

1- Com relação à História do Empreendedorismo, assinale a alternativa incorreta:

**R: Foi Jean-Baptiste Say, considerado “o pai da administração moderna”, quem ampliou a definição proposta por Peter Drucker, descrevendo os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criar mudanças**

2- Com relação à “autorrealização” do empreendedor, assinale a alternativa correta:

**R: Ser empreendedor significa ser motivado pela “autorrealização”, ter o desejo de ser independente.**

3- Assinale a palavra que melhor complete a frase, conforme o conteúdo abordado:

“Assim, o primeiro desafio do empreendedor é \_\_\_\_\_, identificar seus ‘superpoderes’, suas melhores habilidades e competências, e colocar isso em prática. Ou seja, seu sucesso como empreendedor está em colocar em prática seu talento.”

**R: Conhecer a si mesmo.**

4- Assinale a palavra que melhor complete a frase, conforme o conteúdo abordado:

“Um empreendedor empenhado detecta uma \_\_\_\_\_ onde outros nada veem, ou veem muito tarde, ou ainda muito cedo. O empreendedor está sempre à procura sistemática, consciente e persistente de oportunidades.”

**R: Oportunidade.**

5- Assinale a palavra que melhor complete a frase, conforme o conteúdo abordado:

“O empreendedor passa \_\_\_\_\_ parte de sua vida na atividade que escolheu empreender.”

**R: A maior.**

6- Com relação ao conceito de “startup”, assinale a alternativa incorreta:

**R: Esse conceito não está diretamente ligado à inovação.**

7- Com relação ao tema “empreendedorismo”, assinale a alternativa incorreta:

**R: Empreender é abrir um negócio.**

8- Tendo em vista o conteúdo abordado, podemos afirmar que:

**R: A atividade empreendedora chamada startup está diretamente ligada à ideia de baixos custos iniciais e inovação.**

9- Com relação aos investimentos em uma startup, é correto afirmar que:

**R: O empreendimento deve trazer para o empreendedor realização tanto pessoal como profissional.**

10- Tendo em vista o conteúdo abordado, complete a frase abaixo, assinalando a assertiva mais coerente:

“Existem inúmeras fontes de oportunidade na envolvente, a maioria delas explorando a mudança: quanto mais uma envolvente estiver em mudança, mais oportunidades existem para o \_\_\_\_\_.”

**R: empreendedor.**

11- Assinale a alternativa correta:

**R: O portfólio corresponde à descrição dos produtos e serviços que a empresa oferecerá aos seus clientes.**

12- “Bons cenários são o resultado de reflexões de pessoas com \_\_\_\_\_. A \_\_\_\_\_ de opiniões assegura a riqueza do futuro idealizado e dá margem aos executivos para optar pelo futuro que eles desejam construir.”

**R: Referenciais intelectuais, culturais e sociais diversos / diversidade**

13- “Michael Porter (1996), um dos autores mais bem aceitos pela academia e mundo empresarial no âmbito da formulação de estratégias competitivas, atenta para a distinção conceitual e processual entre estratégias e eficácia operacional. Segundo o autor, as empresas precisam ser \_\_\_\_\_ para responder rapidamente às mudanças competitivas e de mercado.”

**R: flexíveis.**

14- Com relação ao tema “Análise da legalidade do Negócio”, conforme o conteúdo abordado, assinale a alternativa correta:

**R: Consiste da análise jurídica sobre a comercialização dos produtos e serviços, respeitando de forma ampla a legislação vigente nos países onde a empresa pretende atuar.**

15- “Em seus conceitos sobre formulação de estratégia, Porter (1996) propôs uma tipologia a qual chamou de \_\_\_\_\_. O conceito baseia-se em três caminhos distintos para obter liderança de mercado: liderança no custo total; diferenciação; e enfoque.”

**R: Estratégias genéricas.**

16- De acordo com o conteúdo abordado, assinale a alternativa correta:

**R: Cada uma das estratégias genéricas envolve um caminho fundamentalmente diverso em termos de vantagem competitiva.**

17- “Na economia global, as considerações econômicas quase sempre transcendem às considerações políticas porque, com relações econômicas em ascensão, os principais executivos das empresas de um país são, \_\_\_\_\_, mais importantes do que as figuras políticas.”

**R: Com frequência.**

18- Com relação ao tema “Estratégia Focada no Lucro”, conforme o conteúdo abordado, assinale a assertiva correta:

**R: A estratégia focada no lucro origina-se do conceito de Zona de Lucro “Profit Zone”, de Slywotzky e Morrison (1998).**

19- “O \_\_\_\_\_ descreve o posicionamento de mercado a ser adotado pela empresa para competir no mercado, os diferenciais da empresa em relação aos seus concorrentes.”

**R: Plano de marketing.**

20- “A noção que fundamenta o conceito de estratégias genéricas é de que a vantagem competitiva está no âmago de qualquer \_\_\_\_\_ e, para obtê-la, é preciso que a empresa faça uma escolha. Ser ‘tudo para todos’ (empresa meio-termo) é uma receita para a mediocridade estratégica e para um desempenho \_\_\_\_\_, pois normalmente significa que a empresa não tem absolutamente qualquer vantagem competitiva.”

**R: Estratégia / Abaixo da média.**

21- “Segundo a metodologia do \_\_\_\_\_, uma ideia de produto ou serviço precisar ter uma ‘proposta de valor’ para o cliente. Essa é uma das bases para validação de uma ideia empreendedora. Para realizar essa análise, é preciso aplicar o \_\_\_\_\_.”

**R: CANVAS / marketing empreendedor.**

22- “Para uma startup com \_\_\_\_\_, quanto maior o recorte do segmento (nicho), \_\_\_\_\_ são as chances de identificar e atender as necessidades reais dos clientes, porém esse nicho deve ser grande o suficiente para formar um negócio potencial atrativo.”

**R: Recursos Limitados / melhores.**

23- “Um \_\_\_\_\_ é um documento que formula um plano para comercializar produtos e/ou serviços.”

**R: Plano de Marketing.**

24- Com relação ao assunto “Evoluções Tecnológicas e o Marketing”, assinale a alternativa incorreta:

**R: Pode-se afirmar que a internet não permite o uso da interatividade com os clientes de uma empresa.**

25- Com relação ao tema “BUSINESS MODEL CANVAS”, conforme o conteúdo abordado, assinale a assertiva correta:

**R: Tal metodologia considera que os “canais” descrevem quais os caminhos pelos quais a empresa comunica e entrega valor para o cliente.**

26- Com relação ao tema “BMG” assinale a alternativa incorreta:

**R: Trata-se de uma metodologia de gestão de franquias.**

27- Com relação ao tema “pesquisa de marketing”, assinale a alternativa incorreta:

**R: Seu uso visa não influenciar a tomada de decisões relacionadas à identificação e solução de problemas em marketing.**

28- “O \_\_\_\_\_ é uma metodologia simplificada para validação de ideias de negócios. Funciona como uma primeira reflexão para que o \_\_\_\_\_ valide sua ideia.”

**R: BMG / empreendedor.**

29- Com relação ao assunto “BUSINESS MODEL CANVAS”, assinale a alternativa incorreta:

**R: Pode-se afirmar que para a implementação do BUSINESS MODEL CANVAS não é importante questionarmos para quem estamos criando o valor.**

30- Com relação ao tema “Marketing Digital”, conforme o conteúdo abordado, assinale a assertiva correta:

**R: Na Internet, as empresas têm um espaço virtual em que podem atender aos seus clientes.**

### **Atividades facultativas**

1- Assinale a alternativa que não corresponde a uma reflexão importante para identificar oportunidades de negócios:

**R: O empreendedor cria as necessidades de seus futuros clientes.**

2- Com relação a necessidade de recursos financeiros para empreender, podemos afirmar que:

**R: O excesso de autoconfiança do empreendedor leva-o frequentemente a pensar que recursos financeiros são recursos secundários, fáceis de angariar ou de executar por ele próprio e, portanto, não merecedores da sua atenção numa primeira fase.**

3- Escolha uma alternativa:

**R: O Brasil não é um país promissor para o empreendedorismo digital, porque ainda não temos capacidade empreendedora no país.**

4- “O empreendedorismo é estimulado pela (o) \_\_\_\_\_.”

**R: Criatividade e Inovação.**

5- Com relação ao tema “Empreendedorismo” podemos afirmar que:

**R: É importante que a energia e dedicação para colocar sua ideia em prática esteja alinhada com o seu projeto pessoal de vida.**

6- Tendo em vista o conteúdo abordado assinale a correta:

**R: Com certeza o empreendedor faz com paixão e gosta de seu negócio, e, desta forma, a atividade é mais agradável.**

7- Com relação ao tema “Startup” assinale a correta:

**R: É um modelo em que se caracteriza por baixos custos iniciais.**

8- “A palavra \_\_\_\_\_ está ligada diretamente ao empreendedorismo e inovação, recordando as empresas como: Apple, Google, Facebook, Yahoo, e outras, que cresceram positivamente no mercado em que atuam e que estão em posição de liderança.”

**R: Startup.**

9- Com relação ao tema “Análises e Cenários de Negócios”, conforme o conteúdo abordado, assinale a assertiva correta:

**R: Cenários reduzem as chances de surpresas indesejáveis e capacitam os executivos a tomar melhores decisões, em melhor timing**

10- Com relação ao tema “plano de negócios” assinale a incorreta:

**R: Não pode ser realizado por uma equipe de consultoria, mas tão somente pelo empreendedor.**

11- Com relação ao assunto “Planejamento Estratégico”, assinale a incorreta:

**R: Trata-se de um instrumento menos flexível que o conhecido Planejamento em Longo Prazo.**

12- “Empresas de todos os tipos estão chegando à conclusão de que essa atenção sistemática à estratégia é uma atividade muito \_\_\_\_\_.”

**R: Proveitosa.**

13- “Dentre as causas mais importantes do crescimento recente do \_\_\_\_\_, pode-se citar que os ambientes de praticamente todas as empresas mudam com surpreendente rapidez.”

**R: Planejamento Estratégico.**



14- “O \_\_\_\_\_ precisa compreender o contexto e as “regras” dessa competição, para que possa criar vantagens competitivas para seu negócio, caso contrário, será vencido pelos seus \_\_\_\_\_.”

**R: Empreendedor / concorrentes.**

15- “O filme “300” é um exemplo do que é a \_\_\_\_\_ às ciências militares. Mesmo em desvantagem de recursos e número de soldados, a estratégia de Leônidas em lutar nas Termópilas para compensar essa desvantagem quase possibilitou uma vitória sem precedentes. ”

**R: Estratégia aplicada.**

16- Com relação ao assunto “Estratégia”, assinale a incorreta:

**R: Existe somente um tipo de definição para estratégia que é um curso de ação conscientemente definido para a organização.**

17- Com relação ao tema “estratégia de negócios” assinale a incorreta:

**R: Em sua origem, o conceito de estratégia surge na teologia.**

18- Com relação ao tema “Estratégia”, conforme o conteúdo abordado, assinale a assertiva correta:

**R: Escola ambiental: que trata a formulação de estratégia como processo passivo, determinado pelas incontáveis ambientais.**

19- As crianças influenciam consideravelmente as decisões de compra das famílias, conforme apontam diversas pesquisas de consumo realizadas em todo o mundo. Elas são consideradas um mercado potencial, principalmente para as indústrias alimentícias. Tendo conhecimento dessas informações, a empresa Sugar & Sugar Ltda, atuando no segmento alimentício, irá lançar uma barra de cereais para o público infantil. Para promover seu novo produto no mercado, desenvolverá uma campanha publicitária utilizando como garoto propaganda um ídolo admirado pelas crianças.

Considerando a situação descrita, avalie as seguintes asserções e a relação proposta entre elas.

Antes de veicular a campanha publicitária de lançamento do novo produto, os profissionais de Marketing precisam avaliar se essas ações interferem no brand equity da marca, pois a propaganda tem alto poder persuasivo sobre as crianças.

#### PORQUE

O aumento da obesidade infantil, especificamente por conta de hábitos não-saudáveis e do consumo excessivo de alimentos industrializados com alto teor de gordura, açúcares e sal, contribui para a implementação de normas que reduzam o impacto da propaganda de alimentos direcionada às crianças.

**R: As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa da I.**

20- Criador de conceitos como marketing social, mega marketing, entre outros, Kotler defende agora um novo patamar no mundo dos negócios: o marketing 3.0, no qual as companhias realmente compreendem seus clientes e partilham dos mesmos valores. “Nessa fase, a empresa se preocupa com a situação do mundo e quer contribuir para melhorá-lo”, pontua Kotler. O autor avalia que 70% das empresas estão em um estágio de marketing 1.0, 25% já estão no marketing 2.0 e apenas 5% vivem o marketing 3.0. Mas essa realidade não é exclusiva do Brasil. As práticas de marketing estão evoluindo de forma gradativa.

Considerando que há 60 anos o marketing não existia, Kotler avalia que a mudança acompanha a evolução dos próprios mercados. Isso porque, no passado, havia escassez de produtos. Logo, não havia a necessidade de uma estrutura de marketing, mas sim um ‘desmarketing’, como o autor caracteriza, ou seja, era preciso a redução da demanda.

De acordo com Kotler, as empresas que não acreditam no valor de um trabalho sustentável, acabam contribuindo para a sua inviabilidade no longo prazo. “Se negligenciarmos a sustentabilidade, voltaremos à era de escassez. Se não fizermos o que é certo, entraremos na era do ‘desmarketing’”, posiciona-se.

Tendo a visão clara de que o marketing é a ciência de gerenciamento da demanda, Kotler acredita que o modelo tradicional tende a minguar com o tempo. Isso abre espaço para práticas de criação, comunicação e transmissão de valor aos clientes.

“O marketing 1.0 era centrado no produto; o marketing 2.0 era orientado para o cliente e, agora, o marketing 3.0 é orientado por valores”, explica. Mais do que isso, Kotler diz que “estamos em uma era em que a cultura da sua empresa é o conjunto de valores que você representa para os seus clientes”.

Disponível em: <<http://br.hsmglobal.com/artigos>>. Acesso em: 10 jul. 2012 (adaptado).

Com base na situação descrita acima, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. As empresas estão evoluindo na forma de pensar, agir e implementar o marketing e, nesse processo evolutivo, a empresa muda o foco, do produto para o cliente, e, desse, para valores. O marketing 3.0, proposto por Kotler, representa a mudança de comportamento das empresas na busca de práticas adequadas para um mundo melhor.

PORQUE

II. O foco e a orientação por valores decorrem da necessidade organizacional de ser sustentável e de desenvolver sua responsabilidade social, especialmente em um mundo no qual os clientes, informados e conscientes, buscam novos valores.

Acerca dessas asserções, assinale a opção correta.

Escolha uma alternativa:

**R: As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa da I.**

21-As razões para o sucesso dos tablets vão além do preço mais acessível e da portabilidade. O tablet é o símbolo de uma mudança na forma como as pessoas consomem tecnologia. Os usuários enviam e-mails e interagem nas redes sociais – as mesmas tarefas que motivam parte considerável dos usuários a ligar seu PC. Agora, eles fazem isso em uma tela fina e leve, que pode ser levada para qualquer lugar. A Gartner divulgou uma pesquisa afirmando que, em 2014, os computadores pessoais (PCs) deixarão de ser o centro de nossa vida digital.

FERRARI, B. É o fim do reino dos PCs? Revista Exame: São Paulo, ano 46, n. 11, p. 175, 13/06/2012 (adaptado).

Considerando o uso dos tablets no dia a dia das pessoas, no campo pessoal e profissional, avalie as afirmações abaixo.

I. O comportamento de compra do consumidor de tablet é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos, sendo os fatores culturais os que exercem a maior e mais intensa influência.

II. Devido à tendência de generalização do uso do tablet, os profissionais de Marketing podem desconsiderar a ocupação e as circunstâncias econômicas do consumidor ao analisar os fatores pessoais que influenciam a compra desse aparelho.

III. O aumento do consumo do tablet indica que os indivíduos estão mais preocupados com a qualidade dos serviços online do que com os aparelhos, dada a mudança no estilo de vida dos consumidores e as influências dos seus grupos de referência.

É correto o que se afirmar:

**R: I e III, apenas.**

22- A integração dos canais de venda online e offline da empresa Alfa é um dos grandes diferenciais para o sucesso da rede no Brasil, considerada hoje a maior no setor de produtos esportivos da América Latina. Com um sistema de gerenciamento integrado e nova plataforma de e-commerce, os consumidores têm opções de pesquisar na loja física, comprar na virtual e, se preciso for, trocar o produto nas lojas instaladas nos shoppings.

O formato diferenciado é uma das chaves de sucesso da empresa, segundo a Diretora de Marketing. “A empresa começou em 1981, com uma loja em Belo Horizonte, Minas Gerais, e hoje está em 23 estados do Brasil, e no Distrito Federal, além de contar com loja virtual. Fazemos sempre

treinamento em todas as lojas e hoje o consumidor pode transitar entre o online e o offline da forma como quiser.”, diz.

O grupo também se equilibra unindo o branding ao retail, que é o trabalho de construção da marca e sua visibilidade no varejo, por intermédio de campanhas e ofertas nos meios de comunicação. Outra aposta da empresa é o patrocínio a eventos esportivos e a atletas. Em 2011, foram 100 ações focadas no esporte.

Como estratégia de comunicação e marketing, todas as ações que levem o nome da empresa são contadas por centímetros. Além disso, os consumidores são peças importantes na hora de pensar em novos desafios. “É importante ouvir o cliente; com base em suas opiniões podemos atendê-lo cada vez melhor. Essa troca é muito importante e esse canal de mão dupla também é uma forma muito natural de levar a paixão do esporte a todo brasileiro”, pontua a Diretora de Marketing.

Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias>>. Acesso em: 10 jul. 2012 (adaptado).

Com base na situação descrita acima, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. Os consumidores brasileiros que optam pela compra online de produtos, geralmente exigem que as empresas desenvolvam canais físicos para atendê-los.

PORQUE

II. Se, de um lado, a estabilidade econômica, o aumento do poder aquisitivo das classes sociais, aliadas a um maior acesso à informação – Internet, participação em redes sociais – possibilitam que os consumidores identifiquem a forma mais adequada de atender suas necessidades, de outro, as empresas têm identificado que as mudanças nesses segmentos estão limitadas por aspectos como a falta de confiança nos fornecedores (prazos e entregas), a impossibilidade de troca simplificada de produtos e a segurança nos pagamentos online.

Acerca dessas asserções, assinale a opção correta.

**R: As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa da I.**