Técnico em Vendas

Merchandising no PDV

PROFESSOR: FERNANDO GALVÃO

CONTEÚDO: COMENTÁRIOS SOBRE AVALIAÇÃO

DATA: 06.12.2018

COMENTÁRIOS SOBRE AVALIAÇÃO

1. No ambiente de negócios o contexto está cada vez mais acirrado: com maior variedade de produtos e serviços disponíveis e grande quantidade de informações do consumidor. Explique como se aplicam essas duas dimensões ao marketing.

R => A aplicação do marketing no que diz respeito a variedade de produtos está na busca pela diferenciação, por atrair atenção mesmo diante de grande variedade de concorrentes. No que se refere à grande quantidade de informações do consumidor é que se torna mais desafiador para a empresa reter clientes cada vez mais exigentes, em relação à marcas e qualidade;

2. Por que se mostra estratégico a aplicação do marketing em grandes eventos e a lugares? Explique.

R => Associar a marca de produtos a eventos de grande visibilidade é uma estratégia muito usada aproveitando a audiência do evento para apresentar a marca, mostrá-la relevante. Em relação a lugares o foco principal é tornar o marketing uma alavanca para desenvolvimento local;

3. Explique os Ps: **praça** e **produto** no contexto de uma empresa para seu desenvolvimento. Cite dois exemplos.

R => No produto tem o design, embalagem, qualidade, estão entre os atributos. Relacionado a Praça, tem haver com a logística de pedido e entrega, localização da atuação.

4. Explique como "a customização" e a globalização estão influenciando as aplicações do marketing nos dias de hoje.

R => Customização está relacionada a capacidade de produzir peças diferenciadas e exclusiva fortalecendo laços com cliente. A globalização em questão está ligada aos avanços tecnológicos nas comunicações e logística ampliando a escala de produção dos players;

5. Sabendo que existem diferentes tipos de demanda explique a ocorrência de demanda excessiva e demanda em declínio e cite um exemplo para uma.

R => Demanda excessiva ocorre quando mais compradores que vendedores tal fato pode causa situações frustrantes de clientes que não encontraram produtos em estoque. Já a demanda em declínio a uma queda no número de compradores, estoques não utilizados queda nos preços;

6. Faz parte do ambiente de tarefa no marketing:

a) Questões demográficas;
b) Ambiente econômico;
c) Ambiente tecnológico;
d) Ambiente sociocultural;
e) Sindicatos;

E

7. Quando os consumidores não gostam do produto e até pagam pra não consumi-lo:

a) Demanda inexistente;
b) Demanda plena;
c) Demanda irregular;
d) Demanda negativa;
e) Demanda excessiva;

D

8. As questões consideradas no ambiente econômico:

a) Clima político;
b) Cenário ideológico;
c) Contexto das leis;
d) Inflação;
e) Estabilidade institucional;

D

9. O que é levado em conta no ambiente social, exceto:

a) Condição socioeconômica;
b) Tradições culturais;
c) Nível de poluição;
d) Opinião pública;
e) Violência e respeito humano;

C

10. São ações do merchandising exceto:

a) Embalagem;
b) Gestão financeira;
c) Designer do produto;
d) Faixada da loja;
e) Layout da loja;

B