



Exercícios **ADMINISTRAÇÃO EM MARKETING** – Valor: \_\_\_\_\_

Aluno: \_\_\_\_\_ Turma: \_\_\_\_\_ Período \_\_\_\_\_

### **ADMINISTRAÇÃO EM MARKETING**

- 1) “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.

**Analizando as afirmações acima, conclui-se que:**

- a. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
  - b. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.
  - c. A primeira afirmação é verdadeira, e a segunda é falsa.
  - d. A primeira afirmação é falsa, e a segunda é verdadeira.
  - e. As duas afirmações são falsas.
- 2) Jeremias trabalha como diretor de Marketing da “Pé no Chão”, empresa que produz sandálias de couro. A empresa nunca desenvolveu uma marca de produtor, comercializando seus produtos, no Brasil e no exterior, através de varejistas, que os vendem com suas próprias marcas. Jeremias tem tentado convencer os donos da empresa a desenvolver uma marca de produtor, com a qual eles poderiam vender os produtos. O que o uso de uma marca de produtor permitiria à empresa “Pé no Chão”?
- a. Vender seus produtos através de distribuidores exclusivos, o que garantiria maiores margens de lucro.
  - b. Ficar protegida em caso de flutuações na demanda.
  - c. Construir uma imagem junto ao seu público-alvo.
  - d. Posicionar melhor o produto como de alta qualidade combinando uma marca de produtor com preço popular.
  - e. Segmentar o mercado demograficamente, o que não seria possível com marcas próprias de varejistas.
- 3) A “Quitutes da Tia Zuzu” é uma pequena empresa brasileira que produz misturas pré-preparadas para bolos e tortas. O sucesso desta empresa é tal que os diretores estão considerando expandir o composto de produtos, comercializando bolos e tortas prontos, os gerentes de produto, no entanto, temem que as novas linhas de produtos canibalizem a linha de misturas. Como a empresa pode se proteger da possibilidade de canibalização?
- I – Direcionando a comunicação do novo produto para um público com perfil psicográfico diferente daqueles que compram as misturas pré-preparadas.
- II – Concentrando a distribuição da nova linha de produtos em regiões onde a mistura de bolos e tortas não são distribuídas.
- III – Comercializando a nova linha de produtos com uma marca diferente, usando uma estratégia de multimarcas.
- Está(ão) correta(s), apenas, o(s) item(s)
- a. I.
  - b. II.
  - c. III.
  - d. I e II.
  - e. I e III.
- 4) Muitas empresas brasileiras têm tentado exportar os seus produtos. No entanto, a exportação pode requerer que estes sejam adaptados. Sobre isso, analise as afirmativas abaixo.



Produtos importados sempre devem ser analisados à luz da cultura social

### **PORQUE**

A decisão de compra é influenciada, entre outros fatores, pelo nível de conhecimento do consumidor a respeito do produto que compra.

**Analisando as afirmações acima, conclui-se que:**

- a. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
  - b. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.
  - c. A primeira afirmação é verdadeira, e a segunda é falsa.
  - d. A primeira afirmação é falsa, e a segunda é verdadeira.
  - e. As duas afirmações são falsas.
- 5) O novo presidente da Empresa Mercados Múltiplos está redirecionando a sua estratégia por meio de um processo clássico centralizado de gestão estratégica de natureza prescritiva, cujos modelos conceituais e etapas são bem conhecidos. Assim, o presidente está correto ao afirmar que o processo deve contemplar:
- a. O atendimento das expectativas dos diferentes grupos na estrutura de poder da empresa.
  - b. A implementação de estratégias emergentes.
  - c. A avaliação de concorrentes potenciais e produtos substitutos.
  - d. A utilização de processo participativo de tomada de decisão estratégica.
  - e. A manutenção do organograma e do sistema de informações existentes.
- 6) Na maioria dos serviços, o pessoal de atendimento ao cliente necessita de treinamento em habilidades interpessoais.

### **PORQUE**

Na maioria dos serviços, a produção e a entrega acontecem simultaneamente entre o pessoal de atendimento e o cliente.

**Analisando as afirmações acima, conclui-se que:**

- a. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
  - b. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.
  - c. A primeira afirmação é verdadeira, e a segunda é falsa.
  - d. A primeira afirmação é falsa, e a segunda é verdadeira.
  - e. As duas afirmações são falsas.
- 7) Leia o trecho:

Fatores culturais exercem influência no comportamento de compra dos consumidores.

### **PORQUE**

A cultura consiste no conjunto compartilhado de valores e crenças duradouras que caracterizam e distinguem grupos sociais.

**A respeito dessas duas afirmações, é CORRETO afirmar que:**

- a. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.
- b. As duas afirmações são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
- c. A primeira afirmação é verdadeira, e a segunda é falsa.
- d. A primeira afirmação é falsa, e a segunda é verdadeira.
- e. As duas afirmações são falsas.