

## MARKETING PESSOAL (OPTATIVA) 6579-20\_43701\_R\_E1\_20232

## CONTEÚDO

Revisar envio do teste: QUESTIONÁRIO UNIDADE III

Usuário	I R I
Curso	MA KETING PESSOAL (OPTATIVA)
Teste	QUESTIONÁRIO UNIDADE III
Iniciado	20/11/23 21:06
Enviado	20/11/23 21:10
Status	Completada
Resultado da tentativa	2,5 em 2,5 pontos
Tempo decorrido	3 minutos
Resultados exibidos	Todas as respostas, Respostas enviadas, Respostas corretas, Comentários, Perguntas respondidas incorretamente

## Pergunta 1

0,25 em 0,25 pontos



Programas de *marketing*, segundo Kotler (KOTLER & KELLER, 2006. p. 17), consistem em “numerosas decisões quanto às atividades de *marketing* de aumento de valor a serem usadas”.

Uma das formas mais tradicionais é o *mix* de *marketing* ou composto mercadológico, classificado por Jerome McCarthy como:

Resposta Selecionada: ☒ c. Produto, preço, praça e promoção.

Respostas:

- ☐ a. Economia, cultura, política e tecnologia.
- ☐ b. Cultura, sociedade, processos pessoais e psicológicos.
- ☒ c. Produto, preço, praça e promoção.
- ☐ d. Economia, cultura, sociedade e tecnologia.
- ☐ e. Classe social, cultura, tecnologia e promoção.

Comentário da resposta:

Alternativa: C

Comentário: O *mix* de *marketing* ou composto mercadológico é formado por quatro pontos: produto, preço, promoção e praça. Jerome McCarthy classificou os 4 Ps como Product, Price, Place, Promotion, e sua tradução é: Produto, Preço, Praça e Promoção.

## Pergunta 2

0,25 em 0,25 pontos



Quando, no composto mercadológico, estamos falando de produto, ele tem aspectos específicos que estão definidos nas alternativas apresentadas. Assinale a que expressa, corretamente, esses aspectos:

Resposta Selecionada: ☒ a. Garantia, *design*, características, qualidade, marca, embalagem e serviços.

Respostas: ☒ a. Garantia, *design*, características, qualidade, marca, embalagem e serviços.

b. Canais, estoque, preço, características e qualidade.

c. Garantia, canais, estoque, características, qualidade e marca.

d. Preço, descontos, garantia, *design*, características e marca.

e. Preço, garantia, embalagem, serviços, descontos e canais.

Comentário da resposta: Alternativa: A  
Comentário: quando estamos nos referindo a um produto, é necessário analisarmos a garantia oferecida, se o *design* encontra-se atual, se as características gerais são satisfatórias, se ele apresenta de fato qualidade, se a marca tem excelência, se a embalagem foi projetada nos tamanhos esperados, se os serviços são condizentes com os outros atributos, se os tamanhos encontram-se dentro das expectativas e como são efetuadas as possíveis devoluções.

### Pergunta 3

0,25 em 0,25 pontos



É possível aplicarmos o *mix* de produtos, estabelecido por McCarthy, ao *marketing* pessoal a fim de podermos enaltecer aspectos da personalidade, da formação e da nossa própria vida, que possam se tornar efetivos diferenciais. Assinale nas alternativas qual é a que traz aspectos do *mix* que diz respeito ao produto, dentro do *marketing* pessoal:

Resposta Selecionada: ☒ e. Todas as alternativas anteriores estão corretas.

Respostas: a. Estamos nos referindo a características pessoais que o profissional tem para oferecer como valor.

b. Formação, qualidade, conhecimento e conteúdo.

c. Competências, habilidades e atitudes.

d. Comportamentos, competências e imagem.

☒ e. Todas as alternativas anteriores estão corretas.

Comentário da resposta: Alternativa: E  
Comentário: formação, qualidade, conhecimento, conteúdo, competências, habilidades, atitudes, comportamentos, competências e

imagem são o retrato de um produto quando estamos nos referindo ao *marketing* pessoal.

#### Pergunta 4

0,25 em 0,25 pontos



Ainda quando estamos falando de composto mercadológico e nos referimos à promoção, estamos falando de:

Resposta Selecionada: ☒ d. Somente as alternativas "a" e "b" estão corretas.

Respostas:

- ☐ a. Propaganda e promoção.
- ☐ b. Relações públicas e *marketing* direto.
- ☐ c. Força de vendas, *marketing* direto e serviços.
- ☒ d. Somente as alternativas "a" e "b" estão corretas.
- ☐ e. As alternativas "a", "b" e "c" estão corretas.

Comentário da resposta:

Alternativa: D

Comentário: serviços não fazem parte do item promoção, dentro do *mix* mercadológico.

#### Pergunta 5

0,25 em 0,25 pontos



A formação é fundamental como valor, porque só conseguimos ser eficientes se soubermos a exata maneira de desenvolver os trabalhos que nos são pertinentes e quanto mais eficientes, maior a possibilidade de atingirmos a eficácia e criarmos um diferencial efetivo.

Portanto, é correto afirmarmos que:

I - Com a frase anterior, estamos nos referindo a competências.

II - A frase anterior diz respeito a planejamentos.

III - A frase não tem qualquer ligação com processos desenvolvidos dentro das competências pessoais.

Resposta Selecionada: ☒ a. Somente a alternativa I está correta.

Respostas:

- ☒ a. Somente a alternativa I está correta.
- ☐ b. Somente a alternativa II está correta.
- ☐ c. Somente a alternativa III está correta.
- ☐ d. As alternativas I e II estão corretas.
- ☐ e. As alternativas II e III estão corretas.

Comentário da  
resposta:

Alternativa: A  
Comentário: a formação, fundamental como valor, diz respeito às competências individuais.

### Pergunta 6

0,25 em 0,25 pontos



Comportamento pode ser definido como a relação do ser com seu mundo, com o ambiente em que vive, que pode vir a modificá-lo ou ser por ele modificado. Sendo assim, é correto afirmarmos que:

Resposta

☒ e.

Selecionada:

Comportamento diz respeito a todas as alternativas anteriores e isso se reflete em como enfrentamos e nos relacionamos com a vida e com os outros.

Respostas:

a.

Comportamento é a interação, através das atitudes que temos no dia a dia, que fazem parte da nossa formação e da nossa personalidade.

b.

Comportamento quer seja no ambiente familiar, corporativo, político, social, retrata quem somos.

c.

Comportamento, na verdade, retrata quem queremos ser.

d.

Comportamento envolve princípios, valores, ética.

☒ e.

Comportamento diz respeito a todas as alternativas anteriores e isso se reflete em como enfrentamos e nos relacionamos com a vida e com os outros.

Comentário da  
resposta:

Alternativa: E  
Comentário: de fato, todas as alternativas nos trazem características de comportamento.

### Pergunta 7

0,25 em 0,25 pontos



Sabemos que o processo de comunicação transmite sempre uma mensagem, que é constituída de um conjunto de sinais (ou signos) pertencentes a um código linguístico ou não. Essa mensagem utiliza canais de comunicação, que são o meio pelo qual a mensagem será transmitida e que serve de suporte físico à transmissão da mensagem. Diante disso, seria correto afirmarmos que os suportes são estabelecidos através:

Resposta Selecionada:

☒ e.

Todas as alternativas apresentam meios de suporte.

Respostas:

a.

Da oralidade.

b.

Da visualidade.

- c. Da corporeidade.
- d. Da escrita.
- ☒ e. Todas as alternativas apresentam meios de suporte.

Comentário da resposta:

Alternativa: E  
Comentário: todas as alternativas oferecidas nos dão suportes de comunicação.

### Pergunta 8

0,25 em 0,25 pontos



Na sociedade altamente visual em que vivemos, a crença, aquilo que acreditamos ser verdadeiro, pode ser manipulada o tempo todo pela impressão. Confundimos uma impressão com a verdade; confundimos "parecer" com de fato "ser".

Sendo assim, podemos afirmar que:

I - A sociedade avalia as pessoas somente pela sua imagem, não sendo tão importante o comportamento.

II - Imagem pessoal é estar adequado às situações pessoais, profissionais e a empresa na qual você quer estar inserido.

III - Imagem pessoal transmite sempre mensagens, que tanto podem ser positivas como negativas.

Resposta Selecionada: ☒ d. Somente as alternativas II e III encontram-se corretas.

Respostas:

- a. Somente a alternativa I está correta.
- b. Somente a alternativa II está correta.
- c. Somente as alternativas I e III encontram-se corretas.
- ☒ d. Somente as alternativas II e III encontram-se corretas.
- e. As alternativas I, II e III estão corretas.

Comentário da resposta:

Alternativa: D  
Comentário: a sociedade avalia as pessoas não somente pela imagem, embora estejamos vivendo em um mundo visual, mas também pelo comportamento que transmite informações e estabelece imagens.

### Pergunta 9

0,25 em 0,25 pontos




Quando estamos falando de *mix de marketing*, o preço tem uma grande influência para que o produto seja ou não adquirido. Trazendo o processo para o *marketing* pessoal é correto afirmarmos que:

I - Todos nós temos o nosso valor e precisamos saber qual é.

II - É fundamental mostrarmos que sabemos o quanto valemos e a melhor maneira é pedindo um salário sempre acima do mercado.

III - Nosso valor tem que estar em conformidade total com os outros itens do *mix de marketing*.

Resposta Selecionada:  c. Somente as alternativas I e III estão corretas.

- Respostas:
- a. Somente as alternativas I e II estão corretas.
  - b. Somente as alternativas II e III estão corretas.
  -  c. Somente as alternativas I e III estão corretas.
  - d. Somente a alternativa I está correta.
  - e. Somente a alternativa III está correta.

Comentário da Alternativa: C

resposta: Comentário: a alternativa II encontra-se incorreta porque precisamos saber nosso valor, mas como ele deve estar em conformidade com os outros itens do *mix de marketing*, não adianta buscarmos um salário maior, se não tivermos efetivamente competências para serem apresentadas.

## Pergunta 10

0,25 em 0,25 pontos



Analise as frases abaixo e a relação proposta entre elas.


Quando o produto somos “nós”, é fundamental que sejam observadas características como conteúdo, formação, estrutura real de conhecimento, que vão interferir e muito no posicionamento que queremos para a nossa carreira.

Porque

Apesar de ser necessário estarmos atentos às nossas competências e habilidades, é imprescindível distinguirmos as nossas deficiências corretamente, a fim de que possamos minimizá-las.

Resposta  c.

Selecionada: As duas frases estão corretas e a segunda é uma consequência da primeira.

- Respostas:
- a. A primeira frase está correta, e a segunda frase está incorreta.
  - b. A primeira frase está incorreta e a segunda está correta.
  -  c. As duas frases estão corretas e a segunda é uma consequência da primeira.
  - d. As duas frases estão incorretas.
  - e. As duas frases estão corretas, mas não mantém nenhuma relação entre si.

Comentário da Alternativa: C

resposta: Comentário: As duas estão de fato corretas e a segunda é consequência da primeira porque quando somos nós o produto, conteúdo, formação e estrutura de conhecimento têm uma grande importância para atingirmos nossos objetivos empresariais. Só conseguiremos isso a partir do momento que, além de conhecermos as nossas competências e

habilidades, prestarmos atenção nas nossas deficiências a fim de corrigi-las e minimizá-las.

Segunda-feira, 20 de Novembro de 2023 21h10min40s BRT

← OK