Pitanja za testove

**Kviz 1** (svako pitanje nosi 0,5 bodova)

Prednost elektroničkog poslovanja (odaberite jedan točan odgovor):

* Velika konkurencija
* Pitanja sigurnosti i zaštite
* Manje količine inventara
* Averzija prema on-line kupnji

U tehnološki aspekt makro-okruženja e – poslovanja ubrajamo:

* Ekonomske faktore
* Pravna ograničenja
* Inovaciju i trendove
* Javno mišljenje

U etička pitanja koja se tiče vlasništva nad osobnim informacijama (prema Masonu) NE ubrajamo:

* Privatnost
* Točnost
* Vlasništvo
* Kontinuitet

Kod razdvajanja posredničkog kanala iz posredničkog kanala izbacujemo:

* Proizvođača
* Maloprodaju
* Potrošača
* Marketing

PEST analiza se NE sastoji od:

* Političkog okruženja
* Društvenog okruženja
* Ekonomskog okruženja
* Mikro okruženja

Posljednja faza PEST analize jest:

* Postizanje konzenzusa o potrebi provođenja PEST analize
* Izbor voditelja i tima za PEST analizu
* Dostava izvještaja menadžerima zaduženima za projekt
* Primjena rezultata procesa u oblikovanju strategije

Porterov model se NE sastoji od:

* Opasnosti od ulazka novih konkurenata
* Pregovaračke moći kupaca
* Pregovaračke moći dobavljača
* Snaga i slabosti organizacije

Potpuna integracija informacijskih & telekomunikacijskih tehnologija (ICT) u poslovanje se naziva:

* E-poslovanje
* E-marketing
* E-trgovina
* E-učenje

Nedostatak elektroničkog poslovanja (jedan točan odgovor):

* Povezivanje dobavljača
* Pitanja sigurnosti i zaštite
* Manje količine inventara
* Integriranje svih procesa unutar lanca vrijednosti

Dugoročan plan razvoja organizacije se naziva:

* Strategija
* Integracija
* Poslovanje
* Marketing

**Kviz 2** (svako pitanje nosi po 0,5 bodova)

CRM je oznaka za:

* Customer relationship management
* Customer relations in marketing
* Cronological relations management
* Customer relationship marketing

Kolektiranje, izvještavanje i analiza podataka na web stranici se naziva:

* CRM
* Web analitika
* E-marketing
* E-poslovanje

Metrike koje nam pomažu razumijeti koliko dobro radimo u odnosu na postavljene ciljeve nazivamo:

* KJP
* KPI
* KSP
* KOP

Od 100% ljudi koji će posjetiti web stranicu smatra se da će neki proizvod kupiti njih:

* 1-2%
* 2-3%
* 3-4%
* 4-5%

Potrebno je prakticirati zadržavanje kupaca, ali u alate za zadržavanje NE ubrajamo:

* Personalizacija
* Masovna prilagodba
* Konverziju
* Kolaborativno filtriranje

Ukoliko je trenutna vrijednost kupaca visoka, kao i buduća potencijalna vrijednost, takve kupce nazivamo:

* Platinasti
* Srebrni
* Zlatni
* Brončani

Menadžerski proces u kojem se identificiraju, predviđaju i profitabilno zadovoljavaju zahtjevi kupaca nazivamo:

* Menadžment
* Planiranje
* Marketing
* Organizacija

Dio ponude (bilo opipljiv, bilo neopipljiv) koji neposredno zadovoljava potrebe/želje kupaca nazivamo:

* Proizvod
* Cijena
* Distribucija
* Promocija

Načine komunikacije sa kupcima i drugim dionicima, kako bi ih se obavijestilo o ponudi, ali i organizaciji općenito nazivamo:

* Proizvod
* Cijena
* Distribucija
* Promocija

U marketinške kanale za e-poslovanje NE ubrajamo:

* Telefon
* Proizvodnju
* Poštu
* Osobni kontakt

**Kviz 3** (svako pitanje nosi 0,5 bodova)

U vrste e-poslovanja NE ubrajamo:

* B2C
* B2B
* B2Z
* B2E

Skupine povezanih informacija, koje se odnose na različite ljude, transakcije ili proizvode nazivamo:

* Entiteti
* Relacije
* Veze
* Atributi

Entiteti imaju različita svojstva, odnosno:

* Relacije
* Baze podataka
* Atribute
* Veze

Upiti u bazu podataka se obavljaju na:

* Serveru
* Klijentu
* Bazi podataka
* Relaciji

Prikazivanje podataka je uglavnom funkcija:

* Klijenta
* Servera
* Relacije
* Baze podataka

Ulazni resursi su:

* Obrada infromacija ili proizvoda
* Informacije ili proizvodi koji ulaze u tvrtku
* Transport informacija ili proizvoda
* Promjena tijeka procesa

B2C je oznaka za:

* Tvrtka kupcu
* Tvrtka tvrtki
* Tvrtka zaposlenom
* Kupac kupcu

Modeliranje podataka NE obuhvaća:

* Identificiranje entiteta
* Identificiranje atributa koji opisuju entitete
* Identificiranje odnosa među entitetima
* Identificiranje tijekova među objektima

U relacijskoj bazi podataka, svaki atribut se predstavlja čime:

* Poljem
* Zapisom
* Brojem
* Tablicom

'Identificiranje aktera' je koja faza analize slučajeva korištenja:

* Prva
* Druga
* Treća
* Četvrta

**Kviz 4** (svako pitanje nosi po 2 boda)

1. Objasnite 'Zakon o zaštiti potrošača' u kontekstu otvaranja webshop-a u RH.
2. Objasnite 'Zakon o fiskalizaciji' u kontekstu otvaranja webshop-a u RH.
3. Objasnite 'Zakon o električnoj trgovini' u kontekstu otvaranja webshop-a u RH.