

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

QUESTÃO 21

Assinale a opção correta, a respeito da importância e do escopo de atuação do *marketing*.

- A As pessoas ou organizações estão envolvidas, formal ou informalmente, em um grande número de atividades que poderiam ser chamadas de *marketing*.
- B O *marketing* está restrito a eventos específicos da vida cotidiana, sendo explorado por meios de comunicação que veiculam anúncios e propagandas.
- C Escolher as palavras ou cores para uma nova embalagem de determinado produto está fora do escopo das atribuições dos gerentes de *marketing*.
- D O *marketing* é uma função organizacional que envolve a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, com vistas a beneficiar primordialmente a organização.
- E A administração de *marketing* é vista como a arte e a ciência da escolha de mercados-alvo e da captação de clientes, mas não envolve a fidelização dos consumidores, visto que uma nova procura pelo produto ou serviço será automática.

QUESTÃO 22

A respeito da atuação da administração de *marketing* e do conceito de troca sob a perspectiva do *marketing*, assinale a opção correta.

- A A administração de *marketing* acontece quando, em uma relação de troca, pelo menos uma das partes obtém as respostas desejadas, independentemente das necessidades das outras partes envolvidas no processo.
- B A venda, conceito central do *marketing*, envolve oferecer algo a alguém para obter um produto desejado.
- C A troca independe do fato de todas as partes envolvidas acreditarem ser adequado participar da negociação.
- D A troca é um processo de criação de valor, porque normalmente deixa as partes envolvidas em melhor situação ou, pelo menos, não em uma situação pior do que antes.
- E O *marketing* consiste na tomada de ações que provoquem a reação desejada de um público-alvo, o que não fica caracterizado, por exemplo, quando um grupo de ação social deseja a adoção de uma causa.

QUESTÃO 23

No que diz respeito às áreas de atuação e às competências dos gestores de *marketing*, assinale a opção correta.

- A Os profissionais da área se envolvem no *marketing* de bens, serviços e eventos, de pessoas, lugares, propriedades e organizações, mas não atuam em aspectos relacionados a experiências, informações e ideias.
- B Os profissionais de *marketing* usam o termo mercado para abranger vários agrupamentos de clientes e os principais mercados de clientes são: consumidor, organizacional, global e sem fins lucrativos.
- C No *marketing* holístico, o mais importante é o consumidor; os funcionários, outras empresas, a concorrência e a sociedade como um todo têm importância relativa.
- D O *marketing* de relacionamento tenta construir ligações econômicas, técnicas e sociais entre clientes, fornecedores e distribuidores, mas raramente estabelece relacionamentos de longo prazo ou mutuamente satisfatórios para conquistar ou manter negócios.
- E Os quatro grupos amplos denominados 4Ps do *marketing* — produto, preço, praça ou ponto de venda e promoção — se distinguem intrinsecamente do *mix* denominado 4/Cs dos clientes: cliente, custo, conveniência e comunicação.

QUESTÃO 24

Com relação ao plano de *marketing* e às estratégias de desenvolvimento, assinale a opção correta.

- A Um plano de *marketing*, que resume como a empresa planeja alcançar seus objetivos, pode ou não prever a alocação de fundos a serem utilizados ao longo do período do planejamento.
- B O plano de *marketing* deve conter, necessariamente, resumo executivo e sumário, análise da situação, estratégia de *marketing*, projeções financeiras e controles.
- C Frequentemente utilizada para viabilizar a análise da situação prevista no plano de *marketing*, a técnica SWOT envolve o monitoramento de forças e fraquezas, denominadas ambiente externo, e de oportunidade e ameaças, denominadas ambiente interno.
- D O gerente de produto define a missão e os objetivos financeiros e de *marketing* com base nas informações de compras, produção, vendas, finanças e recursos humanos, levantadas pela própria área de *marketing*, independentemente das informações prestadas pelas outras áreas organizacionais.
- E A análise do ponto de equilíbrio, nas projeções financeiras, mostra quantas unidades devem ser vendidas mensalmente para compensar os custos fixos mensais e os custos variáveis médios por unidade, mas não considera os custos de *marketing*, os quais não podem ser previstos.

QUESTÃO 25

Considerando a administração de *marketing* sob seus diversos aspectos, assinale a opção correta.

- A A pesquisa de *marketing* costuma desempenhar papel fundamental na organização, mas se limita a grandes empresas, as únicas que podem contar com departamento para esse fim.
- B Entre os diversos fatores que influenciam o comportamento de compra do consumidor, os fatores psicológicos são os mais determinantes.
- C Entre os diferentes segmentos de mercado identificados, o de preferências difusas contempla consumidores do segmento de mercados naturais.
- D Entre o fabricante e o consumidor final existem intermediários que realizam diversas funções, mas que não constituem um canal de *marketing* formal.
- E Em qualquer contexto de venda, o vendedor deve saber diagnosticar o problema do cliente e propor uma solução, além de realizar uma ou mais das seguintes tarefas específicas: prospecção, definição de alvo, comunicação, venda, atendimento, coleta de informações e alocação.

QUESTÃO 26

Pedro, profissional com anos de atuação na área educacional e diretor de uma instituição de ensino, foi encarregado de decidir acerca do mais adequado modelo pedagógico e do mais adequado *software* de apoio ao ensino a distância para um curso novo a ser implementado na instituição de ensino que dirige. Com base nas suas preferências e em escolhas que havia feito anteriormente, ele optou por um modelo pedagógico e por um *software* que haviam sido adotados em cursos semipresenciais em outra instituição que dirigira e que haviam apresentado resultados satisfatórios para a finalidade a que se propunham. Na sua decisão, desconsiderou alternativas apresentadas por seus colaboradores e informações disponíveis acerca de outras opções.

Nessa situação, o viés de decisão de Pedro é denominado

- A evidência confirmadora.
- B viés de disponibilidade.
- C escalada do comprometimento.
- D ancoragem.
- E erro de aleatoriedade.

QUESTÃO 27

Para elevar o nível de motivação no trabalho, a Organização Alfa implementou um plano de carreiras, com vistas a possibilitar a realização pessoal, o progresso funcional e o crescimento profissional de seus funcionários, mas não adotou quaisquer ações de melhoria das condições de trabalho, da remuneração e do relacionamento interpessoal. A Organização Beta, por sua vez, procurou motivar suas equipes por meio de uma sistemática que visa reconhecer na avaliação de desempenho o esforço de cada um e premiar os bons desempenhos com recompensas consideradas significativas para os funcionários.

No que se refere às teorias motivacionais, as organizações Alfa e Beta adotaram, respectivamente,

- A a teoria de necessidades e a teoria da equidade.
- B a teoria dos dois fatores e a teoria da expectativa.
- C a teoria do reforço e a teoria da autoeficácia.
- D a teoria do estabelecimento de objetivos e as teorias X e Y.
- E a teoria da hierarquia das necessidades e a teoria da avaliação cognitiva.

QUESTÃO 28

Uma instituição de ensino identificou alta evasão escolar, queda de rendimento em exames regionais e nacionais e baixo grau de motivação de seus colaboradores, em total dissonância com as metas estabelecidas em seu planejamento anual. Em decorrência disso, constituiu uma equipe formada por colaboradores de determinada unidade e de unidades com atribuições a ela relacionadas e interdependentes da sua sede com a missão de avaliar as causas e implementar integralmente as medidas corretivas necessárias desde o planejamento, passando pela definição de recursos, delegação de tarefas, negociação com fornecedores internos e externos. A equipe ficou responsável pelos resultados alcançados em decorrência das medidas adotadas.

Nessa situação hipotética, a equipe é do tipo

- A virtual.
- B resolução de problemas.
- C autogerenciada.
- D multifuncional.
- E paralela.

QUESTÃO 29

Determinada instituição de ensino elaborou e aplicou um programa de treinamento amplo com vistas a melhorar os níveis de desempenho de seus colaboradores. Ao final do programa, identificou a necessidade de avaliar o treinamento. Para tanto, aplicou um questionário a ser respondido pelos treinandos e que visava levantar a percepção deles com relação ao conteúdo do curso e sua aplicabilidade, à metodologia utilizada, ao material didático fornecido e à atuação do instrutor.

Considerando-se os níveis de avaliação de treinamento, a instituição adotou a

- A avaliação do comportamento no cargo.
- B avaliação de aprendizagem.
- C avaliação do valor final.
- D avaliação do resultado.
- E avaliação de reações.

QUESTÃO 30

Um modelo de formação de preço de ativos (CAPM), com os ativos A e B, possui os seguintes coeficientes betas: $\beta_A = 1,4$ e $\beta_B = 0,8$. A taxa de retorno do portfólio de mercado é de 10% e a taxa livre de risco é de 5%. Considerando-se esse modelo, se o investidor possui em carteira 75% de ativo A e 25% de ativo B, então o retorno esperado mínimo para esse portfólio é

- A inferior a 9%.
- B superior a 9% e inferior a 10%.
- C superior a 10% e inferior a 11%.
- D superior a 11% e inferior a 12%.
- E superior a 12%.

QUESTÃO 31

Assinale a opção que mostra a relação correta entre uma taxa de juros anual (t_a) e sua taxa equivalente em sete meses (t_s).

- A $t_s = (1 - t_a)^{7/12} + 1$
- B $t_s = (1 + t_a)^{7/12} - 1$
- C $t_s = (1 - t_a)^{12/7} - 1$
- D $t_a = (1 + t_s)^{7/12} - 1$
- E $t_a = (1 - t_s)^{12/7} + 1$

QUESTÃO 32

O índice de liquidez corrente mostra quantas unidades monetárias, em reais, uma empresa possui no seu

- A ativo circulante para cada real de dívida total.
- B ativo para cada real de dívida de curto prazo.
- C patrimônio líquido para cada real de dívida de curto prazo.
- D ativo permanente para cada real de patrimônio líquido.
- E ativo circulante para cada real de dívida de curto prazo.

QUESTÃO 33

Uma empresa possui os seguintes indicadores:

margem operacional de lucro: 30%;
rentabilidade dos investimentos: 60%;
rotação do ativo: 2 vezes.

Nesse caso, se a rotação do ativo da empresa cair para 1,5 vez, então a margem de lucro para manter constante a rentabilidade dos investimentos será igual a

- A 35%.
- B 40%.
- C 45%.
- D 50%.
- E 60%.

QUESTÃO 34

Assinale a opção que apresenta uma característica do período da administração clássica.

- A reconhecimento da administração como uma função distinta das demais funções da empresa, com a separação do trabalho dos administradores das atividades operacionais
- B resolução do problema dos salários, por não haver incentivos para melhorar o desempenho do trabalhador
- C estudo sistemático e científico do tempo, para estabelecer a velocidade máxima de realização e determinado trabalho
- D aprimoramento dos métodos de trabalho para adequação do trabalhador às atividades realizadas e melhoria dos salários
- E divisão igualitária de responsabilidades entre a administração e os trabalhadores

QUESTÃO 35

Considerando-se os pressupostos da era da qualidade total, os produtos e serviços a serem fornecidos ao cliente devem ser

- A inspecionados um a um ou aleatoriamente.
- B inspecionados com base em amostras.
- C definidos com base nos interesses do consumidor.
- D observados diretamente pelo fornecedor ou consumidor ao final do processo produtivo.
- E produzidos assegurando-se a garantia da qualidade requerida pelo fornecedor.

QUESTÃO 36

Assinale a opção correta, a respeito das responsabilidades sociais das empresas.

- A As empresas devem cumprir as obrigações legais e sociais, desde que isso não as afete diretamente.
- B Não é necessário que as empresas invistam nos ambientes comunitários nos quais as empresas estão inseridas se elas não realizarem negócios nesse âmbito.
- C Uma empresa é obrigada, por lei, a assumir um papel social direto para melhorar sua imagem com o público e o governo.
- D Responsabilidade social é função principal do governo, e a atribuição de responsabilidade às empresas compromete o papel governamental na regulamentação empresarial.
- E Programas de responsabilidade social evitam o agravamento de pequenos problemas e favorecem tanto a empresa quanto a sociedade.

QUESTÃO 37

A finalidade do arranjo físico é permitir o melhor desempenho dos colaboradores e dos equipamentos, de forma que o trabalho flua de maneira simples e fácil. Para uma empresa que necessite de um frequente e ágil controle de produtividade, é ideal a seguinte modalidade de arranjo físico:

- A por produto.
- B por processo.
- C físico-celular.
- D posicional.
- E flexível.

QUESTÃO 38

As desvantagens do sistema MRP (*materials requirements planning*) incluem

- A dificuldade na identificação de problemas nos processos.
- B complexidade e possibilidade de não funcionar como o esperado.
- C resposta lenta às alterações na demanda do produto final.
- D inadequação à produção por lotes ou processos de montagem.
- E inviabilidade de manutenção de estoques de segurança e ampliação de inventários.

QUESTÃO 39

O setor de produção de uma indústria, que tem um consumo anual de 8.000 materiais diferentes, apresenta a seguinte composição, pelo método de classificação ABC.

classe A: 15% dos materiais correspondem a 75% do valor anual do consumo
classe B: 25% dos materiais correspondem a 15% do valor anual do consumo
classe C: 60% dos materiais correspondem a 10% do valor anual do consumo

Nessa situação, para controlar

- A 50% do consumo, basta estabelecer controle sobre 4.000 materiais.
- B 25% do consumo, basta estabelecer controle sobre 1.000 materiais.
- C 90% do consumo, basta estabelecer controle sobre 3.200 materiais.
- D os itens que merecem atenção intermediária da indústria, é necessário controlar 4.800 materiais.
- E os itens que merecem menos atenção da indústria, é necessário controlar 1.200 materiais.

QUESTÃO 40

Determinada indústria fabricante de peças eletrônicas produz exatamente a quantidade de produtos necessários para atender aos pedidos dos compradores, nas datas previstas para entrega. Essa empresa utiliza a metodologia

- A *lean production*.
- B sistema Kanban.
- C seis sigma.
- D *just-in-time*.
- E TQM.

QUESTÃO 41

Apesar de o Brasil ainda apresentar rodovias em estado de conservação ruim — o que aumenta os custos com manutenção dos veículos — e uma frota antiga sujeita a roubo de cargas, o transporte rodoviário, quando comparado às modalidades de transporte marítimo, aéreo e ferroviário, apresenta como vantagem

- A ser mais rápido, sem necessidade de uso de embalagens mais reforçadas.
- B ser mais adequado para longas distâncias e transportar grandes quantidades de carga.
- C carregar qualquer tipo carga com menores custos.
- D ser mais competitivo para longas distâncias.
- E apresentar mais simplicidade de funcionamento e agilidade no acesso às cargas.

QUESTÃO 42

Para os bens x e y , distintos, a função utilidade do consumidor é $U(x, y) = 2x^{1/2}y^{1/2}$. Se o consumidor consome 10 unidades do bem x e 0,1 unidade do bem y , e decide aumentar a quantidade demandada do bem x em uma unidade, mantendo constante a quantidade demandada, então a fração de unidade do bem y a ser demandada passará a ser de

- A 1/11.
- B 1/12.
- C 1/13.
- D 1/14.
- E 1/15.

QUESTÃO 43

Considere as seguintes equações de oferta e demanda:

$$\begin{aligned} \text{demanda: } Q &= 10.000 - 150P; \\ \text{oferta: } Q &= 3.000 + 250P. \end{aligned}$$

Nesse caso, o preço e a quantidade de equilíbrio são respectivamente iguais a

- A 17,5 e 7.375.
- B 27,5 e 8.375.
- C 37,5 e 9.375.
- D 47,5 e 9.575.
- E 57,5 e 10.375.

QUESTÃO 44

Em uma pequena economia aberta com câmbio fixo, uma expansão fiscal resultará em

- A redução do emprego e do produto.
- B aumento do nível de preços e redução do consumo.
- C ampliação do produto e contração monetária.
- D expansão monetária e redução das exportações líquidas.
- E ampliação do estoque de moeda e depreciação do câmbio real.

QUESTÃO 45

Supondo-se que x e y sejam bens substitutos perfeitos, uma expressão da função $U = U(x, y)$ que pode representar a utilidade do consumidor é

- A $U = x^{1/2}y^{1/2}$.
- B $U = x^{1/3}y^{1/2}$.
- C $U = \min\{x, y\}$.
- D $U = 1 + 2x + 3y$.
- E $U = x + y^{1/2}$.

QUESTÃO 46

Se $Y = x + \sqrt{y}$ for a função produção, então a taxa marginal de substituição entre os bens x e y será igual a

- A \sqrt{y} .
- B $2\sqrt{y}$.
- C $x + \sqrt{y}$.
- D $x + 2\sqrt{y}$.
- E $x + 2y$.

QUESTÃO 47

Uma empresa que possui diversas operações opta pela departamentalização por distintas formas, como processos, produtos, mercados, clientes e áreas geográficas. Essa empresa utiliza o método de estrutura

- A funcional.
- B divisional.
- C matricial.
- D por equipes.
- E virtual.

QUESTÃO 48

A estrutura organizacional linear caracteriza-se por

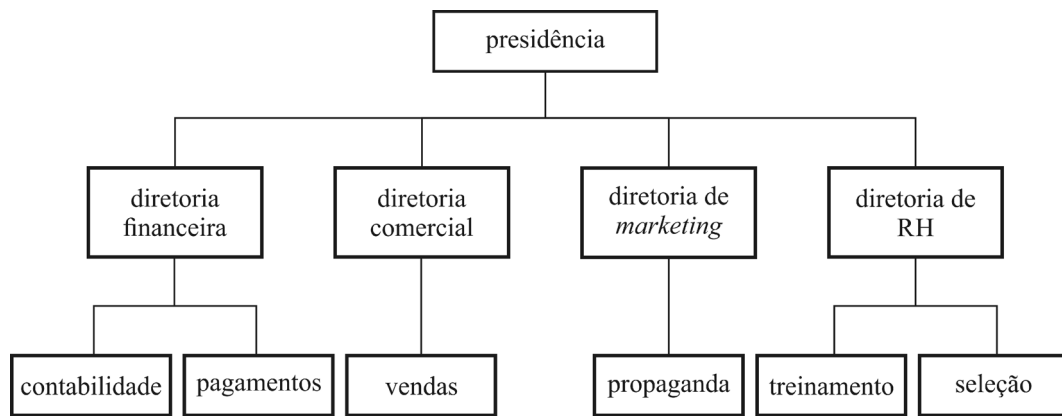
- A contar com especialistas em seu quadro de pessoal para de algum modo aconselhar ou dar apoio para contribuir com o alcance da eficácia e da eficiência da organização.
- B contar com um grupo de pessoas, permanente ou temporário, formalmente indicado para examinar ou decidir certos assuntos.
- C possuir ligações verticais diretas entre os diferentes níveis da cadeia de comando, com uma estrutura clara de autoridade.
- D possuir controle rígido das operações, com uma quantidade limitada de autoridade delegada dentro da organização.
- E possuir os meios para esclarecer e comunicar a autoridade e a responsabilidade final, com uma quantidade significativa de delegação de autoridade aos níveis mais baixos.

QUESTÃO 49

O leiaute, componente importante na organização empresarial, objetiva

- A demonstrar a relação superior-subordinado, deixando implícitos os procedimentos relativos à delegação de autoridade e responsabilidade.
- B demonstrar os componentes da estrutura organizacional, como a divisão do trabalho e o tipo de departamentalização.
- C representar graficamente a sequência de atividades de um processo.
- D estabelecer o posicionamento no espaço de departamentos ou postos de trabalho, de modo a minimizar custos e criar um ambiente favorável à produtividade.
- E estabelecer o que é realizado em cada etapa de um processo, os materiais ou serviços que entram e saem, as decisões que devem ser tomadas e as pessoas envolvidas.

QUESTÃO 50



A figura precedente corresponde a um organograma do tipo

- Ⓐ setorial.
- Ⓑ radial.
- Ⓒ linear de responsabilidade.
- Ⓓ informativo.
- Ⓔ estrutural.

Espaço livre