Ekonomska korist
 - d) Stimulacija
 - e) Zamjensko postignuće
37. U modelu psihološkog kontinuuma spada stadij privlačenja. Šta od navedenog spada u stadij privlačenja:
- a) Kolektivno funkcionalno, emocionalno i simboličko značenje sportskog proizvoda i usluge
 - b) Znanje i svjesnost da sportska usluga postoji
 - c) Stabilnost i lojalnost sportskom proizvodu ili usluzi
 - d) Zadovoljavanje potreba i ostvarivanje koristi kroz sportski proizvod
38. Četiri osnovne kategorije marketinških ciljeva u sportu su: promocija, izvedba, profit i participacija. Koja od navedenih stavki ne spada pod izvedbu:
- a) Povećati tržišni udio
 - b) Povećati zadovoljstvo potrošača i kvalitetu usluge
 - c) Povećati obujam i učestalost korištenja proizvoda ili usluge
 - d) Povećati tržišni udio
39. U odabiru ciljnih tržišta postoji nekoliko taktika pozicioniranja. Koja od navedenih metoda spada pod taktiku – koristi proizvoda:
- a) Korištenje više metoda i elemenata iz drugih taktika pozicioniranja
 - b) Fokusirati se na jedinstvene karakteristike proizvoda
 - c) Naglasiti potrošačima što mogu očekivati odnosno dobiti od proizvoda ili usluge
40. Razlikujemo četiri glavna elementa spleta promocijskih aktivnosti. Koji od navedenih elemenata ne pripada pomenutom spletu:
- a) Osobna prodaja
 - b) Oglašavanje
 - c) Pristup novim tržištima
 - d) Unapređenje prodaje
 - e) Odnosi sa javnošću

41. Prema sportskim stručnjacima postoje četiri osnovna obilježja sportskih ustanova. Zaokružiti koji od navedenih ne pripada osnovnim obilježjima:
- a) Lokacija i pristupačnost
 - b) Lični doživljaj potrošača
 - c) Dizajn i raspored
 - d) Usluga za potrošača
 - e) Infrastruktura ustanove
42. Prema Smith (2008) koliko glavnih ciljeva promocije postoji? Zaokružiti koliko glavnih ciljeva postoji:
- a) 3
 - b) 4
 - c) 2
 - d) 6
 - e) 10
43. O kojem broju generacija, u području sponzorstva, govori Kim Skildum Ried:
- a) 4
 - b) 3
 - c) 5
 - d) 2
44. Postoji nekoliko vrsta sponzorstva. Koji je najveći vid sponzorstva?
- a) Sponzor prezenter
 - b) Generalni sponzor
 - c) Title sponzorstvo
 - d) Službeni dobavljač
45. Kontrola rezultata sportskog marketinga uključuje 4 koraka. U kojem od navedenih koraka je potrebno staviti razvijene čimbenike u akciju?
- a) Definiranje čimbenika uspjeha
 - b) Mjerenje izvedbe plana
 - c) Usporedba rezultata
 - d) Provedba potrebnih promjena

46. Temeljem analize unutarnjeg i vanjskog okruženja izrađuje se SWOT analiza koja se sastoji od koliko elemenata ?
- a) 3
 - b) 8
 - c) 2
 - d) 4
47. SIUSRank uzima podatke o takmičarima iz SIUSData programa pomoću računarske mreže i opcionalno koristi na jednom ili više računara. Kojim tipom mreže komuniciraju ovu dva programa? (Zaokruži tačan odgovor)
- a) RTP/TCP
 - b) TCP/HTTP
 - c) HTTP/IP
 - d) TCP/IP
48. Da bi rezultat postignut na elektronskoj meti bio internacionalno priznat SIUS izdaje licencu namjenski za svako takmičenje i svaka licenca ima vrijeme koje je validna. Na koji period SIUS najčešće izdaje licencu? (Zaokruži tačan odgovor)
- a) 7 dana
 - b) 14 dana
 - c) 29 dana
 - d) 31 dan
49. SIUSRank program zahtjeva bazu podataka i folder za izvoz podataka, u kojem formatu se nalazi baza podataka?(Zaokruži tačan odgovor)
- a) .docx
 - b) .srk
 - c) .exe
 - d) .txt
50. Za kreiranje startnih listi za SIUS koji pomoćni program koristimo?
- a) Microsoft Word
 - b) Microsoft Excel
 - c) Microsoft Access
 - d) Microsoft Project

LITERATURA:

Oblast sportskog menadžmenta:

1. Alibabić, Š., Miljković, J. (2020). *Obrazovni menadžment i liderstvo: ka kompetentnom rukovodiocu*. Institut za međunarodnu saradnju Njemačkog saveza visokih narodnih škola – DW International (Ured za Bosnu i Hercegovinu).
2. Bartoluci, M. (2003). *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
3. Bartoluci, M., Škorić, S. (2009). *Menadžment u sportu*. Zagreb: Kineziološki fakultet.
4. Beech, J. G., Beech, J., & Chadwick, S. (Eds.). (2004). *The business of sport management*. Pearson Education.
5. Bobek, S., Hauc, A., Semolić, B., Treven, S. (1991). *Strateški menadžment i projekti*. Zagreb: Informator.
6. De Cieri H., Dowling P., J., *Strategic Human Resource Management in Multinational Enterprises*. Stahl G., K., Björkman I., *Handbook of International Human Resource Management Reserch*, Cheltenham, Northhampton, MA. Edward Elgar, 2006, str. 23.
7. Dugalić, S. (2017). *Upravljanje sportskim objektima*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
8. Dujanić, M. (2007). *Osnove menadžmenta*. Rijeka: Vleučilište u Rijeci.
9. Mullin, B.J., Hardy, S., Sutton, W.A. (2007). *Sport Marketing, 3rd Edition*, Human Kinetics, Stanningley, UK.
10. Nešić, M. (2005). *Sport i menadžment*. Bačka Palanka: Logos.
11. Nešić, M. (2007). *Menadžment sportskih događaja*. Bačka Palanka: Logos.
12. Nešić, M., Lolić, V. (2008). *Osnove menadžmenta u sportu*. Banja Luka: Panevropski univerzitet Apeiron.
13. Raič, A. (2007). *Ekonomika sporta*.
14. Rupčić, N. (2018). *Suvremeni menadžment – teorija i praksa*. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci.
15. Sadžak, M., Rađo, I., Sadžak, D. (2015). *Humani resursi u globalnom – internacionalnom menadžmentu*. Sarajevo: Fakultet sporta i tjelesnog odgoja.
16. Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk, D. (2009). *Strategic Sport Marketing, 3rd Edition*, Allen & Unwin, Crows Nest, Australia.
17. Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F. i Pološki Vokić, N. (2008). *Temelji menadžmenta*. Zagreb: Školska knjiga.
18. Smith, A.C.T. (2008). *Introduction to Sports Marketing*, Elsevier Ltd., Oxford, UK.
19. Šunje, A. (2002). *Top menadžer – vizionar i strateg*. Sarajevo: Tirada.
20. Tomić, M. (1995). *Menadžment u sportu*. Beograd: Mitenko.
21. Tomić, M. (2007). *Sportski menadžment*. Beograd: Data status.
22. Wihrich, H., Koontz, H. (1994). *Menadžment*. Zagreb.
23. *Prezentacija na temu: "Menadžment sportskih objekata i događaja"* Doc. Dr. Mirko Tufegdžija - <https://slideplayer.com/slide/14082745/>

Funkcionisanje i upravljanje softvera SIUS (sistem7)

1. <https://support.sius.com/document/library-of-tutorials/>