

## RAT Planeamento - 2

1. No site de uma empresa produtora de floresta, pasta e papel, tissue e energia, pode ler-se a seguinte frase: “somos uma empresa global, reconhecida por transformar, de forma inovadora e sustentável, a floresta em produtos e serviços que contribuam para o bem-estar das pessoas. “. Esta frase refere-se à(ao) \_\_\_\_ da organização.
  - a. Missão
  - b. Visão
  - c. Objetivo estratégico
2. No site de uma empresa produtora de floresta, pasta e papel, tissue e energia, pode ler-se a seguinte frase: “estender a outros negócios a liderança conquistada no papel de impressão e escrita e assim afirmar Portugal no mundo. “. Esta frase refere-se à(ao) \_\_\_\_ da organização.
  - a. Missão
  - b. Visão
  - c. Objetivo estratégico
3. Qual o conceito que descreve o processo que as organizações utilizam para estudar e entender o seu ambiente competitivo?
  - a. Análise de Porter
  - b. Análise estratégica
  - c. Análise da Cadeia de Valor
4. No ambiente competitivo que caracteriza os dias de hoje, dinâmico e em profunda mudança tecnológica, o planeamento estratégico nas organizações:
  - a. Permite preparar melhor as organizações para serem mais competitivas.
  - b. Limita a criatividade e a inovação dos gestores da organização.
  - c. É geralmente dispensável dado que as organizações têm gestores experientes.
5. Google.com é um exemplo marcante de uma empresa que:
  - a. Como a maioria das empresas, procurou essencialmente adaptar-se ao ambiente externo.
  - b. Simultaneamente adaptou-se ao ambiente externo e teve um forte impacto nesse ambiente.
  - c. Aplicou bem a análise SWOT no planeamento estratégico.
6. A gestão de topo da empresa produtora de floresta, pasta e papel, tissue e energia percebeu que existem grandes mudanças no ambiente externo pelo que decidiu rever a sua estratégia. Sobre esta revisão:
  - a. A formulação de uma nova estratégia deve ser precedida de uma análise do ambiente geral, do setor e da própria organização.
  - b. A formulação de uma nova estratégia não deve ter em conta as características atuais da organização, mas apenas as previsões para o futuro.
  - c. A formulação de uma nova estratégia geralmente conduz à modificação da missão previamente estabelecida para a organização.
7. Na análise PEST-E, os itens que são identificados como exercendo uma influência positiva na organização, constituem-se como \_\_\_\_\_ na análise SWOT:
  - a. Pontos fortes
  - b. Oportunidades
  - c. Vantagens competitivas

8. Na análise das cinco forças de Porter, foi identificado a aparecimento de um produto substituto, o que se constitui como \_\_\_\_\_ na análise SWOT:
- Ponto fraco
  - Ameaça**
  - Oportunidade
9. Como resultado de uma análise PEST-E uma organização identificou o aparecimento de uma nova tecnologia que tem impacto nas suas operações, o que se constitui como \_\_\_\_\_ na análise SWOT:
- Uma oportunidade ou um ponto forte
  - Uma ameaça ou uma oportunidade**
  - Uma ameaça ou um ponto fraco
10. Uma empresa produtora de floresta, pasta e papel, tissue e energia, realizou um estudo de mercado e concluiu que os seus clientes e potenciais clientes reconhecem a sua marca como uma marca de qualidade. Este resultado pode ser utilizado na análise SWOT como:
- Um ponto forte**
  - Uma oportunidade
  - Uma ameaça
11. Uma empresa produtora de floresta, pasta e papel, tissue e energia decidiu avaliar a oportunidade de lançar no mercado um novo produto ou serviço. Qual das análises é mais apropriada para esta avaliação?
- A análise PEST-E
  - A análise das cinco forças de Porter**
  - A análise VRIO
12. Um dos fatores de sucesso da Starbucks é a grande variedade de bebidas com café expresso que oferece aos seus clientes. De acordo com a análise VRIO, este recurso é:
- Raro
  - Valioso**
  - Inimitável
13. Sobre cadeia de valor:
- Consiste na estruturação da organização como uma rede de atividades que criam valor.**
  - É o conjunto de atividades de conceção dos produtos.
  - Foca-se essencialmente na obtenção de mais lucro para o dinheiro investido.
14. Qual é a sequência do processo de planeamento estratégico?
- Realizar a análise estratégica, formular a estratégia, formular a missão e a visão e realizar a medição e a avaliação do desempenho
  - Realizar a análise estratégica, formular a missão e a visão, formular a estratégia, e realizar a medição e a avaliação do desempenho
  - Com base na missão e na visão, realizar a análise estratégica, formular a estratégia e realizar a medição e a avaliação do desempenho.**