

CIDADE DE CAMAQUÃ E LAJEADO
INSTRUÇÕES GERAIS

- 1 - Este caderno de prova é constituído por 40 (quarenta) questões objetivas.
- 2 - A prova terá duração máxima de 04 (quatro) horas.
- 3 - Para cada questão, são apresentadas 04 (quatro) alternativas (a – b – c – d).
APENAS UMA delas responde de maneira correta ao enunciado.
- 4 - Após conferir os dados, contidos no campo Identificação do Candidato no Cartão de Resposta, assine no espaço indicado.
- 5 - Marque, com caneta esferográfica azul ou preta de ponta grossa, conforme exemplo abaixo, no Cartão de Resposta – único documento válido para correção eletrônica.

a c d
- 6 - Em hipótese alguma, haverá substituição do Cartão de Resposta.
- 7 - Não deixe nenhuma questão sem resposta.
- 8 - O preenchimento do Cartão de Resposta deverá ser feito dentro do tempo previsto para esta prova, ou seja, 04 (quatro) horas.
- 9 - Serão anuladas as questões que tiverem mais de uma alternativa marcada, emendas e/ou rasuras.
- 10 - O candidato só poderá retirar-se da sala de prova após transcorrida 01 (uma) hora do seu início.

BOA PROVA!

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

1. No gerenciamento de projetos, as linhas de base servem como um referencial para o cumprimento dos prazos, custos e escopo do projeto.

Nesse sentido, a linha de base do escopo, onde constam componentes essenciais do planejamento, compreende os seguintes itens:

- Plano de gerenciamento do escopo, plano de gerenciamento dos custos e plano de gerenciamento do cronograma.
- Especificação do escopo do projeto, estrutura analítica do projeto (EAP) e dicionário da EAP.
- Termo de abertura do projeto, especificação do escopo do projeto e plano de gerenciamento da qualidade.
- Levantamento de requisitos, registros de solicitação de mudança e listas de verificação da qualidade.

2. A organização pode estruturar subdivisões que permitam agrupar as decisões e ações por áreas afins ou por objetivos setoriais.

Sobre a relação entre Portfólio, Programa e Projeto, marque V, para as afirmações verdadeiras, e F, para as falsas.

- () Portfólio se refere a uma coleção de projetos, programas, subportfólios e operações gerenciadas como um grupo para o alcance de objetivos estratégicos.
- () Os programas são agrupados em um portfólio e englobam subprogramas, projetos ou outros trabalhos que são gerenciados de forma coordenada para apoiar o portfólio.
- () Os projetos individuais que estão dentro ou fora do programa são, de qualquer forma, considerados parte de um portfólio.
- () Os projetos ou programas do portfólio são, necessariamente, interdependentes ou diretamente relacionados.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- V – V – F – F.
- F – F – V – F.
- V – V – V – F.
- F – V – F – V.

3. Considerando a definição de projeto, observe os seguintes itens:

- Organização de uma festa de casamento.
- Refino de petróleo.
- Construção de uma usina.
- Montagem de automóveis.

NÃO se enquadram como projetos, apenas, os itens

- I e IV.
- I e III.
- II e III.
- II e IV.

4. Uma empresa de estrutura projetizada conta com 11 colaboradores envolvidos no desenvolvimento de um projeto.

Quantos canais de comunicação existem nesse projeto?

- a) 11
- b) 55
- c) 61
- d) 110

5. A organização é uma entidade que tem funções e estrutura administrativa próprias, uma finalidade bem determinada e objetivos a alcançar.

Quanto à estrutura das organizações, é **INCORRETO** afirmar que a organização

- a) departamental tem a função de prestar assistência especializada à direção e aos órgãos da estrutura da organização, não tendo qualquer atribuição executiva ou gerencial.
- b) por projeto é representada por uma equipe inteiramente dedicada a um projeto cujos membros são temporariamente desvinculados da estrutura departamental, passando à coordenação de um gerente de projeto.
- c) matricial superpõe à estrutura departamental uma estrutura de projetos, cujos componentes não ficam inteiramente dedicados ao projeto, mas a ele prestam serviço, quando necessário, segundo um planejamento.
- d) patrocinadora (*Sponsoring Organization*) diz respeito à entidade responsável por prover o patrocinador e um canal de financiamento do projeto, ou de outros recursos do projeto.

Considere os dados abaixo, para responder às questões 6 e 7.

Uma empresa planeja a implementação de um novo sistema para controle de estoques. Para tanto, adotou os prazos seguintes para as atividades do projeto:

Atividade	Precedência	Duração (em dias)
A	-	5
B	-	5
C	-	11
D	C	7
E	A	5
F	B e D	9
G	C	20

6. Com base nas informações acima, afirma-se que o caminho crítico é representado pelas atividades

- a) A e E.
- b) B e F.
- c) C e G.
- d) D e F.

7. Considerando a data de execução para cada atividade o mais cedo possível, qual seria o impacto na duração total do projeto se ocorresse um atraso de 9 dias na atividade B?

- a) 0 dias.
- b) 6 dias.
- c) 9 dias.
- d) 10 dias.

8. Todo projeto está vulnerável a riscos. Para tanto, são adotadas estratégias para eliminá-los ou, pelo menos, reduzir os seus impactos. Sobre gestão de riscos, relacione a primeira coluna com a segunda:

- (A) É uma estratégia de resposta ao risco em que a equipe do projeto age para reduzir a sua probabilidade de ocorrência ou o seu impacto. Essa estratégia implica a redução da probabilidade e/ou do impacto de um evento de risco adverso para dentro de limites aceitáveis.
 - (B) É uma estratégia de resposta ao risco em que a equipe do projeto simplesmente passa a responsabilidade de gerenciamento para outra parte, mas não o elimina. Não significa negar a existência do risco, e quase sempre envolve o pagamento de um prêmio à parte que o está assumindo.
 - (C) É uma estratégia de resposta ao risco em que a equipe do projeto age para eliminar a ameaça ou proteger o projeto contra o seu impacto. Ela envolve a alteração do plano de gerenciamento do projeto para eliminar totalmente a ameaça.
 - (D) Envolve a alocação integral ou parcial da responsabilidade da oportunidade a um terceiro que tenha mais capacidade de explorar a oportunidade para benefício do projeto.
- () Estratégia de prevenção de riscos.
 - () Estratégia de mitigação de riscos.
 - () Estratégia de compartilhamento de riscos.
 - () Estratégia de transferência de riscos.

A sequência correta de preenchimento da segunda coluna, de cima para baixo, é

- a) A – C – B – D.
- b) A – C – D – B.
- c) C – A – B – D.
- d) C – A – D – B.

9. O processo de planejamento estratégico requer acesso a informações, tanto do ambiente interno quanto do ambiente externo das organizações, para minimizar as incertezas e os riscos durante o processo de tomada de decisão.

Assim sendo, relacione a necessidade de informações pertinentes a cada nível organizacional.

- (A) Nível estratégico.
 - (B) Nível tático.
 - (C) Nível operacional.
- () A questão fundamental é a integração informacional das diferentes áreas funcionais da organização.
 - () As informações buscadas estão associadas ao desenvolvimento de indicadores de desempenho e mensuração.
 - () Procura-se identificar as ameaças do ambiente, as quais deverão ser administradas, e as oportunidades, as quais deverão ser aproveitadas.

A sequência correta de preenchimento da segunda coluna, de cima para baixo, é

- a) A – B – C.
- b) B – C – A.
- c) B – A – C.
- d) C – B – A.

10. Leia o excerto a seguir.

“Alcançar um desempenho competitivo superior está relacionado com a criação de valor e o relacionamento com clientes, podendo estes serem apoiados por processos contínuos de aprendizado e processos de inteligência competitiva viabilizados pelos sistemas de informação”

(CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações. Rio de Janeiro : Elsevier, 2003).

De acordo com os autores do excerto os sistemas de informação podem ser categorizados em:

- a) Sistemas ERP (*Enterprise Resource Management*); sistemas financeiros; sistemas contábeis e sistemas de recursos humanos.
- b) Sistemas integrados; sistemas de inteligência de negócios; sistemas de análise e suporte à decisão e sistemas de tecnologia da informação.
- c) Sistemas ERP (*Enterprise Resource Management*); sistemas MRP (*Material Requirement Planning*); sistemas EDI (*Electronic Data Interchange*) e LIS (*Logistical Information Systems*).
- d) Sistemas de informações transacionais; sistemas de inteligência de negócios; sistemas de pesquisa de mercado e sistemas de análise e suporte à decisão.

11. Leia o excerto a seguir.

“Todas as áreas da empresa necessitam de um planejamento quanto às suas ações. No que diz respeito ao Planejamento Estratégico de Tecnologia de Informação, sabe-se que este deve ser precedido por um rigoroso planejamento de suas etapas e pelo provimento dos recursos necessários.”

(FOINA, Paulo Rogério. Tecnologia de Informação: Planejamento e Gestão. 2. Ed. – 2. Reimpre. – São Paulo: Atlas, 2009).

Assim sendo, quais dos itens abaixo correspondem às etapas adotadas no Planejamento Estratégico de Tecnologia de Informação?

- a) Diagnóstico amplo da situação atual da empresa; estabelecimento da situação desejada para o período planejado; definição das políticas e diretrizes básicas e estabelecimento dos planos de ação.
- b) Planejamento das metas a serem alcançadas; organização dos recursos humanos e materiais; definição dos planos de ação e acompanhamento dos resultados e implementação de ações corretivas.
- c) Descrição da missão da empresa; compreensão das necessidades dos clientes; análise do mercado (concorrentes e fornecedores) e levantamento das vantagens competitivas e aplicação dos planos de ação.
- d) Mapeamento dos sistemas utilizados pela empresa; descrição do fluxo de informações desejado; compra/aquisição de sistemas mais eficientes e estabelecimento dos planos de ação.

12. Leia o texto a seguir, completando as lacunas.

Os planos táticos definidos no planejamento estratégico de tecnologia de informação apresentam características específicas. Dessa forma, considere as informações abaixo:

O _____ estabelece as metas/objetivos de processamento, o detalhamento e o fluxo de informações, bem como as características de armazenamento, recuperação e parâmetros de segurança.

O _____ define os sistemas em termos de programas, normas e procedimentos que deverão ser implementados ou alterados nos próximos anos.

O _____ define as características dos equipamentos de processamento, armazenagem, comunicação de dados, voz e imagem a serem incorporados pela empresa.

O _____ estabelece os níveis de conhecimento técnico desejável para cada posto de trabalho diante das novas tecnologias a serem adotadas por eles.

Os termos que completam correta e respectivamente as lacunas são:

- a) plano de tecnologia - plano de sistemas - plano de informação - plano de recursos humanos
- b) plano de informação - plano de governança - plano de hardware - plano de capacitação
- c) plano de tecnologia - plano de sistemas - plano de hardware - plano de recursos humanos
- d) plano de informação - plano de sistemas - plano de tecnologia - plano de capacitação

13. A maturidade da área de tecnologia de informação quanto ao gerenciamento de seus recursos pode ser mensurada a partir do modelo proposto pelas recomendações da IT *Infrastructure Library* (ITIL).

Sobre esse modelo, analise as assertivas abaixo, assinalando V, para as verdadeiras, e F, para as falsas.

- () O gerenciamento de TI de uma empresa classificado no Nível 0 – Caótico consiste em tentar sobreviver às demandas diárias da organização, sendo estas superiores à capacidade de atendimento, tendo pouca padronização de procedimentos e uma imagem desgastada da área.
- () O gerenciamento de TI de uma empresa classificado no Nível 1 – Reativo apresenta indícios de organização, visando à redução de problemas; já possui padrões de procedimentos documentados para seus principais processos.
- () O gerenciamento de TI de uma empresa classificado no Nível 2 – Serviços é capaz de controlar completamente seus sistemas e equipamentos.
- () O gerenciamento de TI de uma empresa classificado no Nível 3 – Valor é o mínimo que uma organização altamente dependente de informática precisa apresentar. Caracteriza-se por exigir o completo e detalhado planejamento de capacidade dos recursos de acordo com o crescimento da empresa.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) V – V – F - F.
- b) V – F – V - F.
- c) F – F – V - V.
- d) F – V – F - V.

14. As empresas que introduzem tecnologia da informação nas suas atividades passam por vários estágios até alcançar a maturidade tecnológica.

Considerando os estágios de maturidade da tecnologia de informação, relacione a primeira coluna com a segunda.

- (A) Estágio de Contágio.
- (B) Estágio de Controle.
- (C) Estágio de integração.
- (D) Estágio de *e-Business*.

- () Caracteriza-se pelo aproveitamento da internet como meio de realização de vendas e relacionamento com seus clientes.
- () Momento inicial de implementação de tecnologias, no qual os setores buscam, individualmente, soluções para suprir suas necessidades, resultando em maior adoção da informática, porém sem que haja integração entre setores ou tecnologias.
- () Representado pela normatização de procedimentos administrativos, criação de formulários específicos, elaboração de manuais e direcionamento de esforços para uniformização e integração dos sistemas.
- () Caracterizado pelo investimentos em equipamentos, sistemas e na capacitação nas áreas comercial e produtiva. As informações para a tomada de decisão são sobre o desempenho dos setores internos, capacidade instalada, desempenho de produtos próprios e da concorrência.

A sequência correta de preenchimento da segunda coluna, de cima para baixo, é

- a) A – B – C – D.
- b) A – B – D – C.
- c) D – A – B – C.
- d) D – C – B – A.

15. A *IT Infrastructure Library* (ITIL) recomenda uma série de boas práticas de gerenciamento de ambiente de tecnologia da informação, sendo organizadas em disciplinas de gestão agrupadas nas seguintes categorias: suporte a serviços e entrega de serviços.

Sobre os agrupamentos das disciplinas de gestão, é correto afirmar que as disciplinas de gestão agrupadas na categoria

- a) suporte a serviços compreendem: gerenciamento de escopo, gerenciamento de cronograma, gerenciamento da qualidade, gerenciamento de recursos humanos e gerenciamento financeiro.
- b) entrega de serviços compreendem: gerenciamento de nível de serviço, gerenciamento de capacidade, gerenciamento de disponibilidade, gerenciamento de continuidade e gerenciamento financeiro.
- c) suporte a serviços compreendem: gerenciamento de nível de serviço, gerenciamento de capacidade, gerenciamento de disponibilidade, gerenciamento de continuidade e gerenciamento financeiro.
- d) entrega de serviços compreendem: gerenciamento de escopo, gerenciamento de cronograma, gerenciamento da qualidade, gerenciamento de recursos humanos e gerenciamento financeiro.

16. A ISO 9000-3 dispõe de conteúdo específico voltado para o desenvolvimento de software.

Seguindo a orientação dessa norma, um sistema de gerência de qualidade deve conter os seguintes componentes:

- a) Escopo, testes de qualidade, registro de alterações e aprovações do cliente.
- b) Procedimentos padronizados, soluções cadastradas, registro de alterações e aprovações do cliente.
- c) Manual de qualidade, procedimentos, instruções de trabalho e registros de qualidade.
- d) Escopo, testes de qualidade, instruções de trabalho e registros de qualidade.

17. Leia o excerto a seguir.

“A inovação pode ser vista como uma maneira de movimentar a economia, agregando valor e atendendo a uma necessidade.”

(CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri, SP: Manole, 2012).

Sobre tal temática, afirma-se:

- I. A Inovação Evolucionária possibilita rápidas e profundas mudanças nos produtos ou tecnologias atuais;
- II. Normalmente, no início da Inovação Disruptiva, começa-se com um produto ou tecnologia mais barato com desempenho inferior, visando a preencher espaços que as organizações atuais não estão dispostas a ocupar;
- III. A melhoria e aperfeiçoamento gradativo, incremental e contínuo de produtos ou tecnologia é uma característica da Inovação Revolucionária;
- IV. Antecipar-se e partir para a inovação disruptiva é necessário em um mundo de negócios repleto de mudanças e transformações.

Está (ão) correta (s) apenas a (s) afirmativa (s)

- a) I, III e IV.
- b) I e II.
- c) II e IV.
- d) III.

18. Segundo Dornelas, Timmos e Spinelli (2010), os empreendedores podem apresentar alguns atributos essenciais.

Qual dos atributos abaixo **NÃO** é considerado um atributo essencial?

- a) Coragem.
- b) Rigoriedade.
- c) Obsessão pela oportunidade.
- d) Motivação para se destacar.

19. Leia o excerto a seguir.

“Os negócios acontecem em ambientes dinâmicos, os quais podem ser separados em dois estratos: macroambiente e microambiente.”

(CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri, SP: Manole, 2012)

Sobre tal temática, afirma-se:

- I. O ambiente geral pode ser denominado de macroambiente, enquanto o microambiente pode ser denominado de ambiente de operações.
- II. A entrada de recursos e insumos necessários à organização ocorre por meio do macroambiente.
- III. No microambiente e suas respectivas subdivisões, é possível encontrar as agências reguladoras.
- IV. O macroambiente é comum a todas as empresas e negócios.

Estão corretas as afirmativas

- a) I, II, III e IV.
- b) I e IV, apenas.
- c) II e III, apenas.
- d) I, III e IV, apenas.

20. Leia o excerto a seguir.

“Ao construir um plano de negócios, é importante entender claramente o que fazer e o que não fazer na sua preparação.”

DORNELAS, José. TIMMONS, Jeffry A. SPINELLI, Stephen. Criação de Novos Negócios: Empreendedorismo para o século 21. São Paulo: Elsevier, 2010)

Sobre plano de negócio, é correto afirmar:

- a) Não utilizar o plano de negócio é um erro, visto que o plano de negócio representa o negócio em si, perpetuando-se o que nele é descrito.
- b) Não aceitar encomendas de clientes durante a redação do plano, mesmo que isso represente adiar a geração de fluxo de caixa, é uma decisão sábia do empreendedor.
- c) Não é recomendado perder tempo redigindo um plano quando se pode estar fechando vendas e gerando dinheiro.
- d) Não se deve deixar que as projeções de mercado e de vendas impulsionem as premissas das planilhas financeiras.

21. Leia o excerto a seguir.

“Muitas empresas nasceram, cresceram e ampliaram seus negócios com base no empreendedorismo familiar.”

DORNELAS, José. TIMMONS, Jeffry A. SPINELLI, Stephen. Criação de Novos Negócios: Empreendedorismo para o século 21. São Paulo: Elsevier, 2010)

Sobre tal temática, afirma-se:

- I. As famílias compreendem claramente que o sucesso passado não é sinônimo de garantia de sucesso futuro;
- II. Seus líderes procuram equilibrar as expectativas de risco e recompensa dos seus acionistas em relação aos riscos e às demandas de investimento do mercado;
- III. Familiares recebem uma empresa para administrar como parte de seu legado, situação denominada de empreendedorismo familiar;
- IV. É comum as gerações mais velhas e sucessoras possuir perfis de risco e objetivos diferentes sobre a forma como o negócio necessita crescer no futuro;
- V. A construção dos negócios familiares de primeira geração normalmente ocorre por intuição do fundador.

Estão corretas as afirmativas

- a) I, II, III, IV e V.
- b) II, III, IV e V, apenas.
- c) IV e V, apenas.
- d) I e III, apenas.

22. Para Chiavenato (2012), os empreendimentos podem necessitar enfrentar certas escolhas estratégicas durante sua trajetória, a exemplo de:

- (A) Desistir do negócio, saindo da jogada de maneira provisória ou definitiva;
- (B) Imitar um possível concorrente, situação em que a empresa não visa a ser líder ou inovadora;
- (C) Complementar a concorrência, no sentido de oferecer serviços ou produtos que possam adicionar valor aos serviços e produtos das empresas líderes;
- (D) Inovar, ultrapassando as concorrentes, criando novas regras de competição, focando em recursos e energia na inovação;
- (E) Substituir sua base e oferecer serviços ou produtos alternativos ou diferentes ao mercado, a exemplo dos fatores: preço, distribuição, qualidade etc;
- (F) Colaborar com outras empresas, juntando forças, propósitos ou algum projeto específico.

Considerando essas escolhas estratégicas, a sequência mais adequada, da mais passiva para a mais agressiva, é

- a) A – F – C – B – E – D.
- b) D – C – B – E – F – A.
- c) A – B – C – F – D – E.
- d) E – D – B – C – A – F.

23. “Os empreendedores sociais não se contentam apenas em dar um peixe ou ensinar a pescar. Eles não descansam enquanto não revolucionam a indústria da pesca” (Bill Brayton, CEO e fundador da Ashoka)

Apud (DORNELAS, José. TIMMONS, Jeffry A. SPINELLI, Stephen. Criação de Novos Negócios: Empreendedorismo para o Século 21. São Paulo: Elsevier, 2010, p.159).

Sobre empreendedorismo social é correto afirmar que

- a) pode ser definido como a utilização de princípios do empreendedorismo visando a criar um valor social economicamente sustentável.
- b) tornou-se um movimento global, considerado um fenômeno prático e simples de definir.
- c) é caracterizado unicamente por empreendimentos sem fins lucrativos.
- d) não depende de recursos para o sucesso do empreendimento, fato que caracteriza a sua principal diferença em relação ao empreendedorismo tradicional.

24. Leia o excerto a seguir.

O empreendedorismo pode fomentar a destruição e reconstrução de mercados e indústrias criando novos produtos, serviços e modelos de negócios

(DORNELAS, José. TIMMONS, Jeffry A. SPINELLI, Stephen. Criação de Novos Negócios: Empreendedorismo para o século 21. São Paulo: Elsevier, 2010).

Sobre tal temática, afirma-se que:

- I. A ética e a integridade são consideradas cruciais pelos executivos bem sucedidos para o sucesso em longo prazo;
- II. A liderança empreendedora é qualificada por eventos não lineares e não paramétricos;
- III. O dinheiro é um dos ingredientes menos importantes para o sucesso de um negócio se outras peças e talentos já estiverem disponíveis no negócio;
- IV. Os empreendedores e investidores bem sucedidos sabem que uma ideia é necessariamente uma boa oportunidade.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- a) I, II e IV.
- b) II, III e IV.
- c) I, III e IV.
- d) I, II, III.

25. Leia o excerto a seguir.

“O transporte doméstico refere-se ao conjunto de trabalho, recursos ou facilidades que compõem a capacidade de movimentação da economia, inclusive a maior parte da movimentação de carga é manipulada por meio de cinco modos básicos de transporte: ferrovias, hidrovias, rodovias, aerovias e dutos.”

BALLOU, Ronald H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 2009)

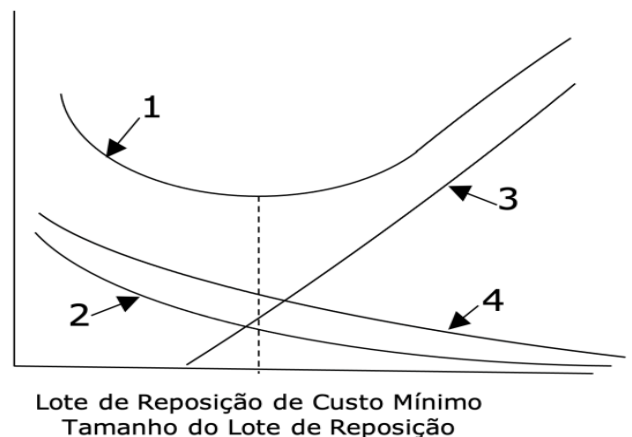
Sobre tal temática, afirma-se:

- I. O transporte por ferrovia normalmente é um transportador lento de manufaturados ou matérias-primas de baixo valor para longas distâncias;
- II. No transporte rodoviário, uma das vantagens em utilizar caminhões é a velocidade e a conveniência no transporte porta a porta;
- III. Normalmente o sistema hidroviário requer outro modal de transporte combinado ou que esteja localizado em suas margens;
- IV. O sistema de transporte dutoviário é considerado um dos meios mais confiáveis e sua relação ao tempo de trânsito, principalmente em termos de poucas interrupções.

Estão corretas as afirmativas

- a) I e IV, apenas.
- b) II e III, apenas.
- c) III e IV, apenas.
- d) I, II, III e IV.

26. O controle de estoques visa, entre outras ações, a balancear os custos de manutenção dos estoques, faltas e aquisição, podendo ser representado pela figura ao lado.



BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial:** transportes, administração de materiais e distribuição física. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 213. (ADAPTADO)

As linhas da figura representadas pela sequência de 1 a 4 correspondem a

- a) 1- Custo de aquisição; 2- custo total (estoque + aquisição + faltas); 3- custo de manutenção de estoque; 4- custo de faltas.
- b) 1- Custo total (estoque + aquisição + faltas); 2- custo de manutenção de estoque; 3- custo de faltas; 4- custo de aquisição.
- c) 1- Custo total (estoque + aquisição + faltas); 2- custo de faltas; 3- custo de manutenção de estoque; 4- custo de aquisição.
- d) 1- custo de aquisição; 2- custo de manutenção de estoque; 3- Custo total (estoque + aquisição + faltas); 4- custo de faltas.

27. Leia o excerto a seguir.

“O Just in Time (JIT) pode ser considerado uma filosofia de manufatura, no sentido de entender, conduzir e abordar as atividades manufatureiras de uma organização.”

MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da produção e operações. 2a ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008).

Sobre o JIT, é correto afirmar:

- a) O JIT utiliza como tática a ênfase na ordem e no arranjo do local de trabalho.
- b) O JIT utiliza um sistema empurrado em vez de um sistema puxado.
- c) A lógica do sistema JIT pode promover a existência de produção em excesso.
- d) Uma das características do JIT é o aumento dos lotes, inclusive de transferência.

28. Leia o excerto a seguir.

“A avaliação dos elos em uma cadeia de distribuição é importante para manter o equilíbrio das operações”.

ROCCATO, Pedro Luiz. A bíblia de canais de vendas e distribuição: como planejar, captar, desenvolver e gerenciar canais de vendas e distribuição. São Paulo: M. Books, 2008).

NÃO é considerada uma forma de avaliação (métrica específica) do revendedor sob a ótica do distribuidor o/a

- a) mercado de atuação.
- b) estrutura.
- c) capacidade logística.
- d) capilaridade.

29. Leia o excerto a seguir.

“A logística pode envolver atividades primárias e de apoio com a finalidade de atingir determinado nível de serviço”.

BALLOU, Ronald H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 2009).

É considerada uma atividade primária

- a) a armazenagem.
- b) o processamento de pedidos.
- c) a programação do produto.
- d) o manuseio de materiais.

30. Leia o excerto a seguir.

“A estratégia de distribuição pode ser influenciada pelos atributos dos próprios produtos, a exemplo de volume, peso, valor, inflamabilidade, perecibilidade ou substitutibilidade; indicando diferentes necessidades em relação a armazenagem, transporte, manuseio, processamento do pedido e estoque”.

BALLOU, Ronald H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 2009).

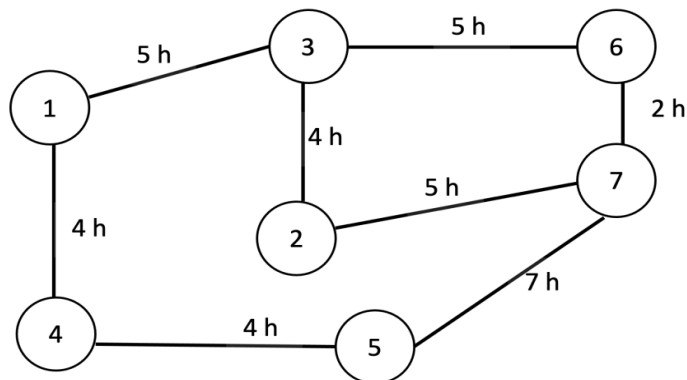
Com base na relação peso-volume (densidade) de um produto, analise as seguintes afirmativas:

- I. A relação peso-volume (densidade) de um produto é significativa ao ponto de influenciar os custos de transporte e armazenagem.
- II. Produtos com peso-volume elevado (densos) podem apresentar boa utilização dos equipamentos de transporte.
- III. À medida que a densidade do produto aumenta, os custos de transporte e estocagem aumentam.
- IV. Aço laminado, comida enlatada e material impresso são exemplos de boa utilização dos equipamentos de transporte e das facilidades de armazenagem.

Estão corretas apenas as afirmativas

- a) I, II e III.
- b) I, III e IV.
- c) II, III e IV.
- d) I, II e IV.

31. Uma empresa pretende instalar um ponto de distribuição em uma das regiões numeradas de 1 a 7, representadas esquematicamente na figura abaixo. Este diagrama apresenta as principais rotas de acesso entre as regiões, estando marcado entre cada rota o tempo médio em horas (h), partindo de determinada região para atingir imediatamente a próxima.



MOREIRA, Daniel A. **Administração da produção e operações**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. p.177. (ADAPTADO)

Quais as regiões mais convenientes para a instalação do ponto de distribuição, com base no menor dos máximos tempos de acesso de uma região às demais?

- a) Regiões 1 e 6.
- b) Regiões 1 e 7.
- c) Regiões 2 e 7.
- d) Regiões 3 e 5.

32. Considere que determinados trabalhos chegaram na ordem 1, 2, 3, 4, (conforme a tabela abaixo), os quais devem ser sequenciados pelas máquinas 1 e 2, em função da regra PEPS.

Trabalho	Tempo de Processamento em minutos - Máquina 1	Tempo de Processamento em minutos - Máquina 2
1	16	8
2	6	18
3	20	4
4	12	18

A partir da análise dos dados, qual é a eficiência dos equipamentos?

- a) 73,8%.
- b) 76,9%.
- c) 96%.
- d) 52,1%.

33. Leia o excerto a seguir.

“Pesquisa de marketing pode ser entendida como a elaboração, coleta, análise e edição de relatórios, transformando dados em descobertas que possam ser relevantes em face a uma situação específica enfrentada pela organização.”

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12.ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2006).

Em relação à condução de pesquisa de marketing, afirma-se:

- a) A pesquisa de marketing demanda esforço, orçamentos e departamentos especializados, limitando sua realização a grandes empresas.
- b) Para se obter sucesso na pesquisa, visando a facilitar sua execução, é necessário que a definição do problema ocorra de maneira bastante restrita.
- c) Ceticismo saudável é uma característica da boa pesquisa de marketing.
- d) A etapa relacionada ao desenvolvimento do plano de pesquisa normalmente é a mais sujeita a erros e dispendiosa.

34. Leia o excerto a seguir.

“Existem alguns meios que podem ser utilizados na formação de preços, além do mais, é necessário certos cuidados, visto que o preço pode influenciar no sucesso dos negócios.”

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri, SP: Manole, 2012

Considere as seguintes afirmações em relação à formação de preços:

- I. Uma das maneiras de determinar o preço de venda é com base nos custos e na margem de lucro desejada.
- II. Em função do tipo de negócio ou dos vários pontos da cadeia de fornecimento, o *markup* pode variar.
- III. Supondo os seguintes dados: preço de venda = R\$ 8,30 e preço de compra = R\$ 6,50, o *markup* adotado com base neste exemplo é de 21,7%.
- IV. No momento da composição de preço, o empreendedor deve se deter na análise do preço que pede por seu produto ou no preço em que o mercado normalmente opera.

Estão corretas apenas as afirmativas

- a) I e III.
- b) II e IV.
- c) III e IV.
- d) I e II.

35. Podem ser consideradas empresas de sucesso aquelas que agregam valor aos produtos oferecidos e supre as expectativas de seus clientes, o que, por consequência, pode ampliar o aumento da fidelidade dos clientes à empresa (KOTLER; KELLER, 2006). Em relação à satisfação, valor e fidelidade do cliente considere as seguintes afirmações:

- I. Entre duas ofertas de valor, V1 e V2, disponíveis a um cliente na razão V1:V2, ele escolherá V1 se a razão for menor que um.
- II. O *customer lifetime value* corresponde ao valor total atual de todos os clientes da empresa obtidos ao longo do tempo.
- III. O valor percebido pelo cliente corresponde à diferença entre a avaliação realizada pelo cliente potencial de todos os custos e benefícios correspondentes a um produto ou serviço e às alternativas percebidas.
- IV. Empresas orientadas para os clientes os dispõem no topo do organograma, inclusive a relação e o contato com eles fazem parte de todos os demais níveis do organograma.

Estão corretas apenas as afirmativas

- a) I e II.
- b) III e IV.
- c) I e III.
- d) II, IV.

36. O *branding* existe há séculos como maneira de distinguir os produtos de determinado fabricante dos de outro (KOTLER; KELLER, 2006). Sobre *branding/brand equity*, considere as seguintes afirmações:

- I. O *branding* quer dizer atribuir produtos ou serviços com o poder de uma marca.
- II. O *brand equity* corresponde a um importante ativo intangível que representa os valores financeiros e psicológicos para a empresa.
- III. Uma maneira estruturada de avaliar as fontes e resultados do *brand equity* é a contratação de novos funcionários.
- IV. Denomina-se portfólio de produtos quando uma nova marca é combinada com uma marca já existente.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- a) I e II.
- b) II e IV.
- c) I e III.
- d) III e IV.

37. Segundo Chiavenato (2012), o processo de vendas é constituído por várias fases importantes para a satisfação do cliente e para a garantia de novas vendas.

Assim, as fases que contemplam o processo de vendas são:

- a) Pesquisa e desenvolvimento; produção e operações; mark-up e assistência técnica.
- b) Estudo dos concorrentes; precificação; endomarketing e pesquisa de satisfação.
- c) Pesquisa de mercado de consumidores; propaganda; promoção de vendas e pós-venda.
- d) Estudo dos fornecedores; estudo dos concorrentes; estabelecimento de metas e mensuração dos resultados.

38. É importante para o planejamento da empresa saber quantidade de produtos ou serviços a serem comercializados semanal, mensal ou anualmente. Assim, considerando o processo de previsão de vendas (CHIAVENATO, 2012), analise as seguintes afirmações:

- I. Constitui uma estimativa ou expectativa de vendas que pode ser detalhada por território ou vendedor, a fim de se obter melhor acompanhamento e controle das regiões e da equipe de vendas.
- II. É a fase em que se pretende monitorar o cliente quanto ao uso e à apreciação do produto/serviço que adquiriu para verificar se ele está satisfeito com a compra e se voltará a consumir novamente.
- III. É estimada pelas informações de vendas anteriores ou pela pesquisa de outras empresas equivalentes e pelas tendências de mercado.
- IV. Representa a quantidade de produtos/serviços que a empresa vendeu durante um determinado período.

Estão corretas apenas as afirmativas

- a) I e II.
- b) I e III.
- c) II e IV.
- d) III e IV.

39. Quanto aos canais de distribuição (CHIAVENATO, 2012), marque V, para as afirmações verdadeiras, e F, para as afirmações falsas.

- () Os canais de distribuição são os intermediários entre a empresa e os seus consumidores.
- () A maneira de distribuir influencia o preço.
- () As principais alternativas de venda são: venda direta ao consumidor, por meio de representantes comissionados, por atacadistas ou revendedores, variando conforme atividade de negócio.
- () Vender diretamente ao consumidor é a forma mais barata de distribuição de produtos.

A ordem correta, de cima para baixo, é

- a) V - V - V - F.
- b) F - V - V - V.
- c) V - F - V - F.
- d) F - V - F - F.

40. O *merchandising* pode ser considerado uma das diversas abordagens de interação com o consumidor durante o processo de vendas. Sobre as características dessa abordagem, analise as seguintes afirmações:

- I. Consiste no conhecimento do mercado consumidor e da concorrência.
- II. É a fase inicial do processo de vendas. Busca obter informações sobre os consumidores e sua relação com os produtos/serviços: onde estão localizados, em que quantidade, os hábitos de compra, o poder aquisitivo etc.
- III. Pretende dar personalidade e individualidade ao produto, para que ele seja identificado pelo consumidor em sua apresentação, facilitando e aumentando as vendas.
- IV. Envolve todos os aspectos relacionados à apresentação do produto/serviço, tais como: características, tamanho, nome, marca, embalagem etc.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- a) I e II.
- b) I e III.
- c) II e IV.
- d) III e IV.