

TEXTO 1

A degradação do meio ambiente tem sido proporcional à evolução do homem. As indústrias trouxeram o aquecimento gradual do planeta provocado pelo acúmulo de certos gases na atmosfera, principalmente dióxido de carbono. A cada dia, cerca de 300Km² de florestas tropicais são eliminados da face da Terra com o desmatamento, queimadas, extração de carvão vegetal pela agricultura intensiva, poluição, urbanização desordenada. Por causa desses fatores, muitas espécies de vegetais e animais desapareceram e estão desaparecendo (cerca de mil por ano), antes mesmo de serem descobertas pelo homem.

Se colocarmos na balança, parte do que chamamos de ‘progresso’ é boa, pois melhora a qualidade de vida de uma forma ou de outra, como nos transportes, nas comunicações e na saúde. Porém, tudo na vida tem seu preço. O atual modelo de crescimento econômico gerou enormes desequilíbrios: se, por um lado, nunca houve tanta riqueza e fartura no mundo, por outro lado a miséria, a degradação ambiental e a poluição aumentam dia a dia.

Para a consolidação efetiva de um processo de desenvolvimento sustentável, cujo maior desafio é consolidar progresso e ecologia, se faz necessária a participação coletiva, com ênfase no indivíduo. Nesse sentido, cada indivíduo deve avaliar seu conjunto de comportamentos e as possíveis conseqüências que eles provocam no meio ambiente e buscar seus interesses de modo que não haja grandes agressões ao mesmo. “A participação do cidadão é indispensável na melhoria e conservação do planeta para as gerações futuras. A atuação de cada indivíduo parece pouco no âmbito global, porém se todos se conscientizarem sobre os níveis de consumo de produtos, energia, entre outros, os resultados serão enormes”, diz o Presidente do Instituto Ethos, organização não-governamental que ajuda as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

Kátia Neves. Revista Lupo Magazine, ano III, n° 9, primavera 2008, p.38, 40. Adaptado.

QUESTÃO 01

Assinale a alternativa que apresenta a síntese do conteúdo global do Texto 1.

- A) O desenvolvimento sustentável não poderá ser alcançado enquanto cada indivíduo não avaliar as conseqüentes repercussões de seu comportamento para a natureza.
- B) As ações individuais, embora pareçam insignificantes quando consideradas no âmbito global, trarão relevantes contribuições na luta para preservar o meio ambiente.
- C) A evolução do ser humano tem proporcionado uma inquestionável melhora na sua qualidade de vida, que se revela em setores como os de transportes, comunicações e saúde.
- D) As indústrias são as principais responsáveis pelos problemas ambientais, pois provocam o aquecimento gradual do planeta, pelo acúmulo de dióxido de carbono na atmosfera.
- E) Se, por um lado, o que chamamos de ‘progresso’ tem melhorado a qualidade da vida humana em várias áreas, por outro tem representado a degradação do meio ambiente.

QUESTÃO 02

No Texto 1, o autor põe numa relação inversamente proporcional:

- A) a participação do cidadão e o desenvolvimento sustentável.
- B) a conscientização individual e a conservação do planeta.
- C) o desenvolvimento do ser humano e a preservação ambiental.
- D) a atuação individual e a construção de uma sociedade justa.
- E) a emissão de gases pelas indústrias e o desmatamento.

QUESTÃO 03

De acordo com as informações do Texto 1, podemos concluir que uma “participação coletiva, com ênfase no indivíduo” implica:

- A) conscientização individual visando ao benefício coletivo.
- B) priorização de interesses individuais alijados dos coletivos.
- C) atuação coletiva em detrimento de valores pessoais.
- D) subserviência dos indivíduos aos interesses da coletividade.
- E) avaliação e conseqüente punição de atitudes individuais, pelo coletivo.

QUESTÃO 04

A respeito do tema abordado no Texto 1, o Presidente do Instituto Ethos acredita que:

- A) cabe às gerações futuras toda a responsabilidade pela conservação do planeta.
- B) as ações no âmbito individual certamente terão grande impacto no nível global.
- C) a participação de cada cidadão é irrelevante diante da dimensão do problema ambiental.
- D) na defesa do nosso planeta, a mobilização coletiva pode prescindir de ações individuais.
- E) as gerações futuras terão mais consciência da necessidade de consumir menos energia.

QUESTÃO 05

Se colocarmos na balança, parte do que chamamos de 'progresso' é boa, pois melhora a qualidade de vida de uma forma ou de outra, como nos transportes, nas comunicações e na saúde. **Porém**, tudo na vida tem seu preço.

No trecho acima, o termo destacado funciona para indicar uma mudança na orientação argumentativa do texto. Para desempenhar essa função, também poderia ser usado:

- A) ademais.
- B) com tudo.
- C) ao passo que.
- D) não obstante.
- E) na medida em que.

QUESTÃO 06

Acerca de elementos lingüísticos utilizados no Texto 1, analise as proposições que se seguem.

1. No trecho: “*As indústrias trouxeram o aquecimento gradual do planeta provocado pelo acúmulo de certos gases na atmosfera, principalmente dióxido de carbono.*”, o termo destacado tem a função de pôr em destaque um dado elemento.
2. No trecho: “*Se colocarmos na balança, parte do que chamamos de 'progresso' é boa, pois melhora a qualidade de vida de uma forma ou de outra.*”, o termo destacado foi utilizado para introduzir uma justificativa.
3. No trecho: “*se, por um lado, nunca houve tanta riqueza e fartura no mundo, por outro lado a miséria, a degradação ambiental e a poluição aumentam dia a dia.*”, as expressões destacadas cumprem a função de retomar termos anteriormente enunciados no texto, garantindo a coesão textual.
4. No trecho: “*Nesse sentido, cada indivíduo deve avaliar seu conjunto de comportamentos e as possíveis conseqüências que eles provocam no meio ambiente e buscar seus interesses de modo que não haja grandes agressões ao mesmo.*”, os termos destacados têm o mesmo referente.

Estão **corretas**:

- A) 1, 2, 3 e 4.
- B) 1, 3 e 4, apenas.
- C) 1 e 2, apenas.
- D) 3 e 4, apenas.
- E) 2 e 3, apenas.

QUESTÃO 07

“*A cada dia, cerca de 300Km² de florestas tropicais são eliminados da face da Terra com o desmatamento*”. Assinale a alternativa que corresponde a esse mesmo enunciado, na voz ativa.

- A) O desmatamento elimina da face da Terra cerca de 300Km² de florestas tropicais a cada dia.
- B) O desmatamento tem eliminado cerca de 300Km² de florestas tropicais da face da Terra a cada dia.
- C) O desmatamento já eliminou cerca de 300Km² de florestas tropicais da face da Terra.
- D) A cada dia, cerca de 300Km² de florestas tropicais têm sido eliminados da face da Terra com o desmatamento.
- E) A cada dia, o desmatamento está eliminando da face da Terra cerca de 300Km² de florestas tropicais.

TEXTO 2

Desmatamento oficial

Caiu como um duro golpe no ranking dos maiores desmatadores do País, elaborado pelo Inpe e apresentado na semana passada diretamente pelo ministro do Meio Ambiente. Qual não foi a surpresa geral diante da constatação de que, na lista dos dez primeiros, os seis maiores infratores, por ordem de área desmatada e pelo valor da multa, eram o próprio Incra. Jornais estrangeiros saudaram com ironia: “O Brasil descobriu o inimigo da Amazônia: é o governo do Brasil.” O argumento serviu como uma luva às pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia. O governo reclamou. Pediu vistas. O ministro recuou. Culpou o Ibama pelos dados. Vai checar de novo. Até o final do mês sai uma nova lista. Provavelmente excluindo essa constrangedora posição do Incra. Mas a conclusão é inevitável: a política de assentamentos mal planejados, a ausência de pulso firme sobre as ações do MST e o magro investimento em fiscalização ditaram o ritmo da devastação.

Somente em agosto cresceu 133% o volume de abate florestal da região. O Incra respondeu por 44% dos mais de cinco mil quilômetros quadrados de floresta derrubada. Mais de 85% dessa mata arrancada do mapa são de floresta nativa. Uma parte dela está em áreas de proteção permanente, como margens de rios e lagoas. Mesmo assim, o órgão federal não se sentiu intimidado na sua prática de ocupação desordenada da terra.

Os crimes ambientais estão listados na categoria de inafiançáveis. Mesmo assim, não se tem notícia até aqui de que os responsáveis pela prática oficial vão parar atrás das grades. Assim, as estatísticas lamentáveis dessa flagrante violação tendem a ser esquecidas na gaveta.

O fato é que o Brasil possui uma missão monumental no campo da preservação. Zelar pela Amazônia, dita e havida como pulmão do mundo, requer antes de tudo que as próprias autoridades se conscientizem da missão e atuem com responsabilidade. Se elas são as primeiras a encabeçar a lista dos infratores, quem fará diferente?

Carlos José Marques. Revista Istoé, ano 31, n° 2031, 08/10/2008, p.20.
Adaptado.

QUESTÃO 08

Com o Texto 2 seu autor pretendeu, principalmente:

- A) defender um ponto de vista; e convocar o leitor a assumir uma posição clara.
- B) propagar uma ação governamental; e enaltecer representantes do governo federal.
- C) opor-se aos resultados de pesquisa oficial; e noticiar vários fatos a ela relacionados.
- D) criticar uma pessoa pública; e comentar determinadas posições do governo federal.
- E) informar sobre reações a uma notícia divulgada; e criticar ações realizadas pelo governo.

QUESTÃO 09

“O argumento serviu como uma luva às pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia.” – Com esse enunciado, o autor do Texto 2 quis dizer que:

- A) O argumento foi eficaz para dirimir as pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia.
- B) O argumento funcionou para recrudescer as pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia.
- C) O argumento serviu para abalizar as pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia.
- D) O argumento prestou-se a obstar as pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia.
- E) O argumento foi útil para mitigar as pretensões dos que querem internacionalizar a Amazônia.

QUESTÃO 10

Assinale a alternativa na qual o termo destacado está empregado em seu sentido conotativo.

- A) Mais de 85% dessa mata arrancada do mapa são de floresta nativa.
- B) Jornais estrangeiros saudaram com ironia.
- C) Somente em agosto cresceu 133% o volume de abate florestal da região.
- D) Caiu como um duro golpe no ranking dos maiores desmatadores do País.
- E) Os crimes ambientais estão listados na categoria de inafiançáveis.

QUESTÃO 11

“Os crimes ambientais estão listados na categoria de inafiançáveis. Mesmo assim, não se tem notícia até aqui de que os responsáveis pela prática oficial vão parar atrás das grades.” – Nesse trecho, a expressão destacada tem valor:

- A) causal.
- B) explicativo.
- C) condicional.
- D) concessivo.
- E) conclusivo.

QUESTÃO 12

Acerca de aspectos da pontuação utilizada no Texto 2, analise as proposições seguintes.

- 1. “*Jornais estrangeiros saudaram com ironia: ‘O Brasil descobriu o inimigo da Amazônia: é o governo do Brasil.’*”. Nesse trecho, os primeiros dois pontos foram utilizados para introduzir uma citação literal.
- 2. “*O governo reclamou. Pediu vistas. O ministro recuou. Culpou o Ibama pelos dados. Vai checar de novo. Até o final do mês sai uma nova lista.*” Nesse trecho, a opção de isolar cada segmento por meio de pontos tem o efeito de realçá-los.
- 3. “*Se elas são as primeiras a encabeçar a lista dos infratores, quem fará diferente?*” – Nesse trecho, o ponto de interrogação indica que o autor fez um questionamento, ainda que seja um caso de pergunta retórica.
- 4. “*Zelar pela Amazônia, dita e havida como pulmão do mundo, requer antes de tudo que as próprias autoridades se conscientizem da missão*”. Nesse trecho, as vírgulas foram utilizadas para separar os termos numa enumeração.

- A) 1, 2 e 3, apenas.
- B) 1, 2 e 4, apenas.
- C) 1, 3 e 4, apenas.
- D) 2, 3 e 4, apenas.
- E) 1, 2, 3 e 4.

QUESTÃO 13

Assinale a alternativa na qual as regras vigentes de concordância foram obedecidas.

- A) Apesar de serem poucas as ações concretas, no Brasil não falta defensores do meio ambiente.
- B) Quem de nós podemos prever com certeza até quando nosso planeta conseguirá resistir?
- C) Embora cresça, no Brasil, os casos de desmatamento, o governo parece não querer ver a situação.
- D) A defesa de nossas matas e de nossas riquezas naturais têm ficado sob a responsabilidade do governo.
- E) A necessidade de preservar o meio ambiente é assunto que está em pauta já faz muitos anos.

QUESTÃO 14

A partir de janeiro de 2009, entrará em vigor o novo Acordo Ortográfico, a partir do qual o trema será totalmente abolido das palavras portuguesas ou aportuguesadas. Essa nova regra altera a grafia do seguinte par de palavras:

- A) lingüiça e distingüir.
- B) argüição e frequência.
- C) líqüido e agüentar.
- D) trégua e equânime.
- E) lângüido e equitação.

TEXTO 3



QUESTÃO 15

A análise do Texto 3 nos permite concluir que:

- A) seu autor pretendeu chamar a atenção do leitor para o uso inadequado dos itens lexicais na expressão 'meio ambiente'.
- B) o autor sabe que na expressão 'meio ambiente', o termo 'meio' tem valor de adjetivo, opondo-se semanticamente a 'inteiro'.
- C) a substituição de palavras realizada no texto faz o leitor conferir à palavra 'meio' um sentido que ela não tem na expressão 'meio ambiente'.
- D) o autor teve a intenção de criticar a compreensão equivocada que as pessoas têm em relação ao sentido da expressão 'meio ambiente'.
- E) o humor da charge é alcançado exatamente pelo fato de o personagem ter atribuído ao termo 'inteiro' um sentido inusitado.

QUESTÃO 16

O planejamento estratégico é considerado um processo gerencial que possibilita o estabelecimento de rumos a serem seguidos pela empresa de forma a se obter um nível de otimização na relação com o ambiente. Analise os elementos do planejamento estratégico orientado para o mercado e verifique qual (is) deles pode(m) ser considerado(s) essencial (is) na sua elaboração.

1. Ações de implementação e monitoramento, tais como *feedback* e controle.
2. Avaliação global das forças e fraquezas da organização, além das oportunidades e ameaças vigentes no ambiente externo;
3. Elaboração da missão do negócio;
4. Formulação de um Plano de Ação com a operacionalização unicamente de programas específicos;
5. Reavaliação de uma cultura organizacional, de modo a torná-la voltada para o sucesso da empresa.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas 1 e 3 estão corretas.
- B) Apenas 2 e 3 estão corretas.
- C) Apenas a alternativa 3 está correta.
- D) Apenas as alternativas 1 e 2 estão corretas.
- E) Todas as alternativas estão corretas.

QUESTÃO 17

Organizações que se baseiam em um planejamento voltado para o mercado tendem a se orientar estrategicamente, iniciando sua compreensão do ambiente para, então, voltar a se dirigir à organização. Baseando-se nesta idéia, assinale a alternativa **incorreta**.

- A) Uma das principais características das organizações voltadas para o mercado é a utilização de um processo adaptável de planejamento, mantendo-se a organização direcionada para a evolução do mercado.
- B) Como mecanismos para reduzir a incerteza, as organizações utilizam procedimentos rotineiros ligados ao ciclo do orçamento.
- C) As organizações baseadas no planejamento estratégico orientado para o mercado tendem se focar em seus processos críticos, terceirizando as demais atividades.
- D) A capacidade superior das organizações para compreenderem os mercados lhes permite sentir as oportunidades emergentes e prever determinados movimentos dos concorrentes.
- E) O conhecimento do cliente é tratado como um ativo valioso.

QUESTÃO 18

Os consumidores escolhem produtos ou marcas movidos por determinadas “forças”, que podem emergir de influências internas ou externas. De acordo com isso, qual das seguintes afirmações apresenta fatores primordiais à compreensão do comportamento consumidor?

- A) A definição de um perfil médio acerca do comportamento do consumidor a partir de dados quantitativos.
- B) O maior número possível de dados é necessário para que se obtenha uma caracterização exata de perfil correspondente de cada segmento de mercado.
- C) A triangulação dos métodos quantitativos e qualitativos se apresenta mais adequada à compreensão do comportamento consumidor para que assim seja ajustada às necessidades de cada setor e segmentos específico do mercado.
- D) A definição do perfil de cada consumidor individualmente quer seja baseado em dados quantitativos como qualitativos.
- E) Na análise do comportamento do consumidor, interessa apenas suas ações em relação à compra, excluindo-se da análise, por exemplo, as relações desse consumidor com sua família e grupos de interesse.

QUESTÃO 19

De acordo com Peter Drucker, o sucesso nos negócios não é determinado pelo produtor, mas sim pelo consumidor. De acordo a idéia da motivação, a identificação das necessidades, a buscas das informações e as influências externas, o consumidor pondera as alternativas de modo a embasar suas decisões de compra. Seguindo essa perspectiva, analise as afirmações a seguir:

1. Os fatores culturais são os que mais se destacam por influenciar as decisões de compra dos consumidores, tendo em vista que a cultura é um dos principais determinantes do comportamento e dos desejos das pessoas.
2. Os indivíduos de diferentes nichos étnicos e demográficos respondem de formas múltiplas diante de uma publicidade voltada para o mercado de massa. Neste sentido, o marketing multicultural visa analisar e identificar essas diferenças, de modo a se trabalhar em cima das oportunidades decorrentes das peculiaridades de indivíduos e grupos sociais.
3. Fatores como a motivação, a percepção e a aprendizagem influenciam o comportamento do consumidor quanto ao produto.

Conforme o resultado de sua análise, assinale a alternativa correta:

- A) Apenas as afirmações 1 e 3 estão corretas.
- B) Apenas as afirmações 2 e 3 estão corretas.
- C) Apenas as afirmações 1 e 2 estão incorretas.
- D) As afirmações 1, 2 e 3 estão incorretas.
- E) As afirmações 1, 2 e 3 estão corretas.

QUESTÃO 20

O reconhecimento de um problema, sendo visto como um estágio do processo de decisão de compra é afetado por estímulos internos, como fatores psicológicos; e por fatores externos, como preço, distribuição e comunicação. Acerca dessa temática, assinale a alternativa incorreta.

- A) O processo de tomada de decisão de compra se inicia quando o estado no qual o consumidor gostaria de estar difere significativamente do seu estado real.
- B) No estágio de identificação das necessidades e desejos, o processo de tomada de decisão do consumidor não recebe qualquer influência dos processos de marketing, uma vez que os hábitos e tradições socioculturais já exercem a interferência natural na decisão final de aquisição de um bem ou produto.
- C) Na busca de informações, existe a influência do risco percebido, atingindo o consumidor a obter mais informações para suprir sua necessidade de segurança.
- D) Grupos de referência que compartilham valores comuns e pressionam seus membros no sentido de manutenção da coerência interna. Eles são atores de influencia social que afetam diretamente o comportamento de compra do consumidor.
- E) Existe influência por parte do Estado no que se refere ao consumo da sociedade, inclusive no que diz respeito ao estabelecimento de parâmetros macroeconômicos.

QUESTÃO 21

A segmentação de mercado é uma estratégia de marketing que permite à empresa planejar, definir preços, divulgar e fornecer produtos com valor agregado a um público específico. Essa abordagem é utilizada para satisfazer os diversos e diferentes público-alvos da organização. Diante dessa perspectiva, analise as assertivas a seguir:

1. A segmentação de mercado consiste na identificação de um determinado grupo de consumidores com preferências semelhantes.
2. Com o surgimento da internet, as empresas foram impulsionadas a adotar programas voltados ao mercado de massa.
3. A segmentação psicográfica consiste em dividir o mercado em diferentes grupos que possuam traços de personalidade similares.
4. A segmentação que decompõe o mercado-alvo a partir da identificação das atitudes dos indivíduos em relação ao produto, status de fidelidade à marca e índice de utilização pode ser denominada de comportamental.

Assinale a alternativa correta:

- A) 1, 2 e 3 estão corretas.
- B) 1 e 2 estão incorretas.
- C) 1, 3 e 4 estão corretas.
- D) Apenas 4 está incorreta.
- E) Apenas 1 está correta.

QUESTÃO 22

Diante das mudanças proporcionadas pela tecnologia da informação e comunicação, as mídias que dissipavam a propaganda em massa enfrentaram algumas dificuldades no seu direcionamento junto ao cliente. Ao lado desse fenômeno, os consumidores se tornaram mais conscientes da sua importância e passaram a exigir mais subjetividade por parte das empresas no processo de conquista do cliente. Nesse contexto, a segmentação de mercado é de relevante importância para o relacionamento com o cliente, além de descobrir nichos e identificar novas oportunidades em velhos mercados. Nesse sentido, marque a alternativa incorreta.

- A) A segmentação de mercado visa decidir se o desenvolvimento de um mix de marketing que satisfaça os desejos dos clientes identificados em um determinado segmento é prático e viável.
- B) Um dos benefícios da segmentação de mercado consiste em compreender o ambiente competitivo de marketing a fim se obter uma visão ampla, aberta e integrada do mercado como um todo.
- C) Embora um segmento de mercado seja pequeno, este pode se demonstrar atraente por ter potencial de expansão, estrutura setorial e condições de lealdade de marca com possibilidade de desenvolvimento futuro.
- D) A segmentação de mercado torna possível uma resposta mais rápida às necessidades modificadas dos consumidores.
- E) Um dos benefícios financeiros proporcionados pela segmentação de mercado, no que tange ao setor de marketing, é o fato de trazer maior efetividade com a identificação dos aglomerados de mercado mais lucrativos.

QUESTÃO 23

Embora o esforço de segmentação dos mercados empresariais pareça relativamente desnecessário frente ao grande número de consumidores, esse se apresenta como significativo devido a seu poder de compra. Em relação a essa temática, assinale a alternativa que apresenta a combinação correta para as características adotadas com base na caracterização desses mercados.

1. Localização do Cliente.
 2. Tipo de Cliente.
 3. Condições de Transação.
 4. Marketing concentrado.
- a) Quando os profissionais de marketing procuram servir um único mercado, geralmente voltado para consumidores “sofisticados”.
- b) Segmenta os mercados empresariais tendo como determinante as suas bases geográficas e identifica se existe um espaço de compra único ou múltiplo.
- c) Identifica o perfil do cliente corporativo baseado no volume de vendas, número de colaboradores internos e quantidade de escritórios de vendas.
- d) Segmenta o mercado por meio de características, tais como: a situação de compra, a taxa de utilização do produto ou serviço e os procedimentos efetuados nessa compra.
- A) 2-a, 3-b, 1-c, 4-d.
B) 3-d, 4-a, 1-c, 2-b.
C) 1-a, 2-c, 3-b, 4-d.
D) 1-b, 2-c, 3-d, 4-a.
E) 2-b, 3-a, 4-d, 1-c.

QUESTÃO 24

De forma a identificar grupos-alvo menores e mais bem definidos, as organizações ancoram a segmentação de mercado nas necessidades dos consumidores de modo a definir quais os segmentos de mercado que iram focar. Essa escolha comumente se apóia nos conceitos de mensurabilidade, substancialidade, acessibilidade, diferenciação e operacionalidade dos segmentos de mercado, devendo o(s) segmento(s) escolhido(s) obedecer a esses critérios. Analise as afirmativas abaixo

1. O critério de mensuração do segmento aponta que características como o tamanho e o seu poder de compra devem ser passíveis de mensuração.
2. Segundo o critério da acessibilidade, o segmento deve ser passível de alcance e atendimento.
3. A diferenciação determina que além dos elementos distintos, os segmentos devem responder de maneira distinta a cada elemento e programa do mix de marketing.
4. A operacionalidade do segmento se evidencia pela possibilidade de se desenvolver programas que venham a atrair e atender determinado segmento.

Assinale a alternativa correta.

- A) As afirmativas 1, 2 e 3 estão incorretas.
B) As afirmativas 1 e 2 estão corretas.
C) As afirmativas 1 e 4 estão corretas.
D) Apenas a afirmativa 1 está correta.
E) As afirmativas 1, 2, 3 e 4 estão corretas.

QUESTÃO 25

O processo de segmentação do mercado seguido da escolha e alcance dos segmentos-alvo requer bastante cuidado e atenção por parte dos gestores. Esses procedimentos são bastante criteriosos e podem ser divididos em etapas pré-definidas. Desta forma, qual das alternativas abaixo não se relaciona com as etapas da segmentação e escolha de mercados-alvo?

- A) Agrupamento de potenciais compradores em segmentos.
B) Agrupamento dos produtos para serem vendidos em categorias.
C) Relacionar o Mercado ao Produto que deseja vender.
D) Estimar o tamanho dos Mercados.
E) Identificar as necessidades do mercado.

QUESTÃO 26

As atividades varejistas que resultam de transações fora da loja de varejo são chamadas de “varejo fora das lojas”.

1. Venda por Máquina automática.
2. Clube de Depósito.
3. Venda Direta.
4. Varejistas *Off-Price*.
5. Marketing Direto.

De acordo com essa abordagem, não correspondem a esse tipo de estratégia

- A) 2 e 4.
- B) 1, 3 e 5.
- C) 2, 3.
- D) 1, 2, 3 e 5.
- E) 2, 3, 4 e 5.

QUESTÃO 27

Quanto à natureza da Venda Pessoal e do Gerenciamento de Vendas, analise as afirmativas abaixo.

1. A venda pessoal envolve o fluxo de comunicação de duas vias entre o comprador e o vendedor, com vistas a influenciar a decisão de compra de uma pessoa ou de um grupo.
2. No processo de gerenciamento de vendas deve-se levar em consideração o planejamento do programa de vendas, a implementação e o controle do esforço de venda pessoal da empresa.
3. Os fornecedores devem ser estudados o máximo possível para se decidir a melhor abordagem a ser empregada. Deve-se também considerar o melhor momento para a abordagem, pois muitos empresários estão ocupados na maior parte do tempo.

Assinale a alternativa correta

- A) As afirmativas 1, 2 e 3 estão corretas.
- B) Apenas a afirmativa 3 está correta.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 2 estão corretas.
- D) Apenas a afirmativa 1 está incorreta.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 estão incorretas.

QUESTÃO 28

As mudanças ocorridas no mundo dos negócios, provocadas pelo aumento da consciência da população e da negligência de algumas empresas para com os consumidores, fizeram emergir a necessidade das organizações em manterem um bom relacionamento com seus públicos. Para isso, a comunicação empresarial passou a ser uma ferramenta de vantagem competitiva no mercado globalizado. De acordo com a Comunicação Empresarial, estabeleça relação entre os conceitos e suas respectivas definições.

1. Comunicação Empresarial Integrada.
 2. Comunicação Mercadológica.
 3. Comunicação Interna.
 4. Comunicação Institucional.
 5. Comunicação em Massa.
- a) Visando todos os colaboradores da empresa, essa comunicação visa promover a integração entre eles e compatibilizar os interesses destes aos da empresa.
 - b) Tem como objetivo conquistar a confiança e a credibilidade dos públicos de interesse da organização por meio da difusão de seus valores, sua missão e sua filosofia, que deverão ser retratados nas suas práticas e políticas empresariais.
 - c) É considerada parte integrante da gestão estratégica. Abrange quatro tipos de comunicação que devem estar alinhadas umas as outras de forma a atingir os objetivos organizacionais, estabelecendo uma política global entre elas.
 - d) Utiliza ferramentas como a propaganda e a promoção de vendas para divulgar os produtos e serviços da organização.
 - e) É a comunicação feita de forma industrial para atingir um grande número de indivíduos.

Assinale a alternativa correta

- A) 1-a, 2-b, 3-c, 4-d, 5-e.
- B) 3-a, 4-b, 1-c, 2-d, 5-e.
- C) 4-a, 5-b, 1-c, 2-d, 3-e.
- D) 5-a, 1-b, 2-c, 3-d, 4-e.
- E) 2-a, 3-b, 4-c, 5-d, 1-e.

QUESTÃO 29

No que diz respeito ao Processo de Comunicação, analise as assertivas a seguir:

1. O processo geral de comunicação é composto por cinco elementos: mensagem, receptor, comunicador, mídia e *feedback*.
2. O processo geral de comunicação é composto por cinco elementos: mensagem, receptor, emissor, mídia e *feedback*.
3. A decodificação refere-se aos processos mentais do receptor, embora não envolva a interpretação.
4. A cultura é um fator que influencia o processo de comunicação, uma vez que é responsável pela diferença entre as informações contextuais necessárias para que a integração das pessoas.

Assinale a alternativa correta.

- A) As assertivas 1, 2, 3 e 4 estão corretas.
- B) Apenas as assertivas 2 e 4 estão corretas.
- C) Apenas a assertiva 4 está correta.
- D) As assertivas 1, 3 e 4 estão incorretas.
- E) As assertivas 1, 2, 3 e 4 estão incorretas.

QUESTÃO 30

Diversas são as características que diferenciam a comunicação verbal da comunicação não verbal. Analise as assertivas abaixo.

1. A comunicação verbal possui canais definidos e exclusivos, enquanto a comunicação não-verbal apresenta múltiplos canais.
2. A linguagem verbal utiliza a palavra em código, onde se transmitem informações pro meio de palavras.
3. A linguagem não verbal utiliza como código a simbologia;
4. A linguagem verbal é plenamente voluntária, a não-verbal pode se apresentar como uma reação involuntária.
5. A discrepância entre a linguagem verbal e não verbal pode ser chamada de incongruência.

Assinale a alternativa correta.

- A) Apenas as assertivas 1 e 3 estão corretas.
- B) Apenas as assertivas 2 e 3 estão corretas.
- C) Apenas a assertiva 3 está incorreta.
- D) Apenas a assertiva 1 está correta.
- E) As assertivas 1, 2, 3, 4 e 5 estão corretas.

QUESTÃO 31

Para que a comunicação se efetive, a mensagem passa por diversas etapas para que seja decodificada e compreendida pelo receptor. As pessoas entendem e decodificam as mensagens de acordo com suas experiências de mundo e características pessoais, podendo assim, nesse processo pode ocorrer falha ou ruídos na comunicação. Acerca dessa perspectiva, assinale a alternativa incorreta.

- A) No processo de compreensão de uma mensagem, pode ocorrer um ruído caracterizado por uma barreira tecnológica.
- B) Como exemplos de ruídos psicológicos podem-se citar a distração e a preocupação.
- C) No caso da emissão de uma mensagem/anúncio, as técnicas de repetição e/ou redundância são úteis para superar a ocorrência de ruídos.
- D) No meio empresarial, o clima organizacional baseado na competitividade interna tende a produzir ruídos de comunicação.
- E) Canais informais de comunicação são ferramentas úteis para se evitarem ruídos no processo de comunicação empresarial direcionada aos seus colaboradores internos.

QUESTÃO 32

As comunicações de marketing produzem em seus receptores impactos relacionados à escolha e ao comportamento dos indivíduos. Sendo assim, representam uma ferramenta significativa de persuasão dos consumidores. Acerca das técnicas de persuasão através da comunicação, assinale a alternativa correta.

- A) Os endossadores de produto são utilizados para atrair a atenção e podem moldar a interpretação dos consumidores através da transferência de significado.
- B) A repetição apresenta uma relação positiva com a persuasão, tendo em vista que produz no consumidor uma avaliação mais completa acerca do produto.
- C) Uma comunicação persuasiva deve exclusivamente levar em consideração as características do consumidor, como por exemplo, a motivação, o conhecimento e o humor.
- D) A estratégia de persuasão deve ser definida de acordo com o produto que irá destacar, onde as experiências subsequentes dos consumidores com o produto não produzem efeitos significativos.
- E) Apelos como “preço baixo” são apelos objetivos por reduzirem a contra-argumentação e serem percebidos como confiáveis.

QUESTÃO 33

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) foi criado em 10 de janeiro de 1946, pela Confederação Nacional do Comércio (CNC), e hoje atua na formação inicial e continuada de trabalhadores. Identifique as modalidades, níveis de ensino ou tipos de atividades em que o Senac atua.

1. Preparação de trabalhadores para o cooperativismo
2. Educação Profissional Técnica de Nível Médio
3. Preparação de trabalhadores para o comércio e a indústria
4. Atividades de comércio de bens, serviços e turismo

Estão **corretas**, apenas:

- A) 1 e 2.
- B) 1, 3 e 4.
- C) 1 e 4.
- D) 1, 2 e 4.
- E) 2 e 4.

QUESTÃO 34

A inovação do Decreto nº. 5154/04 foi possibilitar às instituições de Educação Profissional oferecer cursos técnicos integrados ao Ensino Médio. Sobre a integração recomendada é **correto** afirmar que:

- A) os cursos devem ser organizados a partir do somatório de conteúdos técnicos e de formação geral.
- B) os conteúdos técnicos devem referendar o perfil do curso e os conteúdos de formação geral subsidiarem a formação técnica.
- C) o currículo dos cursos deve envolver projetos de trabalho e ações integradoras diversas envolvendo não apenas disciplinas técnicas, mas as de formação geral.
- D) na montagem dos cursos integrados, os conteúdos de formação geral e técnica devem ter cargas horárias equivalentes.
- E) os currículos dos cursos integrados devem ser elaborados a partir da reformulação dos cursos técnicos subsequentes, acrescidos os conteúdos e carga horária da formação geral.

QUESTÃO 35

Considerando a LDBEN 9.394/96, no capítulo que trata da Educação Profissional, podemos afirmar que as escolas técnicas e profissionais

- A) só devem oferecer cursos regulares.
- B) oferecem cursos regulares e especiais.
- C) emitem diplomas de nível fundamental com validade nacional.
- D) condicionam os cursos especiais ao nível de escolaridade.
- E) matriculam, apenas, concluintes do ensino médio.

QUESTÃO 36

Acerca do sistema operacional Microsoft Windows, analise as seguintes afirmativas:

1. Sobre o sistema de busca disponibilizado no Windows, ao se utilizar ***.doc** no campo referente ao nome do documento procurado, a pesquisa irá retornar todos os documentos do Word, Excel e de outros programas encontrados no computador.
2. Os atalhos e ícones encontrados na área de trabalho de um computador são criados automaticamente durante a instalação de aplicativos, não cabendo ao usuário a criação de seus próprios atalhos.
3. Entre as teclas de atalho comumente utilizadas, temos a combinação **SHIFT+DELETE**, utilizada para remover arquivos diretamente para a Lixeira.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 37

Acerca das características e recursos disponíveis no programa Microsoft Word, analise as seguintes afirmativas:

1. Por padrão, documentos são salvos no formato.docx no Word 2007. Esse formato é incompatível com versões anteriores do Word. Com isso, salvar o documento no formato .doc no Word 2007 é a única forma de fazer com que versões anteriores do Word possam abrir esse documento.
2. Não é possível definir novos marcadores para serem utilizados em listas criadas pelo comando representado por . Apesar disso, vários estilos de marcadores são disponibilizados pelo Word (•, >, ✓, etc.).
3. Uma das opções ao se definir a fonte de um determinado texto do documento é o estilo de sublinhado que pode, por exemplo, ser o duplo.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 38

Acerca das configurações de páginas de documentos criados no programa Microsoft Word, analise as seguintes afirmativas:

1. É possível usar as orientações retrato e paisagem em um mesmo documento do Word, assim como usar tamanhos diferentes de papel.
2. É possível definir cabeçalhos e rodapés diferentes para páginas pares, ímpares e primeira página de um mesmo documento.
3. A configuração do alinhamento vertical indica se o texto será alinhado: no topo ou na parte inferior da página; centralizado ou justificado em relação às margens superior e inferior da página.

Assinale a alternativa correta:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 39

A figura abaixo mostra uma planilha Excel utilizada para se calcular os gastos com compras de determinados produtos.

	B	C	D	E
2	Produto	Quantidade	Preço Unit.	Quantidade x Preço Unit.
3	Resma de papel	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
4	Caneta	7	R\$ 1,20	R\$ 8,40
5	Lápis	40	R\$ 0,90	R\$ 36,00
6				R\$ 0,00
7	Total:			R\$ 74,40
8				

Baseado nessa planilha, analise as afirmativas a seguir.

1. Para ordenar os produtos listados de acordo com a ordem alfabética de seus nomes, selecionamos primeiro a célula **E3** e aumentamos a seleção até incluir a célula **B6**. Depois, basta clicarmos em ." data-bbox="210 685 235 705"/>
2. A fórmula **MÁXIMO(B3:B6;E3:E6)** retorna o nome do produto (coluna **B**) que resultou no maior gasto (coluna **E**).
3. A fórmula **ORDEM(E4;E3:E6)** resulta no valor **2**, indicando que **E4** é o segundo valor do intervalo **E3:E6**.

Assinale a alternativa correta:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 40

Acerca das funções disponíveis no programa Microsoft Excel, analise as seguintes afirmativas:

1. A função **CONT.VALORES** é utilizada para calcular o número de células que não estão vazias e os valores existentes na lista de argumentos.
2. A função **MODO** retorna o formato utilizado em uma determinada célula da planilha.
3. A função **CONT.SE** calcula o número de células não vazias em um intervalo que atendem a uma determinada condição.
4. Assinale a alternativa correta:

Assinale a alternativa correta:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.