



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA**

**GAE 325 – ADMINISTRAÇÃO APLICADA AO SISTEMA DE INFORMAÇÃO
ATIVIDADE AVALIATIVA – REO 2**

Aluno: Thainara Rocha Cruz

Matricula: 202110225

QUESTÃO 1 – Explique o conceito de marketing e a importância em se considerar tanto suas variáveis controláveis (produto, preço, distribuição e comunicação) quanto suas variáveis incontroláveis (ambiente de marketing) para o sucesso da organização.

Marketing, traduzindo, o mercado em ação, é um conjunto de movimentações voltadas para o mercado na forma em que ele se encontra naquele momento, agregando valor a um produto/serviço. Englobadas nessas movimentações está a necessidade de olhar algumas **variáveis controláveis** como:

Produto: que deve sempre buscar atender a necessidade de possíveis clientes.

Preço: deve ser justo, tanto para o cliente quanto para o fornecedor daquele produto ou serviço de maneira que ambos sejam beneficiados.

Distribuição: sendo de forma mais estratégica que ajude no engajamento das vendas.

Promoção: afim de que conheçam o produto ofertado e associem uma boa imagem a ele.

Faz-se necessário também analisar algumas **variáveis mais incontroladas** sendo exemplo:

Ambiente de marketing: que engloba fatores externos e interno que oscilam constantemente, como o comportamento das pessoas que participam das etapas dos tópicos incluídos nas variáveis controladas, ambientes políticos-legal, econômico, sociocultural, tecnológico, demográfico e natural, pois embora sejam imprevisíveis uma melhor análise resulta em soluções e opções mais delimitadas o que reduz chances de erros e consequentemente prejuízos.

FONTES: <https://administradores.com.br/artigos/ambientes-de-marketing>
<https://www.significados.com.br/marketing/>

QUESTÃO 2 – O que é a miopia de marketing? Ilustre o conceito com base no desenvolvimento de jogos eletrônicos.

Miopia do marketing é “A visão curta de muitas empresas, que as impede de definir adequadamente suas possibilidades de mercado.” segundo Theodore Levitt professor de Administração de empresas na Escola de Administração de Empresas da Universidade de

Harvard, pioneiro a usar o termo em um artigo de jornal em 1960 e mesmo esse fazendo mais de 60 anos percebido ainda é um problema recorrente no mercado atual, dado que os muitos comerciantes, empresários... focam no produto em si e nada mais, um exemplo seria o lançamento de um jogo eletrônico de limpeza de locais urbanos com alta qualidade e entrega e praça satisfatória, mas que não é sobre uma temática aquecida no mercado atual e que ainda acompanhado de um valor relativamente alto.

FONTE: <https://midhaus.com.br/o-que-e-miopia-de-marketing/>

QUESTÃO 3 – Ilustre o processo de decisão de compra de um automóvel por uma família de seis pessoas, das quais quatro são bebês ou crianças.

Critérios: A escolha deve ser feita pelos adultos que tem uma maior experiência de vida, e que devem ter ciência de que o carro tem que comportar as quatro crianças e os dois adultos ou seja tem que ter seis assentos ou mais, deve ser analisado também o valor disposto a pagar pelo veículo de maneira que não coloque a família em uma situação financeira crítica, consequentemente faz-se necessário pesquisar os modelos disponíveis com o valor disponibilizado, outra coisa importante é saber se tem alguma garantia de qualidade.

QUESTÃO 4 - Quais são os principais processos de transformação? Explique e exemplifique.

Os principais processos de transformação são:

Materiais: operações podem transformar sua forma original.

Exemplo: Empresas de mineração.

Informações: operações podem organizar e mudar sua propriedade.

Exemplo: advogados usando seus conhecimentos para resolver uma situação em um determinado contexto.

Clientes: operações podem mudar fisicamente sua forma atual.

Exemplo: procedimentos estéticos, com dentista, maquiador...

FONTE: <http://sistemas.eel.usp.br/docentes/arquivos/5840921/LOQ4250/Aula%202%20-%201.pdf>

QUESTÃO 5 - Quais as prioridades competitivas da administração de operações? Explique-as e dê exemplo de uma empresa que articule todas elas em sua administração operacional.

As prioridades competitivas administrativas de operações são objetivos, a serem atingidos por empresas com a finalidade de participar ativamente da competição existente no mercado. Exemplo desses objetivos são:

Custos: serem o menor possível e/ou que o concorrente.

Qualidade: apesar de ter um bom custo o produto deve apresentar a qualidade que foi prometida.

Distribuição: é um ponto crucial na competitividade do mercado, fornecer o produto com rapidez e qualidade.

Flexibilidade: oferecer opções de escolha ao cliente.

Confiabilidade: garantia de todo um processo bem feito, surpreendendo positivamente ou apenas satisfazendo o cliente, com o que ele espera.

Uma empresa que articula todas essas propriedades é a Xiaomi, que vem conseguindo apresentar produtos variados com boa qualidade, na área da tecnologia, com preço menor do que o oferecido pelo mercado em produtos similares e que amplia cada vez mais seu espaço implantando lojas físicas em países onde exijam uma maior demanda, como o Brasil.

FONTES:

[https://www.scielo.br/j/rac/a/TzKbcZpCWJpJLy7tmFxMF4c/?lang=pt#:~:text=As%20p
rincipais%20prioridades%20competitivas%20existentes,defini%C3%A7%C3%B5es%2
0s%C3%A3o%20gen%C3%A9ricas%20e%20abrangentes,](https://www.scielo.br/j/rac/a/TzKbcZpCWJpJLy7tmFxMF4c/?lang=pt#:~:text=As%20principais%20prioridades%20competitivas%20existentes,defini%C3%A7%C3%B5es%20s%C3%A3o%20gen%C3%A9ricas%20e%20abrangentes)
http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENESEP2005_Enesep0705_0586.pdf.

QUESTÃO 6 - O controle da produção visa garantir a maximização da satisfação das necessidades dos clientes e a otimização da eficiência operacional do sistema. Envolve o controle de custos de produção, controle de compras, controle de manutenção e controle de qualidade. Explique-os.

Controle de custo: administrar gastos fixos e variáveis da produção, procurando sempre cortar gastos e aumentar a rentabilidade.

Controle de compras: controlar o estoque, de forma que ele não sobre, e haja prejuízos, ou falte, perdendo lucratividade.

Controle de manutenção: análise frequente do bom funcionamento dos instrumentos de fabricação, afim de evitar perda de tempo com paradas forçadas da produção.

Controle de Qualidade: observação durante o processo de fabricação, para garantia de um produto final com qualidade.

FONTE: <https://administradores.com.br/artigos/a-administracao-da-producao>