

Atividade de Fixação - 1

Ambiente de Marketing

Prof.º Denilton Macário de Paula

- 1) O _____ de uma empresa consiste em seus fornecedores, intermediários de marketing, clientes, concorrentes e públicos.
 - a) macroambiente
 - b) microambiente
 - c) ambiente de negócios
 - d) ambiente de marketing
- 2) _____ incluem revendedores, prestadores de serviços de marketing, empresas de serviços financeiros que ajudam uma empresa a promover e vender suas ofertas a seus clientes finais.
 - a) Agências de publicidade
 - b) Fornecedores
 - c) Fornecedores de business intelligence
 - d) Intermediários de marketing
- 3) Bancos, seguradoras e financeiras que ajudam nas transações financeiras são chamados de _____.
 - a) intermediários financeiros
 - b) agências de serviços de marketing
 - c) empresas de distribuição física
 - d) posicionamento
- 4) Financeiras, mídia, governo e ações de cidadania são tipos de _____.
 - a) autoridades de taxação
 - b) departamentos legais
 - c) públicos
 - d) elementos do mix de marketing
- 5) Baby-boomers, Geração X e Geração Y (Echo-boomers) são os três maiores grupos de geração nos Estados Unidos.
 - a) verdadeiro
 - b) falso
- 6) A geração dos baby-boomers nasceu no período _____.
 - a) 1960-1971
 - b) 1946-1964
 - c) Década de 1980
 - d) 1920-1929
- 7) Quais elementos a seguir se incluem nas principais forças que afetam o macroambiente de uma empresa?
 - a) mix de marketing, posicionamento, preço
 - b) cultural, político/legal, econômico
 - c) orientação de marketing, estabelecimento de metas, cultural
 - d) baby-boomers, salários mínimos, produto/serviço
- 8) Os países que consomem a maior parte de seus produtos agrícolas e industriais são chamados de economias de subsistência.
 - a) verdadeiro
 - b) falso
- 9) A mentalidade de “fazer compras até cair” da década de 1990 foi substituída por uma abordagem mais de _____.
 - a) “economize o que puder”
 - b) “o valor é fundamental”
 - c) “não faça mais compras”
 - d) “mantenha a ostentação”
- 10) Os profissionais de marketing estão monitorando três tendências no ambiente natural. Essas tendências são _____, _____ e _____.
 - a) escassez de matérias-primas; mais regulamentação; maior defesa do consumidor
 - b) o movimento verde; escassez de matérias-primas; mais poluição
 - c) mais poluição; maior intervenção do governo; escassez de matérias-primas
 - d) maior defesa do consumidor; aumento da população; maiores expectativas éticas

- 11) Engel (Lei de Engel) observou há mais de um século que as pessoas mudavam o nível de gasto à medida que sua renda aumentava.
- verdadeiro
 - falso
- 12) A regulamentação pode intensificar a concorrência e assegurar amplos mercados para bens e serviços. Desta forma, os governos desenvolvem políticas públicas para direcionar o comércio.
- verdadeiro
 - falso
- 13) Para exercitar a sua responsabilidade social corporativa e desenvolver uma imagem mais positiva, as empresas atualmente se ligam a causas válidas. Isso é chamado de _____.
- mix de marketing
 - orientação de marketing
 - marketing de causas sociais
 - Lei de Engel
- 14) Qual item a seguir não é uma das razões pelas quais as leis dos negócios são decretadas?
- para proteger as empresas umas das outras
 - para proteger as empresas dos consumidores
 - para proteger os consumidores de práticas de negócios desleais
 - para proteger os interesses da sociedade
- 15) A Yankelovich identifica segmentos de consumidores cujas compras são motivadas pelas visões que as pessoas têm de si mesmas. Dois exemplos disso são _____ e _____.
- Geração M; Geração N
 - Novos Ninhos; Adeptos do Faça Você Mesmo
 - Adeptos do Faça Você Mesmo; Aventureiros
 - mix de marketing; posicionamento
- 16) Uma preferência renovada pelas coisas naturais criou o mercado de “estilo de vida de saúde e serviços”.
- verdadeiro
 - falso
- 17) Recentemente, os observadores têm notado uma mudança de uma “sociedade do eu” a uma “sociedade do nós”.
- verdadeiro
 - falso
- 18) Uma mulher que tem um carro híbrido, recicla seu lixo e compra produtos orgânicos está expressando sua orientação para _____.
- o custo
 - as organizações sem fins lucrativos
 - os outros
 - a natureza
- 19) Uma empresa tem várias opções referentes a seu ambiente de marketing. Uma empresa forte assume uma abordagem _____.
- proativa
 - reativa
 - honestas
 - pacífica
- 20) O macroambiente de uma empresa consiste em todos os elementos a seguir exceto _____.
- forças demográficas
 - forças econômicas
 - forças competitivas
 - forças tecnológicas