

H

Unidade II Revisar envio do teste: Questionário Unidade II (2017/2)

Revisar envio do teste: Questionário Unidade II (2017/2)

Usuário	JOICE FERNANDA FERRE
Curso	ADMINISTRACAO
Teste	Questionário Unidade II (2017/2)
Iniciado	03/09/17 21:18
Enviado	03/09/17 21:18
Status	Completada
Resultado da tentativa	5 em 5 pontos
Tempo decorrido	2 minutos
Instruções	<p>ATENÇÃO: esta avaliação segue as seguintes configurações:</p> <ul style="list-style-type: none">- possui número de tentativas limitadas a 3 (três)- valida a sua frequência e nota na disciplina em questão;- não apresenta as justificativas corretas, pois trata-se de um avaliativo;- não soma pontos de "tentativa em andamento" (tentativas iniciadas e não concluídas/enviadas) – porém, uma vez acessada, é considerada como uma de suas 3 (três) tentativas permitidas e precisa ser editada e enviada para ser devidamente considerada;- possui sua pontuação submetida a um cálculo final conforme exposto abaixo – o cálculo final será executado e apresentado em sua "Secretaria Virtual": <ul style="list-style-type: none">o 1º envio – será considerada a nota referente aos acertos dos exercícios enviados;o 2º envio – será considerada a média aritmética das notas dos 1º e 2º envios;o 3º envio – será considerada a média aritmética das notas dos 1º, 2º e 3º envios; <p>- possui um período de envio (previsto em Calendário Acadêmico) e não será possível acesso para validar sua nota e frequência após esse prazo.</p> <p>- a NÃO realização prevê nota 0 (zero).</p>
Resultados exibidos	Respostas enviadas, Perguntas respondidas incorretamente

Pergunta 1

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptada de ENADE2012) Desenvolvimento sustentável significa atender às necessidades das gerações presentes sem impedir que as gerações futuras também o façam. O princípio ético é de que as futuras gerações tenham acesso, pelo menos, ao mesmo nível de capital natural que as gerações predecessoras. Nesse contexto, surge o conceito de produção mais limpa, que busca a eficiência pelo não desperdício, minimização ou não geração de resíduos, eficiência energética e eliminação de impactos à saúde humana e ao ambiente, na obtenção de produtos atóxicos, no uso de reciclagem primária atóxica e na responsabilidade continuada do produtor. Na produção mais limpa, bens são produzidos de forma compatível com o que um ecossistema pode suportar, garantindo-se sustentabilidade e conservação de recursos, com respeito aos padrões de qualidade ambiental. Para que isso ocorra, é imperativo o envolvimento de toda a cadeia produtiva.

Considerando o texto apresentado, avalie as seguintes asserções a respeito da produção de bens e serviços sustentáveis e a relação proposta entre elas.

I. A produtividade dos sistemas de produção em uma economia sustentável é dependente de certificações do tipo produção mais limpa.

Porque

II. Uma economia sustentável depende não apenas de processos industriais mais limpos, mas também de produtos sustentáveis, ou seja, o foco da produção deve ser ampliado do gerenciamento de processos para o gerenciamento de produtos ao longo da cadeia produtiva.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta:

Resposta	d.
Selecionada:	A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.

Pergunta 2

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de ENADE2006) “A Iluminada” é uma empresa que produz luminárias. Ela atende a clientes individuais, vendendo desde luminárias para classes populares até produtos de luxo. A respeito das ofertas da empresa ao mercado, analise as afirmativas abaixo.

Ao adotar segmentação de mercado, a empresa pode fixar preços diferenciados de acordo com os segmentos considerados.

Porque

As características dos clientes em cada segmento de mercado afetam o valor que eles percebem para os produtos da empresa.

Analisando as afirmações acima, conclui-se que:

Resposta	a.
Selecionada:	As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.

Pergunta 3

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de ENADE2012) A expressão “apagão de mão de obra” passou a ser veiculada na mídia especializada e entre agentes econômicos, sociais e políticos para retratar uma condição estrutural do mercado de trabalho brasileiro, no qual as necessidades organizacionais por competências laborais mais complexas e (ou) de elevada qualificação não são facilmente supridas. Considerando essa realidade, avalie se cada uma das organizações descritas nos itens a seguir adota as melhores práticas de gestão de pessoas, de acordo com abordagens contemporâneas.

I. Pressionada pelo mercado de trabalho, a organização tende a redesenhar seus processos de trabalho para ampliar a produtividade e a qualidade. Em paralelo, tende a ampliar os investimentos em capacitação para prover características multifuncionais aos empregados.

II. Pressionada pelo mercado de trabalho, a organização tende a conceber políticas remuneratórias diretas e (ou) indiretas mais atraentes. Tornando-se mais atrativa no mercado de trabalho, poderá “congelar” investimentos em capacitação de pessoas.

III. Pressionada pelo mercado de trabalho, a organização tende a reduzir de maneira significativa as exigências de recrutamento e de seleção para atrair pessoal. Em contrapartida, não terá de conceber políticas remuneratórias mais atraentes.

IV. Pressionada pelo mercado de trabalho, a organização tende a adotar modelos de remuneração variável mais agressivos, conjugados a critérios de promoção mais restritivos, no âmbito do sistema de gestão de carreiras e de remuneração.

V. Pressionada pelo mercado de trabalho, a organização tende a flexibilizar as exigências de recrutamento e de seleção e a ampliar seus investimentos em capacitação.

Atuam de forma adequada face ao “apagão de mão de obra” mencionado no texto apenas as organizações descritas em:

Resposta Selecionada: I e V.

b.

Pergunta 4

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) A pesquisa de *marketing* e os sistemas de informações de *marketing* são fontes de dados para conhecer melhor o consumidor e o desempenho da empresa em relação a suas estratégias de *marketing*, bem como auxiliar o profissional de *marketing* na tomada de decisão. Pode-se afirmar então que:

Resposta e.

Selecionada: Sem pesquisa quantitativa, não há condições de eliminar os riscos na tomada de decisão estratégica de *marketing*.

Pergunta 5

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) Celso e Jane desenvolveram um novo produto de conveniência que possui um benefício específico de alta utilidade para os consumidores. Nesse tipo de situação, historicamente, a concorrência tem respondido de forma rápida, colocando produtos similares no mercado. Assinale a opção que apresenta uma afirmação correta em relação à estratégia de preço indicada para o caso.

Resposta e.

Selecionada: Uma estratégia de preço baixo deve ser empregada para aproveitar a diferenciação do produto, conquistando maior número de clientes.

Pergunta 6

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) Correlacione as afirmativas abaixo com os termos apresentados imediatamente após.

I. Os consumidores preferem os produtos de melhor qualidade, desempenho e aspectos inovadores. Portanto, as organizações deveriam esforçar-se para aprimorar seus produtos permanentemente.

II. Uma empresa deve determinar as necessidades, desejos e interesses dos mercados-alvo e, então, proporcionar aos clientes um valor superior, de forma a manter ou melhorar o bem-estar desses clientes e da sociedade.

III. Os consumidores preferem os produtos acessíveis e baratos. A administração deveria, portanto, concentrar-se em melhorar seus processos de fabricação, bem como em melhorar a

eficiência da distribuição.

IV. Para atingir as metas organizacionais é preciso determinar as necessidades e os desejos dos mercados-alvo e proporcionar aos clientes a satisfação esperada de forma mais eficiente que seus concorrentes.

V. Os consumidores só comprarão quantidades suficientes de produtos de uma empresa se ela preparar adequadamente o seu quadro de vendedores. Ela deverá também desenvolver um grande esforço de promoção.

P– Produção.

Q– Vendas.

R– Produto.

S– *Marketing*.

T– *Marketing Social*.

A correlação correta é:

Resposta Selecionada: I - R, II - T, III - P, IV - S e V - Q.

c.

Pergunta 7

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) Leia as afirmações abaixo:

I. A área de compras interage intensamente com todas as outras, exceto com o financeiro, recebendo e processando informações, como também alimentando outros departamentos de informações úteis às tomadas de decisão.

II. Os objetivos de compras devem estar alinhados aos objetivos estratégicos da empresa como um todo, visando o melhor atendimento ao cliente interno e externo.

III. Hoje, a função de compras é vista como parte do processo de logística das empresas, ou seja, como parte integrante da cadeia de suprimentos (*supply chain*).

IV. A função de comprador passou a ser, bem recentemente, do dono da empresa, porque este negocia melhor desde as condições de pagamento até prazos de entrega.

Marque a alternativa que apresenta somente as afirmações verdadeiras:

Resposta Selecionada: II e III.

c.

Pergunta 8

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) O renomado especialista em estratégias corporativas C.K. Prahalad desenvolveu o conceito de habilidade cumulativa básica na organização, que recebeu a denominação de “competência essencial”. Essa competência é obtida através de três fatores: treinamento constante de pessoas, realocação orientada pelo desempenho e pela criação de oportunidades e formação de grupos, rompendo não só as barreiras funcionais, mas também aquelas entre os níveis organizacionais.

Como responsável pelo Departamento de Pessoal da empresa Eletrônica S.A., você argumenta que o planejamento de carreira é um instrumento que pode ajudar a sua empresa a desenvolver essas competências essenciais.

Isto porque você acha que o planejamento de carreira:

Resposta c.
Selecionada: Diminui as possibilidades de entesouramento de subordinados-chave, encorajando os empregados a explorarem suas capacidades potenciais.

Pergunta 9

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) Os cinco estágios do processo de adoção de uma inovação indicam o grau de envolvimento do consumidor. São eles: conscientização, interesse, avaliação, experimentação e adoção. Indique a assertiva correta sobre o conceito de adoção.

Resposta c.
Selecionada: Sávio, após dirigir um novo modelo de carro e testar os seus dispositivos, fechou o negócio na revendedora, embora tivesse dúvida sobre uma das novidades.

Pergunta 10

0,5 em 0,5 pontos



(Adaptado de UFPI2009) Os estágios do processo decisório de compra do consumidor são: reconhecimento da necessidade, busca de informação, avaliação das alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra. Assinale a opção que identifica corretamente o estágio em que se encontra o consumidor.

Resposta c.
Selecionada: Mauro, após consultar amigos sobre determinadas marcas de computador e visitar lojas do ramo, possui informações para avaliar as alternativas oferecidas.

Domingo, 3 de Setembro de 2017 21h20min38s BRT

← OK