



# AVALIAÇÃO UNIFICADA

## CADERNO DE QUESTÕES

### INSTRUÇÕES

- Você está recebendo o CADERNO DE QUESTÕES e a FOLHA DE RESPOSTA.
- Para cada questão há somente uma alternativa correta. Assinale na folha de respostas a alternativa que julgar correta.
- Não é permitido nenhum tipo de consulta, incluindo Calculadoras e Códigos Jurídicos.
- O gabarito não será substituído.
- Tempo mínimo para entrega da prova: 40 minutos.
- Término da avaliação: 21:00 horas.

Nome:

CURSO/PERÍODO

ADMINISTRAÇÃO - 5º PERÍODO - DATA: 17/04/2023

**GABARITO RASCUNHO**

01	A	B	C	D
02	A	B	C	D
03	A	B	C	D
04	A	B	C	D
05	A	B	C	D
06	A	B	C	D
07	A	B	C	D
08	A	B	C	D
09	A	B	C	D
10	A	B	C	D
11	A	B	C	D
12	A	B	C	D
13	A	B	C	D
14	A	B	C	D
15	A	B	C	D
16	A	B	C	D
17	A	B	C	D
18	A	B	C	D
19	A	B	C	D
20	A	B	C	D
21	A	B	C	D
22	A	B	C	D
23	A	B	C	D

**DISCIPLINA: GERENCIAMENTO DE SERVIÇOS EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**  
**PROFª TERZIANE**

**QUESTÃO 01**

Analise as assertivas abaixo, assinale Verdadeiro ou Falso e escolha a alternativa correta.

I. ( ) Um banco de dados é uma coleção organizada de informações - ou dados - estruturadas, normalmente armazenadas eletronicamente em um sistema de computador. Um banco de dados é geralmente controlado por um sistema de gerenciamento de banco de dados.

II. ( ) Banco de dados é um conjunto de dados. No qual, se relacionam de uma maneira que criem algum sentido. Ou seja, é uma estrutura que possui uma certa organização de dados, permitindo a extração de informações.

III. ( ) Informação é a reunião ou o conjunto de dados e conhecimentos organizados, que possam constituir referências sobre um determinado acontecimento, fato ou fenômeno.

IV. ( ) Os sistemas de informação coletam os dados do dia-a-dia da organização, processam e transformam em informações importantes e úteis para a empresa, que dão suporte para os administradores se posicionarem diante de situações inesperadas e novas oportunidades.

a) F, V, V, V    b) V, F, F, V    c) V, V, V, V    d) F, V, V, F

**QUESTÃO 02**

Com o avanço da tecnologia, a era da cultura de dados se consolidou e veio para melhorar as nossas experiências no mundo digital enquanto usuários e consumidores, mas também levanta debates importantes sobre cibersegurança, criando até novas leis.

Assinale a alternativa correta.

a) LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – nº 13.706).

b) LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – nº 13.709).

c) LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – nº 13.896).

d) LGPD (Lei Geral de Proteção de Informações Pessoais – nº 13.709).

**QUESTÃO 03**

A inteligência artificial (IA) possibilita que máquinas aprendam com experiências, se ajustem a novas entradas de dados e performem tarefas como seres humanos. A tecnologia ainda pode ser vista em redes sociais e alguns recursos dos celulares, como corretor automático e Face ID. Selecione outros recursos considerados como inteligência artificial, exceto:

a) corretor automático dos celulares    b) Aplicativos básicos    c) Gmail e Quillbot    d) Siri, Alexa, Spotify e Netflix

**QUESTÃO 04**

I. <b>Face ID</b>	( ) Inteligência artificial também está presente em redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram e TikTok. Uma das suas principais funções é organizar a exibição dos posts do feed por relevância, conforme o tipo de publicação que mais agrada o usuário. A análise das preferências é feita por algoritmos, com base em interações prévias com conteúdo semelhantes.
II. <b>Redes sociais</b>	( ) Outro uso comum da inteligência artificial no dia a dia é com o recurso de biometria facial, que possibilita o desbloqueio de smartphones ao identificar o rosto do dono do aparelho. Essa tecnologia aplica redes neurais para reduzir a margem de erro do software de reconhecimento facial e, assim, garantir a segurança das informações do celular e a privacidade do usuário.
III. <b>Corretor automático</b>	( ) Assistentes de voz como Siri, Alexa e Google Assistente utilizam processamento de linguagem natural e geradores conduzidos por inteligência artificial para interagir com os usuários. Graças à IA, elas conseguem obedecer comandos, o que inclui responder perguntas sobre o clima, fornecer os melhores caminhos no trânsito de um determinado lugar e tocar músicas ou podcasts. Também é possível acionar outros dispositivos de casa inteligente.
IV. <b>Assistentes de voz</b>	( ) O corretor automático dos celulares utiliza inteligência artificial para identificar erros e indicar a grafia correta das palavras. Graças ao algoritmo de aprendizado de máquina, a ferramenta também é capaz de prever, com base no contexto da mensagem, as palavras que o usuário deseja escrever e fazer sugestões precisas. O recurso ainda detecta idiomas automaticamente e corrige os erros de ortografia enquanto o termo está sendo digitado.

Assinale a alternativa correta:

a) II, I, IV, III    b) I, II, IV, III    c) I, III, IV, II    d) IV, I, II, III

**DISCIPLINA: GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS**  
**PROFª JUSCENI**

**QUESTÃO 05**

Uma das perspectivas de desempenho do BSC (Balanced Scorecard) diz respeito à orientação ao aperfeiçoamento de processos críticos através da qual as organizações buscam a excelência, a partir de indicadores como a qualidade de serviços, medidas de garantia e índices de produtividade, entre outros. Que perspectiva é a descrita?

- a) Perspectiva dos Processos Internos.
- b) Perspectiva dos Clientes.
- c) Perspectiva de Aprendizado e Crescimento.
- d) Perspectiva da Excelência.

**QUESTÃO 06**

O planejamento estratégico é ferramenta necessária e indispensável a uma organização a fim de prevenir as incertezas por meio de técnicas e de processos administrativos que permitem o planejamento do seu futuro, a elaboração de objetivos, estratégias, métodos e ações. Analise as afirmativas abaixo.

I- O planejamento estratégico significa o ponto de partida na administração estratégica das organizações, independentemente de seu tamanho e tipo.

II- A partir do processo de planejamento estratégico, a organização identificará as oportunidades e as ameaças em um mercado globalizado e competitivo como o atual.

III- O planejamento estratégico está relacionado ao alto nível da organização, é ele que estabelece a melhor direção a ser seguida.

IV- O principal auxílio para a alta administração é o planejamento estratégico que orienta as decisões tomadas sem levar em conta a alta margem de erro do planejamento.

Estão corretas as afirmativas

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

**QUESTÃO 07**

Considerando que o ambiente externo está em constante mutação, oferecendo oportunidades e ameaças, a estratégia é algo extremamente dinâmico, constituindo um processo de constantes mudanças, adaptações e reformulações, com o objetivo de levar a empresa em frente, em uma situação favorável. Nesse contexto, marque a alternativa INCORRETA.

- a) A visão da empresa, seus valores, a análise interna e externa são componentes do seu diagnóstico estratégico.
- b) O ambiente oferece à empresa oportunidades que deverão ser usufruídas e ameaças que deverão ser evitadas.
- c) O diagnóstico estratégico deve levar em consideração o ambiente e suas variáveis relevantes no qual está inserida a empresa.
- d) O diagnóstico estratégico deve ter enfoque no momento atual, desconsiderando possíveis desafios ou momentos futuros. Somente assim será possível a construção da dimensão crítica para o sucesso da empresa analisada.

**QUESTÃO 08**

O subsecretário de obras do Estado de Minas Gerais solicitou ao administrador que fizesse uma análise do transporte público rodoviário utilizando a matriz SWOT ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Ele constatou que, devido às mudanças promovidas nas linhas de ônibus, houve um aumento no número de reclamações dos usuários registradas no Portal 1746. Essas reclamações representam para a Secretaria uma:

- a) oportunidade de mudanças
- b) força do usuário
- c) fraqueza da Secretaria
- d) ameaça às mudanças

**QUESTÃO 09**

Um administrador de uma incubadora de empresas da universidade precisa ajudar uma empresa incubada a se diferenciar no mercado. Para isso, ele sugere a utilização da estratégia do oceano azul. Isso significa que a estratégia

- a) deve ser pautada na superação dos concorrentes e na diferenciação do produto no mercado.

- b) não deve ser pautada na superação dos concorrentes e, sim, em mercados inexplorados.
- c) não deve ser pautada na superação dos concorrentes e, sim, na diferenciação do produto ou serviço frente a concorrência.
- d) deve ser pautada na superação dos concorrentes e na tentativa de abocanhar uma maior fatia do mercado.

**DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO**  
**PROF<sup>o</sup> WILLYAN**

**QUESTÃO 10**

(IADES - 2013 - EBSERH - Assistente Administrativo) Sobre o conceito de produtividade, assinale a alternativa correta.

- a) Refere-se à quantidade de horas trabalhadas. Quanto mais horas por dia de trabalho, maior será a produtividade do trabalhador.
- b) Expressa a relação entre a produção obtida e os fatores de produção empregados.
- c) Significa a produção de bens ou a prestação de serviços de excelente qualidade, sem falhas.
- d) O aumento da produtividade depende, exclusivamente, da incorporação de tecnologia ao processo produtivo.

**QUESTÃO 11**

(FGV - 2021 - FUNSAÚDE - CE - Engenheiro de Produção) Um determinado sistema de produção caracteriza-se por um fluxo em linha de alta eficiência e inflexibilidade, que funciona por um período longo, apresentando alto volume de produção e variedade de produtos muito baixa. Conceitualmente, pode-se denominar este sistema como sendo de produção

Alternativas

- a) cruzada.
- b) contínua.
- c) intermitente.
- d) customizada.

**QUESTÃO 12**

Slack, Chambers e Jhonston traz em seu livro “Administração de Produção e Operações” o conceito da teoria das gangorras, em que corrobora acerca do trade-off entre critérios estratégicos. Assinale a alternativa que não apresenta um trade-off:

- a) volume x variedade.
- b) custo x qualidade.
- c) preço x desempenho.
- d) variedade x visibilidade

**QUESTÃO 13**

O processo produtivo engloba os processos de entrada, transformação e saída, sendo estes frutos de relações encadeadas em uma cadeia de suprimentos, desde o ponto de origem até o ponto final de consumo, se retroalimentando em um fluxo reverso na gestão de cadeia de suprimentos verde. Acerca de tais considerações avalie a consideração incorreta.

- a) input, processos de entrada de um processo produtivo, exemplo, os 4 M's da produção (mão de obra, máquina, matéria-prima e mercado).
- b) throughput, processo de transformação de um produto em outro com maior valor agregado.
- c) output, saída do processo produtivo, resultado do esforço, ou seja, produto final.
- d) feedback, retroalimentação de informações com o intuito de manter o equilíbrio na cadeia de suprimentos.

**QUESTÃO 14**

Os sistemas produtivos são classificados com o objetivo de facilitar a compreensão das características inerentes a cada sistema de produção e sua relação com a complexidade de gestão. Segundo o fluxo do produto, os sistemas de produção são classificados em: sistema de produção contínua; sistema de produção intermitente (por lotes ou por encomenda) e; sistema de produção para grandes projetos. Com relação ao sistema de produção contínua verifica-se que:

- a) Os produtos são padronizados e fluem de um posto de trabalho a outro em sequência prevista, sendo esse sistema marcado pela alta eficiência e acentuada inflexibilidade do mix de produtos.
- b) Os produtos passam por uma sequência de tarefas, geralmente de longa duração, marcadas por pouca repetitividade e alta flexibilidade, o que exige planejamento e controle elaborados.

- c) O volume de produção é muito baixo e os clientes, geralmente, apresentam seus próprios projetos de produto, devendo a empresa fabricá-lo segundo essas especificações.
- d) Os produtos são customizados, sendo o período de tempo longo para executar a produção, com baixo volume de produção e alta variedade de produto.

**DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA**  
**PROF<sup>a</sup> BÁCIMA SIMÃO**

**QUESTÃO 15**

Pedro, formado em administração, especialista na área mercadológica, foi contratado para ser gerente de Marketing de uma empresa do setor têxtil. No seu primeiro dia de trabalho, iniciou seu trabalho analisando as demandas pelos produtos da empresa. Como conhecedor da área, sabe que existem oito tipos de demandas e para cada demanda uma estratégia diferente. Com intuito de estimular e gerenciar as demandas para atender aos objetivos da organização, Pedro identificou a demanda relacionada à alternativa correta abaixo.

- a) Caracteriza-se demanda excessiva quando há mais consumidores interessados em comprar os produtos do que produtos disponíveis.
- b) Demanda em declínio é caracterizada por sua diminuição em relação à sazonalidade.
- c) Na demanda indesejada, o volume de consumidores é maior do que a empresa pode ou deseja atender.
- d) Quando o número de consumidores é maior do que os produtos oferecidos, estamos tratando da demanda plena.

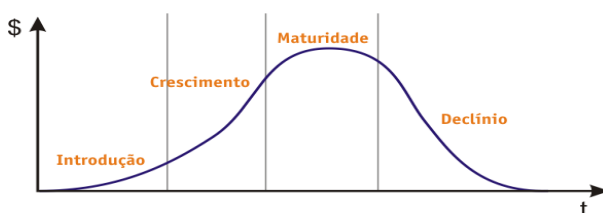
**QUESTÃO 16**

Kotler (2015) alega, em seus conceitos de Administração Mercadológica, que o cliente, e não o produto, deve ser a prioridade de uma organização na dinâmica do mercado. Neste sentido, assinale a resposta correta:

- a) A finalidade de uma empresa, não é satisfazer o cliente, mas criar meios de gerar valor econômico.
- b) Com o consumidor tendo mais voz no mercado, passa a ser o centro das atenções. Vendas passam a ser uma consequência positiva da satisfação do cliente, que também tem o poder de influenciar outros consumidores.
- c) A principal finalidade de uma empresa continua sendo vender. As empresas que conseguem controlar tendências e padrões de consumo exercem poder sobre o comportamento dos consumidores.
- d) Apesar das marcas focarem mais nas individualidades de seus clientes e em oferecer um melhor serviço ao consumidor, o preço ainda é o principal fator para uma empresa manter a lealdade de seus clientes.

**QUESTÃO 17**

José Couto é responsável pelo setor de Marketing da empresa Fort&Cia. Como bom aluno, José aprendeu na faculdade de Administração sobre a importância da área de mercadológica. Desta forma, tem ciência que o ciclo de vida do produto (representado no gráfico abaixo) no marketing é um processo que define e classifica qual é o contexto do produto no mercado desde o seu lançamento até a sua decadência. Essa ferramenta pode ser essencial para o sucesso do produto, porque possibilita visualizar problemas e ajuda na elaboração de estratégias mercadológicas. À medida que um produto evolui em seu ciclo de vida, passando da etapa de introdução para a de crescimento, as estratégias de marketing utilizadas por empresas tendem a ser modificadas. Quando um produto alcança a etapa de crescimento em seu ciclo de vida, a estratégia de marketing adotada pela empresa deverá ser a seguinte:



- a) Baixar o preço do produto em função de sua falta de diferenciação em relação à concorrência.

- b) Focar um nicho de mercado que seja fiel ao produto, mesmo havendo produtos concorrentes e substitutos mais novos.
- c) Aumentar sua cobertura de distribuição e adotar novos canais.
- d) Cortar custos tanto com pesquisa e desenvolvimento quanto com investimentos em produção e equipamentos.

### QUESTÃO 18

O marketing digital pressupõe o uso de tecnologias da informação e processos de comunicação que potencializem a relação da empresa com os seus consumidores. O uso dessas tecnologias e processos provocou mudanças importantes nos instrumentos de marketing. Estas mudanças afetam

- I) o perfil do consumidor, que passou a se engajar em causas sociais e ambientais — o que se está chamando de consumo sustentável — necessitando cada vez mais de ações de inovação como instrumento de marketing.
- II) a forma de compra com a oferta nas lojas virtuais, pela internet, que trabalham de forma constante com estratégias promocionais.
- III) o perfil do consumidor, que passou a ter um maior poder pela via da conexão por meio da participação e comunicação, criando uma relação com o mercado pelas mídias sociais, dando às pessoas a sensação de pertencimento a determinadas comunidades.
- IV) os planos de marketing e as pesquisas de mercado, que se tornaram instrumentos sem efeito, uma vez que as estratégias estão diretamente ligadas ao consumidor e a suas redes sociais.

Está (Estão) correto(s) o(s) item(itens)

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

### QUESTÃO 19

O composto mercadológico, formado por marketing, marketing mix ou simplesmente 4Ps (quatro pés: produto, preço, praça e promoção), foi formulado primeiramente por Jerome McCarthy em seu livro 'Basic Marketing' (1960) e trata do conjunto de pontos de interesse para os quais as organizações devem estar atentas se desejam perseguir seus objetivos de marketing no mercado-alvo. Relacione os componentes do composto de marketing, apresentados na coluna I às suas respectivas variáveis entre as indicadas na coluna II.

Coluna I

I) Produto II) Preço III) Promoção IV) Praça

Coluna II

M) Transporte, Cobertura, Variedades N) Publicidade, Relações Públicas, Força de vendas O) Variedade, Qualidade, Garantias P) Prazo, Descontos, Concessões

Está CORRETA a seguinte associação:

- a) I - O, II - P, III - M, IV - N
- b) I - M, II - N, III - O, IV - P
- c) I - M, II - P, III - N, IV - O
- d) I - O, II - P, III - N, IV - M

**DISCIPLINA: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**  
**TUTORA: PROF<sup>ª</sup> BÁCIMA**

### QUESTÃO 20

O comportamento do consumidor representa o estudo de indivíduos e as atividades que ocorrem para satisfazer suas necessidades realizadas. Essa satisfação vem dos processos usados na seleção e uso de produtos ou serviços quando os benefícios recebidos por esses processos atendem ou excedem as expectativas dos consumidores. O comportamento do consumidor pode ensinar empresas de todos os portes sobre os padrões de consumo de seus consumidores, bem como as influências internas e externas que afetam os consumidores (LIMEIRA, 2008). Desta forma, torna-se necessário à empresa pensar no comportamento do consumidor como o processo que determina o porquê, o quê, quem, quando e como que o consumidor compra. Entre as alternativas abaixo e identifique a incorreta.

- a) Os consumidores fazem compras por vários motivos: reforçar autoconceitos; manter seu estilo de vida; tornar-se parte de um grupo ou obter aceitação em um grupo ao qual eles já pertencem; para expressar sua identidade cultural.
- b) Cada consumidor é influenciado internamente por suas próprias atitudes, personalidade, percepções, autoconceitos e emoções. Deve lidar também com influências externas, como estrutura familiar, associação de grupo e crenças culturais.
- c) Os consumidores compram de empresas que atendem às suas necessidades psicológicas, fazendo com que se sintam bem-vindos, compreendidos, importantes e confortáveis.
- d) Os consumidores compram com base em seus padrões de consumo, que não são determinados por seus grupos de influências (família, amigos entre outros).

### QUESTÃO 21

O comportamento do consumidor é o estudo de como e por que as pessoas consomem produtos e serviços. Todo comportamento pode ser amplamente atribuído a três influências clássicas, exceto:

- a) as características particulares do indivíduo.
- b) o ambiente que o cerca.
- c) os apelos racionais.
- d) a genética herdada que constitui a composição biológica do indivíduo.

**DISCIPLINA: DIVERSIDADE ÉTNICO RACIAL, GÊNERO E DIREITOS HUMANOS**  
**TUTORA: PROF<sup>a</sup> LUCI**

### QUESTÃO 22

Nas últimas décadas, uma acentuada feminização no mundo do trabalho vem ocorrendo. Se a participação masculina pouco cresceu no período pós-1970, a intensificação da inserção das mulheres foi o traço marcante. Entretanto, essa presença feminina se dá mais no espaço dos empregos precários, onde a exploração, em grande medida, se encontra mais acentuada. NOGUEIRA, C. W. **As trabalhadoras do telemarketing: uma nova divisão sexual do trabalho?** In ANTUNES, R, *et al.* Infoproletários degradação real do trabalho virtual. São Paulo. Bomtempo, 2009. Adaptação Banca: INEP Órgão: ENEM Prova: INEP - 2020

A transformação descrita no texto tem sido insuficiente para o estabelecimento de uma condição de igualdade de oportunidade em virtude da(s)

- a) estagnação de direitos adquiridos e do anacronismo da legislação vigente.
- b) manutenção do status quo gerencial e dos padrões de socialização familiar.
- c) desestruturação da herança patriarcal e das mudanças do perfil ocupacional.
- d) disputas na composição sindical e da presença na esfera político-partidária.

### QUESTÃO 23

O racismo é compreendido como uma forma de discriminação que tem a raça em seu fundamento, por meio de práticas conscientes ou não, culminando em desvantagens e determinados privilégios, dependendo do grupo racial ao qual pertencem. O conceito de raça não é estático e depende das relações dos grupos sociais. No Brasil, as desigualdades se apresentam de diversificadas formas, e, no que diz respeito ao preconceito racial, diversos debates são suscitados no sentido de combater o racismo.

Pode-se afirmar que a questão racial está imbricada com a questão

- a) da política                      b) de classe                      c) da solidariedade                      d) da economia