

CIDADES DE SANTANA DO LIVRAMENTO E VENÂNCIO AIRES
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.** As demonstrações financeiras são ferramentas fundamentais para a análise do desempenho econômico de uma empresa. A partir delas, é possível obter informações detalhadas sobre a situação financeira da organização e tomar decisões de gestão. Entre os principais tipos de demonstrações financeiras, destaca-se o balanço patrimonial que apresenta o patrimônio da empresa em uma determinada data.

Com base nesse contexto, qual das opções abaixo descreve corretamente o objetivo principal da análise das demonstrações financeiras?

- a) Projeção de fluxos de caixa futuros para o mercado financeiro.
- b) Avaliação do desempenho econômico passado e estimativas de resultados futuros.
- c) Determinação das taxas de câmbio mais favoráveis para a empresa.
- d) Elaboração de planos de marketing e publicidade para a empresa.

- 2.** Conforme Assaf Neto (2012), o conceito de valor do dinheiro no tempo é essencial na administração financeira, pois reflete o entendimento de que uma quantia em dinheiro hoje vale mais do que a mesma quantia no futuro, devido ao seu potencial de ser investida e gerar retorno.

Diante desse conceito, qual das opções abaixo reflete corretamente o motivo para se considerar o valor do dinheiro no tempo em decisões de investimento?

- a) dinheiro de hoje vale mais por causa das taxas de inflação que aumentam o valor nominal.
- b) O valor do dinheiro no tempo é importante para calcular o lucro contábil de uma empresa.
- c) O valor do dinheiro no tempo considera que o dinheiro pode ser investido e gerar retorno, aumentando o valor futuro.
- d) O valor do dinheiro no tempo só é relevante em decisões de curto prazo.

- 3.** O risco é um fator crítico que deve ser considerado na tomada de decisões financeiras, uma vez que afeta diretamente o retorno esperado dos investimentos. Ele está associado à incerteza em relação aos resultados futuros, sendo um dos componentes fundamentais na avaliação de projetos e na escolha de investimentos.

Com base nisso, as afirmações abaixo que definem corretamente o conceito de risco em finanças são:

- I. O risco está relacionado à possibilidade de que os retornos de um investimento sejam diferentes do esperado.
- II. O risco pode ser eliminado por completo se os investimentos forem diversificados.
- III. O risco aumenta quanto maior for a incerteza sobre os fluxos de caixa futuros.

Estão corretas as afirmativas

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

4. O ciclo de conversão de caixa é uma métrica que avalia o tempo necessário para que uma empresa converta suas saídas em caixa (pagamentos a fornecedores) em entradas de caixa (recebimentos de clientes). A gestão eficiente desse ciclo é crucial para a liquidez e para a saúde financeira da organização, pois impacta diretamente no capital de giro.

Com base nesse contexto, as estratégias eficazes para reduzir o ciclo de conversão de caixa de uma empresa são:

- I. Negociar prazos mais longos para o pagamento de fornecedores.
- II. Reduzir o prazo médio de recebimento das vendas a prazo.
- III. Aumentar o estoque para evitar a falta de produtos.

Estão corretas as afirmativas

- a) I e II, apenas.
 - b) II e III, apenas.
 - c) I e III, apenas.
 - d) I, II e III.
5. Com base nas ideias apresentadas por Kotler e Keller (2013) sobre o processo de pesquisa de marketing, julgue as seguintes afirmações como Verdadeiras (V) ou Falsas (F):
- () O processo de pesquisa de marketing envolve a definição do problema, o desenvolvimento do plano de pesquisa, a coleta, a análise e a interpretação dos dados.
 - () A pesquisa de marketing é utilizada exclusivamente para testar a viabilidade de novos produtos no mercado.
 - () Um bom processo de pesquisa de marketing deve incluir tanto dados primários quanto dados secundários para garantir uma análise abrangente e informada.
 - () A etapa de coleta de dados primários envolve a obtenção de informações de fontes já existentes, como relatórios e publicações.

A sequência correta, de cima para baixo, é:

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

6. Com base nos conceitos de níveis de produto e hierarquia de valor para o cliente, conforme Kotler e Keller (2013), julgue as afirmações a seguir como Verdadeiras (V) ou Falsas (F):

- () O benefício central refere-se à principal necessidade que o cliente busca satisfazer ao adquirir um produto ou serviço.
- () O benefício básico consiste nas expectativas mínimas do cliente em relação ao produto, o que inclui as características funcionais obrigatórias.
- () O benefício ampliado inclui características adicionais no produto, que aumentam o valor percebido pelo cliente e podem diferenciar a oferta de mercado.
- () O benefício potencial refere-se ao conjunto de serviços e recursos que o cliente espera encontrar no produto, sem a necessidade de inovação futura.

A sequência correta, de cima para baixo, é:

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

7. O processo de compra do consumidor é composto por cinco etapas que guiam o comportamento do comprador.

Em relação a esse processo, é correto afirmar que

- a) a etapa de avaliação das alternativas ocorre antes do reconhecimento do problema.
- b) o comportamento pós-compra diz respeito apenas à satisfação do cliente, não havendo espaço para insatisfação.
- c) a decisão de compra é a fase em que o consumidor escolhe entre as alternativas avaliadas e realiza a compra.
- d) a busca de informações só acontece quando o consumidor já decidiu pelo produto, servindo para comparar preços.

8. Posicionamento da marca refere-se à forma como a marca é percebida na mente dos consumidores em relação aos seus concorrentes, baseando-se em atributos e diferenciais que a tornam única no mercado.

Sobre o conceito de posicionamento da marca, é correto afirmar que

- a) o posicionamento de marca tem como objetivo identificar pontos de diferença entre concorrentes para minimizar a competitividade.
- b) o sucesso de um posicionamento está na capacidade de a marca ser percebida como superior em algum aspecto relevante para os consumidores.
- c) o posicionamento e a segmentação de mercado são conceitos equivalentes, já que ambos tratam da percepção do consumidor.
- d) o reposicionamento de uma marca é impossível após o produto já ter estabelecido sua posição no mercado.

- 9.** O marketing de relacionamento tem como foco a manutenção de um relacionamento contínuo e de longo prazo com o cliente, especialmente no pós-venda, diferenciando-se do marketing tradicional, que se concentra principalmente em transações isoladas.

Sobre o conceito de marketing de relacionamento, é correto afirmar que

- a) o marketing de relacionamento visa apenas à atração e retenção de novos clientes.
- b) o marketing de relacionamento tem, na fidelização dos clientes, um dos principais objetivos para a continuidade dos negócios.
- c) o marketing tradicional e o marketing de relacionamento são similares, pois ambos se concentram em vender produtos.
- d) o marketing de relacionamento é menos relevante para as empresas de pequeno porte do que para as empresas de grande porte.

- 10.**A administração de vendas envolve a captação de clientes com o objetivo de transformar leads qualificados em oportunidades de vendas concretas.

Em relação aos leads qualificados, é correto afirmar que

- a) são todos os contatos de clientes, independentemente de seu interesse.
- b) referem-se apenas aos clientes que já efetuaram uma compra anterior.
- c) ocorrem após o fechamento da venda e determinam o perfil do cliente.
- d) são aqueles que apresentam um perfil adequado e têm maior probabilidade de se tornarem clientes.

- 11.**A estratégia de preços é uma das variáveis mais importantes do mix de marketing, considerando fatores como custos, demanda e capacidade da empresa de gerar lucro.

Em relação à estratégia de preços, afirma-se que

- a) o preço de venda de um produto deve sempre ser estabelecido com base no preço da concorrência.
- b) a estratégia de preços ignora fatores como custos de produção e despesas fixas.
- c) a estratégia de preço orientada pela demanda se concentra em ajustar o preço de acordo com a percepção de valor do consumidor.
- d) a margem de lucro de um produto deve ser definida antes de se considerar os custos fixos e variáveis.

12. A promoção é uma das variáveis do marketing, sendo relacionada à comunicação entre a empresa e o consumidor, incluindo propaganda, relações públicas e promoção de venda.

Faça a associação correta entre as duas colunas, relacionando o tipo de categoria de sinalização e o seu significado.

- | | | |
|----------------------|-----|---|
| 1. Propaganda | () | Atividades que visam criar uma imagem positiva da empresa. |
| 2. Relações públicas | () | Incentivos temporários para estimular a compra de produtos. |
| 3. Promoção de venda | () | Comunicação paga e impessoal para promover produtos ou serviços. |
| 4. Marketing digital | () | Uso de canais digitais, como redes sociais, websites, blogs e anúncios online para alcançar e engajar consumidores. |

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) 2 - 3 - 1 - 4.
- b) 2 - 1 - 3 - 4.
- c) 1 - 2 - 4 - 3.
- d) 1 - 4 - 2 - 3.

13. A análise custo-volume estabelece uma relação entre receitas, custos e volume de produção. Ela é usada para identificar o ponto de equilíbrio de uma empresa.

Com base nisso, analise as afirmações abaixo que definem corretamente o conceito de ponto de equilíbrio.

- I. O ponto de equilíbrio ocorre quando as receitas igualam os custos totais, sem gerar lucros ou prejuízos.
- II. A análise do ponto de equilíbrio leva em consideração tanto os custos fixos quanto os custos variáveis.
- III. No ponto de equilíbrio, a empresa gera lucro marginal, cobrindo os custos variáveis.

Estão corretas as afirmativas

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

14.A capacidade de uma unidade produtiva refere-se à quantidade máxima de bens e serviços que podem ser gerados em um determinado período. A utilização da capacidade e a eficiência operacional são fatores cruciais na gestão de operações.

Com base nisso, analise as afirmações abaixo:

- I. A capacidade instalada não precisa ser igual à demanda para maximizar a eficiência.
- II. A eficiência operacional é um indicador que reflete a produção real em comparação à capacidade máxima da unidade produtiva.
- III. A utilização da capacidade pode ser maior que 100% se a produção for otimizada por meio de turnos extras e horas de trabalho adicionais.

Estão corretas as afirmativas

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

15.O modelo do centro de gravidade é uma técnica utilizada na administração da produção e operações, especificamente no planejamento de localizações. Esse método leva em consideração a localização das instalações e mercados, o volume de bens e o custo de transporte.

Com base nisso, analise as afirmações abaixo:

- I. A escolha da localização no centro de gravidade sempre garante o menor custo operacional total.
- II. O centro de gravidade determina o local com o menor custo de transporte dos produtos, desconsiderando os fatores qualitativos.
- III. O método do centro de gravidade pode ser aplicado tanto a redes de mercados quanto a de instalações.

Estão corretas as afirmativas

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

16. Com base nos três tipos de arranjo físico na produção e seus sistemas correlacionados, julgue as seguintes afirmações como Verdadeiras (V) ou Falsas (F):

- () O arranjo físico por produto corresponde ao sistema de produção contínua, como linhas de montagem.
- () O arranjo físico por processo corresponde ao sistema de produção de fluxo intermitente, como a produção por lotes.
- () O arranjo físico de posição fixa corresponde ao sistema de produção em projetos.
- () O arranjo físico por produto é utilizado principalmente em projetos customizados e de pequena escala.

A sequência correta, de cima para baixo, é:

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

17. Na administração da produção, a previsão de demanda pode ser feita por diversas técnicas, uma delas é a análise de séries temporais, que usa dados históricos para prever a demanda futura.

Com base nisso, analise as afirmações abaixo:

- I. O método de séries temporais é aplicável, principalmente, em cenários de alta variabilidade e incerteza.
- II. A previsão de demanda por séries temporais utiliza dados passados para prever a demanda futura.
- III. As séries temporais são adequadas quando há padrões sazonais ou cíclicos bem definidos.

Estão corretas as afirmativas

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

18. As estratégias competitivas são fundamentais para o sucesso a longo prazo de uma organização, permitindo que ela se destaque no mercado. Segundo Porter (2004), as empresas podem adotar diferentes estratégias para se manterem competitivas e sustentarem sua posição.

Com base nesse contexto, a opção abaixo que descreve corretamente as estratégias competitivas propostas por Porter (2004) é:

- a) Obter vantagem sobre os concorrentes por meio da redução de custos operacionais sem considerar a qualidade.
- b) Identificar as barreiras de entrada no setor e evitá-las para reduzir os custos fixos.
- c) Definir uma posição no setor que permita à empresa se defender contra as cinco forças competitivas.
- d) Focar em um mercado de nicho, limitando a participação de mercado para evitar pressões competitivas.

19. O modelo das cinco forças competitivas de Porter oferece uma abordagem abrangente para a análise estrutural de indústrias, identificando os principais fatores que determinam a intensidade da concorrência e, por consequência, a rentabilidade de um setor. A aplicação prática deste modelo exige a compreensão detalhada de cada força e sua inter-relação.

Com base nisso, as afirmações abaixo que definem o conceito sobre o modelo das cinco forças são:

- I. A ameaça de novos entrantes depende exclusivamente da regulamentação governamental e do poder das grandes empresas já estabelecidas no mercado.
- II. O poder de barganha dos fornecedores é maior quando há poucos fornecedores para o insumo necessário e a empresa compradora não representa uma parte significativa da receita do fornecedor.
- III. A rivalidade entre os concorrentes existentes tende a ser mais intensa em empresas com alto crescimento, onde estas lutam por participação de mercado em um setor em expansão.
- IV. A ameaça de produtos substitutos pode ser mitigada pelo aumento de custos de mudança (*switching costs*) para os consumidores, o que os desestimula a migrar para produtos alternativos.

Estão corretas apenas as afirmativas

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

20. No contexto das três estratégias genéricas de Porter, as empresas podem optar por diferentes abordagens competitivas para garantir uma posição de destaque no mercado. Essas estratégias são formuladas com o objetivo de obter vantagens sobre os concorrentes.

Com base nesse conceito, as afirmações que estão de acordo com a teoria das estratégias genéricas proposta por Porter em *Estratégia Competitiva* (2004) são:

- I. A estratégia de diferenciação visa à criação de um produto ou um serviço com características únicas que justifiquem um preço mais alto e gerem a lealdade dos clientes
- II. A estratégia de foco pode ser dividida em duas vertentes: foco em custo e foco em diferenciação, dependendo do segmento de mercado escolhido e das vantagens competitivas perseguidas.
- III. A combinação de diferenciação e liderança em custo simultaneamente é inviável a longo prazo, pois envolve *trade-offs* que impedem a maximização dos benefícios de ambas as estratégias.

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

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

21.O Plano de Negócios configura-se como uma importante ferramenta de gestão que pode e deve ser usada por empreendedores. Trata-se de um documento que sintetiza e explora as potencialidades, bem como os riscos inerentes ao negócio.

Acerca do plano de negócios, **NÃO** é correto afirmar:

- a) Aplica-se tanto ao lançamento de novos empreendimentos quanto aos negócios já estabelecidos e maduros.
- b) Trata-se de uma ferramenta que deve ser atualizada, apenas, até o momento em que o plano de negócio foi concebido, pois é uma ferramenta de planejamento.
- c) Uma característica importante é que ele deve estar focado em indicadores de mercado, indicadores operacionais e aspectos financeiros, entre outros aspectos relevantes.
- d) Geralmente é visto como um cartão de visitas que o empreendedor deve sempre ter à disposição para apresentar a um possível financiador, sendo elaborado e revisado com cuidado e atenção.

22.Leia o fragmento abaixo:

“Normalmente, os produtos possuem um ciclo de vida, passando por quatro etapas clássicas de desenvolvimento”.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2018.

Em relação ao ciclo de vida do produto, analise as seguintes afirmativas:

- I. O lançamento é a fase em que os lucros são quase nulos e as vendas apresentam crescimento lento.
- II. Na fase de crescimento, há a necessidade de intenso investimento em propaganda para evitar que os consumidores optem por concorrentes.
- III. Na fase da maturidade, os lucros tendem a se estabilizar.
- IV. O declínio é a fase em que há grande necessidade de investimento, visando tornar a marca mais conhecida.

Estão corretas apenas as afirmativas

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

23. “O Planejamento Estratégico é um exercício de planejamento global das atividades de uma organização”.

FOINA, Paulo Rogério. **Tecnologia de informação: planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2006.

Acerca do Planejamento Estratégico de Tecnologia da Informação, é correto afirmar:

- a) Cabe à alta direção da empresa, auxiliada por sua equipe técnica, definir, com antecedência, o grau de autonomia que será possibilitado às suas filiais quanto ao tratamento e uso das informações.
- b) É na etapa de diagnóstico da situação atual da empresa que são explicitadas as políticas e restrições organizacionais que nortearão os planos de ação.
- c) O Planejamento Estratégico de Tecnologia de Informação é um desdobramento do planejamento tático da empresa, que é feito periodicamente, envolvendo todas as áreas operacionais e negociais da organização.
- d) A principal função do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação é estabelecer quando e como será feito o Planejamento Estratégico de Tecnologia da Informação.

24. Os planos táticos de tecnologia da informação estão voltados para as diversas vertentes da Tecnologia da Informação.

Relacione as colunas, no que tange aos planos táticos e suas definições.

- | | |
|---------------------------|---|
| I – Plano de Informações | () Estabelece as características técnicas e operacionais mínimas dos equipamentos a serem adquiridos e as tecnologias de coleta e distribuição de informações que serão adotadas. |
| II – Plano de Sistemas | () Estabelece níveis de conhecimento e habilidades técnicas necessários para o desempenho das funções descritas nos postos de trabalho. |
| III – Plano de Tecnologia | () Define ações básicas para implementar o fluxo de informações na empresa, bem como para identificar quais mecanismos de segurança serão adotados. |
| IV – Plano de Capacitação | () É responsável pelo detalhamento da arquitetura necessária para suportar o fluxo e o processamento das informações coletadas, além de estabelecer qual gerenciador de banco de dados será adotado. |

A sequência correta, de cima para baixo, é

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

25.O empreendedor pode ser considerado como agente econômico que possibilita produtos e serviços aos clientes, por meio do processo empreendedor.

Em relação à abordagem integrativa do processo empreendedor, é correto afirmar que

- a) o nível da intensidade empreendedora resulta em inputs para o processo empreendedor.
- b) as oportunidades disponíveis no ambiente e contexto organizacional favorável são resultados do processo empreendedor.
- c) os lucros, o crescimento econômico, a geração de valor são eventos resultantes do processo empreendedor.
- d) os novos processos e as novas tecnologias são considerados inputs do processo empreendedor.

26.A abordagem da corrente de pensamento de formulação estratégica utiliza-se de elementos para o planejamento e desenvolvimento de negócios de sucesso.

Em relação a essa abordagem, a _____ relaciona-se com a capacidade organizacional de reunir e explorar recursos a longo prazo.

As palavras que preenchem corretamente a lacuna são:

- a) estratégia de mercado versus estratégias de intersecção de mercados.
- b) estratégia de grandes líderes.
- c) estratégia de melhores produtos.
- d) estratégia de poço d'água.

27.Sobre o gerenciamento de projetos, leia o excerto:

“É a área responsável por gerenciar e monitorar os contratos, além de controlar as mudanças necessárias emitidas pela equipe”

CRUZ, Fábio. **Scrum e PMBOK: unidos no gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro, RJ: Brasport, 2013.

O excerto acima corresponde ao gerenciamento

- a) do escopo.
- b) das aquisições do projeto.
- c) da qualidade do projeto.
- d) Gerenciamento dos riscos.

28.Em relação ao ciclo de vida do projeto, leia o texto:

Este é o formato mais utilizado no gerenciamento de projeto por possuir alguns atributos como fácil aplicabilidade e entendimento. Projetos com alta complexidade normalmente fazem uso deste por permitir que a equipe faça uso das lições aprendidas e incorpore o *feedback*. A cada entrega, o projeto ganha mais um pedaço gerando as fases que não precisam ter o mesmo esforço de tempo, custos ou recursos empregados.

O ciclo de vida que corretamente corresponde ao texto é o

- a) ciclo adaptativo.
- b) ciclo de melhoria contínua.
- c) ciclo preditivo.
- d) ciclo iterativo e incremental.

29. "O conjunto de boas práticas em gestão de projetos contribuem para a obtenção de resultados positivos em projetos de todas as naturezas."

CRUZ, Fábio. **Scrum e PMBOK: unidos no gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro, RJ: Brasport, 2013.

Considerando a definição de *Scrum*, marque V, para sentenças verdadeiras, e F, para as falsas:

- () O *Scrummaster* tem como principal atribuição gerenciar o Time *Scrum*, a fim de que o Time siga o fluxo scrum sendo mais produtivo e desenvolva produtos de maior qualidade para a equipe.
- () O *Product Owner* é o único responsável pelo gerenciamento do *backlog* do produto, ou seja, garante que o Time conheça as características do produto a ser desenvolvido, buscando priorizar os itens que geram valor ao cliente.
- () O *sprint* é um período de tempo que geralmente possui de 2 a 4 semanas, podendo ultrapassar esse limite, dependendo da complexidade do projeto e da experiência da equipe.
- () O foco do *Scrum* é possibilitar, em menor tempo, a entrega do maior número possível de produtos.
- () O *Scrum* é um *framework*. Consiste no conjunto formado por times do *Scrum* que estão vinculados a papéis, eventos, artefatos e regras.

A sequência correta, de cima para baixo, é:

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

30. "O gerenciamento de projetos é a aplicação de conhecimento, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto, a fim de atender aos seus requisitos"

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos: (guia PMBOK)** 4. ed. Newtown Square: Global standard, c2008. X59 p.

Alguns pontos do gerenciamento de projetos que precisam de avaliação por parte do gerente de projetos são: (i) identificar as partes interessadas; (ii) distribuir as informações para as partes interessadas no projeto; (iii) reportar o processo de coleta e distribuição de informações aos *stakeholders* e (iv) gerenciar as expectativas das partes interessadas.

É correto afirmar que esses pontos

- a) fazem parte da área de conhecimento gerenciamento das comunicações do projeto.
- b) estão incluídos na área de conhecimento gerenciamento dos recursos humanos do projeto.
- c) são ferramentas e técnicas mais utilizadas para reportar o desempenho do projeto.
- d) são itens que constam no grupo de processos de monitoramento e controle.

31. Leia o texto a abaixo

A teoria e os conhecimentos em relação à administração de projetos possibilitam ao gestor de projetos estabelecer prioridades para alocar melhor os recursos disponíveis. Desse modo, é possível ver o contexto do gerenciamento de projeto mais amplo e vinculado ao planejamento estratégico da organização.

Em relação ao gerenciamento de projetos, de portfólio e de programa, é correto concluir que o

- a) programa é um conjunto de projetos, gerenciados individualmente, visando obter melhor coordenação e resultados.
- b) portfólio é conjunto de projetos ou programas e outros trabalhos, agrupados para facilitar o gerenciamento eficaz das atividades, a fim de atingir os objetivos estabelecidos pela cúpula da organização.
- c) escopo de um projeto muda com os objetivos estratégicos da organização.
- d) monitoramento do projeto é feito por meio do controle do desempenho e dos indicadores de valor agregado da carteira.

32. O gerenciamento da qualidade do projeto é feito por meio da aferição da qualidade do produto do projeto e da qualidade do gerenciamento do projeto.

Em relação a esse assunto, é pertinente concluir que o item considerado para avaliar a qualidade do gerenciamento do projeto é a

- a) confiabilidade dos recursos empregados para o desenvolvimento do projeto.
- b) qualidade percebida em relação ao preço do resultado do projeto.
- c) durabilidade do produto.
- d) entrega do projeto no prazo adequado ao custo predefinido.

33. O contexto de rápidas mudanças no ambiente organizacional interfere nos objetivos traçados pelas pessoas que fazem parte da organização. Os objetivos organizacionais e pessoais estão intimamente ligados e contribuem para a forma como vemos as pessoas na estrutura organizacional.

Neste sentido, os atributos dos empregados visualizados como parceiros da organização constam corretamente em:

- I. As metas estabelecidas são negociadas e compartilhadas.
- II. Os funcionários estão preocupados com normas e regras.
- III. Há preocupação constante com os resultados.
- IV. Os funcionários estão sempre em busca da validação de suas ações e atividades por parte da chefia.
- V. Os colaboradores estão vinculados à missão e visão da organização.

Estão corretas apenas as afirmativas

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

Leia o fragmento a seguir para responder às questões 34 e 35.

“A seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas algumas pessoas possam ingressar na organização: aquelas que apresentam características desejadas pela organização”

CHIAVENATO. Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2010.

34. Quanto à seleção de pessoas baseada em competências, afirma-se que

- a) o objetivo final da seleção é manter o nível adequado da força de trabalho.
- b) o objetivo primário é preencher os cargos que estão vagos na organização.
- c) o objetivo final é aumentar o capital humano da organização.
- d) o preenchimento dos cargos ocorre de forma que a força de trabalho seja plena e completa.

35. Ao definir o cargo a ser preenchido em uma situação em que ele nunca tinha sido ocupado, os selecionadores fazem um esforço maior para identificar as características pessoais do candidato. Essas características individuais quase sempre estão relacionadas a alguns aspectos.

Esses aspectos e características estão listados abaixo, **EXCETO**:

- a) Quando as tarefas a serem executadas assumem um caráter dependente de outras para iniciar ou terminar, é exigido do candidato atenção dispersa e abrangente, resistência à frustração e a conflitos.
- b) Quando a tarefa exige contato com pessoas dos diferentes níveis da organização pode-se exigir cooperação e coordenação com outras pessoas, além de liderança de pessoas e iniciativa.
- c) Quando se solicita que o cargo possua interdependência com a unidade organizacional ou com a própria organização são necessárias características ou aptidões como atenção concentrada ou aptidão para os detalhes, visão ampla e abrangente das coisas, aptidão espacial ou facilidade de lidar com símbolos ou figuras.
- d) Quando o foco está na execução da tarefa em si, são necessárias características como aptidão verbal ou facilidade de lidar com palavras e facilidade de lidar com cálculos.

36. As equipes em que os componentes são altamente treinados para desempenhar as tarefas em uma unidade de trabalho usam o consenso no processo de tomada de decisão para resolver os problemas e lidar com os clientes, tanto internos quanto externos à organização.

O tipo de equipe que melhor caracteriza o trecho acima é:

- a) autogerida.
- b) funcional cruzada.
- c) de força-tarefa.
- d) de projetos.

37.A avaliação em gestão de pessoas é amplamente utilizada pelas organizações atuais que estão imersas em um ambiente de mudança, transformação e instabilidade.

Dentre as razões pelas quais as empresas se preocupam em realizá-la está o fato de que ela (i) proporciona meios para que cada colaborador tome conhecimento do que os que estão ao seu redor pensam a seu respeito, (ii) propicia julgamentos que justifiquem o aumento de salários, promoções e, muitas vezes, demissões e (iii) permite que os colaboradores saibam quais são seus pontos fortes e pontos com fragilidades que precisam de melhoria.

É correto afirmar que o texto trata especificamente da avaliação

- a) dos resultados.
- b) dos objetivos pessoais.
- c) das competências de cada funcionário.
- d) do desempenho.

38.O método de avaliação de cargos mais utilizado do mundo é o método de avaliação por pontos, também chamado de fatores e pontos (*point rating*).

Com base nisso, avalie as sentenças abaixo:

- I. Este método possui grupos de fatores: ambientais, mentais, condições de trabalho e requisitos físicos.
- II. Os fatores de avaliação não devem ser utilizados como critérios de comparação entre os cargos.
- III. Os fatores de avaliação, necessariamente, devem ser desdobrados em graus de avaliação.
- IV. A ponderação dos fatores é feita por meio da atribuição de pesos relativos a cada fator de avaliação.

Estão corretas apenas as afirmativas

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

39.No processo de planejamento estratégico, são descritos três níveis de planejamento.

NÃO é correto afirmar, acerca deste assunto, que

- a) o planejamento estratégico deve ser elaborado de maneira integrada e coordenada ao planejamento tático e operacional.
- b) a abrangência do planejamento tático envolve cada departamento ou unidade da organização, enquanto a abrangência do planejamento operacional preocupa-se com o alcance de metas específicas.
- c) o conteúdo do planejamento estratégico é detalhado e analítico.
- d) o planejamento estratégico preocupa-se muito com o comportamento sistêmico e holístico das partes envolvidas.

40. O planejamento estratégico é um processo organizacional que requer adaptação, avaliação e necessita considerar os problemas atuais com o intuito de estabelecer metas concernentes à missão e visão organizacional.

Sobre a missão e visão organizacional, é correto afirmar:

- a) São dimensões a serem consideradas na definição do negócio: as necessidades dos clientes, as necessidades dos stakeholders e as questões éticas dos gestores.
- b) A declaração da missão organizacional é importante, pois estabelece responsabilidades para a execução do planejamento estratégico diante do processo para definir tarefas que precisam ser cumpridas.
- c) A declaração da visão organizacional é um chamado para ação, com características genéricas e parte do pressuposto de que toda a organização cumprirá a missão organizacional.
- d) A visão organizacional deve contemplar: o papel da organização na sociedade, a natureza do negócio da organização e o valor que a organização constrói para seus stakeholders.

FOLHA DE RASCUNHO

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20