

Nome: _____

Cód. Aluno _____

Leia as seguintes regras com atenção:

Esta prova tem a duração de 1h30 com 15 minutos de tolerância.

O enunciado tem de ser entregue no final do exame.

Em caso de desistência, o aluno deverá assinalar na prova que pretende desistir e apenas poderá sair da sala a partir das 14h30.

Durante o exame é expressamente proibido recorrer a telemóveis, ou a quaisquer outros equipamentos (exemplo: *Smart Watches*) que permitam a comunicação com o exterior da sala.

Não esquecer de preencher o nome e o número de aluno no enunciado e em todas as folhas de prova utilizadas.

Os Grupos I, II e III devem ser respondidos no próprio enunciado.

O Grupo IV tem de ser respondido na(s) folha(s) de exame.

Os alunos que se encontram no Regime de Avaliação Periódica não devem realizar o Grupo IV. No caso de o realizarem serão excluídos deste regime de avaliação.

GRUPO I (3 valores)

Neste grupo é-lhe apresentado um conjunto de 6 questões para as quais **deverá indicar a resposta correta, devendo assinalar apenas uma resposta em cada questão**. Em caso de engano faça um círculo na resposta errada.

Cada questão tem uma cotação de 0,5 valores. As respostas erradas têm uma penalização de 0,15.

Numa empresa o processo de gestão envolve:

- A. Planificar, Organizar, Gerir e Punir
- B. Planificar, Contabilizar, Gerir e Controlar
- C. Planificar, Organizar, Gerir e Controlar
- D. Nenhuma das hipóteses anteriores

Em estratégia, a atratividade da indústria pode ser medida, entre outras, pelas seguintes forças:

- A. Ameaça de entrada de novos concorrentes, Ameaça de produtos e/ou serviços substitutos e Rivalidade entre concorrentes existentes
- B. Ameaça de entrada de novos fornecedores, Ameaça de produtos e/ou serviços substitutos e Rivalidade entre concorrentes existentes
- C. Ameaça de entrada de novos clientes, Ameaça de produtos e/ou serviços substitutos e Rivalidade entre concorrentes existentes
- D. Contexto político-legal, Ameaça de produtos e/ou serviços substitutos e Rivalidade entre concorrentes existentes

Segundo Michael Porter existem duas fontes de vantagem competitiva: custo e diferenciação. Relacionando-as com o âmbito competitivo (alargado à indústria ou restrito a um segmento), surgem as estratégias genéricas propostas por Porter:

- A. Integração vertical, Diferenciação e Foco
- B. Liderança de custos, Diferenciação e Foco
- C. Liderança de custos, Diversificação e Foco
- D. Liderança de custos, Diferenciação e Internacionalização

No âmbito das teorias organizacionais, Taylor e a Gestão Científica tem como foco:

- A. A definição de normas e standards, Remuneração de acordo com a produtividade e Redução dos movimentos dos operários
- B. Especialização e departamentalização, Remuneração de acordo com a produtividade e Redução dos movimentos dos operários
- C. A definição de normas e standards, um Sistema formal de regras e regulamentos e Redução dos movimentos dos operários
- D. A definição de normas e standards, Remuneração de acordo com a produtividade e a Existência de uma elite de administradores

O Modelo de Comunicação de Berlo, propõe vários fatores comuns ao Emissor ("Source") e ao Recetor ("Receiver").



Dentro dos grupos de fatores que são listados, identifique aqueles que se referem ao Emissor ("Source") e ao Recetor ("Receiver"):

- A. Competências de comunicação, Atitudes e Código
- B. Competências de comunicação, Conteúdo e Conhecimento
- C. Competências de comunicação, Atitudes e Conhecimento
- D. Tratamento, Atitudes e Sistema Social e Cultural

Juan Antonio Pérez López (1934-1996) define a organização como uma instituição que coordena as ações humanas como meio de satisfazer três tipos de necessidades:

- A. Fisiológicas, Cognoscitivas e Afetivas
- B. Materiais, Sociais e Afetivas
- C. Materiais, Cognoscitivas e Auto-estima
- D. Materiais, Cognoscitivas e Afetivas

GRUPO II (3 valores)

A empresa ABC, Lda., dedica-se à comercialização de livros. Em 31/12/N os elementos patrimoniais da sociedade eram os seguintes (valores em milhares de euros):

	Descrição	Valor	A/P/G/R
1	Custos das mercadorias vendidas	100	
2	Mobiliário e equipamento de escritório	1	
3	Armazém	120	
4	Vendas de livros	200	
5	Remunerações e outros encargos com pessoal	50	
6	Renda do escritório	5	
7	Prestação de serviços	30	
8	Livros escolares para venda	60	
9	Computadores e impressoras	5	
10	Seguros	1	
11	Dívidas de clientes	30	
12	Dívida à Segurança Social	2	
13	Dívidas a fornecedores	40	
14	Material de escritório	1	
15	Viatura comercial	10	
16	Eletricidade	1	
17	Software	1	
18	Depósito à ordem no banco Z	10	
19	Dinheiro em caixa	1	
20	Financiamento bancário no banco Z	100	

1. Preencha a coluna em branco da tabela anterior, classificando cada um dos elementos em: (A) Ativo, (P) Passivo, (G) Gastos ou (R) Rendimentos. **(1,0V)**
2. Calcule o valor do património líquido e explique se a empresa ABC se encontra, ou não, em falência técnica. **(1,0V)**

--

3. Calcule o valor do Resultado do Período da empresa ABC. **(1,0V)**

--

GRUPO III (4 valores)

Leia atentamente o seguinte caso:

Em maio de 2022, a reMarkable, empresa norueguesa fabricante de 'tablets de papel', juntou-se ao clube dos “unicórnios” alcançando uma avaliação superior a mil milhões de dólares.

Esta empresa de hardware foi fundada em 2013 pelo CEO Magnus Wanberg em Oslo, Noruega, tem como objetivo reproduzir a sensação de escrever em papel através de um tablet simples e “escorregadio”, no valor de 299 dólares.

Em outubro do ano passado a ReMarkable lançou um serviço de subscrição chamado Connect. Este foi um marco especialmente importante para a reMarkable, que só tinha lançado dois dispositivos desde que foi fundada e que afirma que assim que se compra este equipamento, não é necessário adquirir um novo durante pelo menos 10 anos. O serviço inclui duas modalidades (a normal a 7,99 dólares/mês e "lite" a 4,99 dólares/mês), e é através do Connect que esta startup planeia obter uma parte substancial das suas vendas. Entre as suas funcionalidades, o Connect disponibiliza atualizações contínuas de software; armazenamento na nuvem; conectividade com o Dropbox, o Google Drive e o One Drive; uma garantia estendida para o tablet; conversão de caligrafia; partilha de ecrã e uma funcionalidade para enviar por e-mail. Ou seja, funcionalidades que permitem colocar e retirar informações do reMarkable.

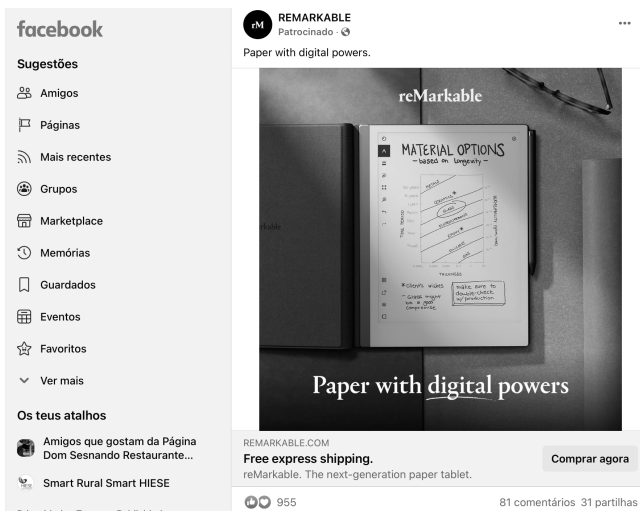


Figura1. Anúncio de Facebook

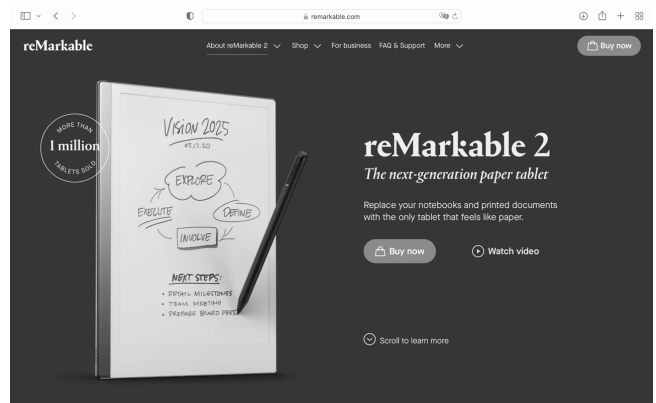


Figura 2. Página web da reMarkable

Tendo em conta a metodologia exposta em aula e a informação descrita no caso, incluindo as imagens apresentadas, descreva a estratégia de Marketing Mix da reMarkable (4 valores).

[illegible]

GRUPO IV (10 valores)

Este grupo destina-se exclusivamente aos alunos que optaram pelo **Regime de Avaliação por Exame** ou aos que **pretendam abdicar do Regime de Avaliação Periódica**.

A empresa “MUSICPRIME” pretende lançar uma nova plataforma *online* para prestar um serviço de *streaming* de música direcionado a jovens universitários.

Proposta de valor: Música online sem anúncios para ouvires em qualquer lado

1. Recorrendo ao Business Model Canvas, identifique e justifique quais poderão ser: **i)** a proposta de valor; **ii)** os segmentos de clientes; **iii)** os canais; **iv)** as relações com os clientes, e **v)** as atividades-chave (**5 valores**).
2. Uma vez elaborado o Business Model Canvas, a empresa vai agora avançar e lançar o seu serviço no mercado. De forma a estruturar a sua estratégia de entrada no mercado a empresa decide contruir uma análise SWOT. Proceda à análise SWOT Matricial (**4 valores**).
3. De uma forma crítica e tendo em conta a proposta de valor da MUSICPRIME faça a descrição das vantagens competitivas potenciais desta ideia de negócio (**1 valor**).