



TÉCNICO EM
COOPERATIVISMO

Elaboração e Análise de Projetos



EDUCAÇÃO
Secretaria de Estado
da Educação / SEDUC



PROFESSORA: IÚNA CARMO
CONTEÚDO: QUESTIONÁRIO
(RESOLUÇÃO DA ATIVIDADE
COMPLEMENTAR)
DATA: 12.06.2019

QUESTIONÁRIO (ATIVIDADE COMPLEMENTAR)

1^a). O que é Mercado?

2^a). Quem são os potenciais clientes?

3^a) A definição de mercado começa com um estudo que há de seguir seis passos. Quais são esses passos?

4^a). Sabe-se que as informações coletadas virão até nós na forma de dados primários e secundários. Como obter os dados primários e secundários?

- 1^a). - Área para qual convergem a oferta e a procura com o fim de estabelecer um preço único, composta por clientes potenciais que partilham de uma mesma necessidade ou desejo e possuem condições para participar de um processo de troca, para satisfazer aquela necessidade ou desejo;
- Síntese de tudo aquilo que não se pode controlar, enquanto a empresa é a síntese de tudo o que se pode controlar.
- 2^a). Indivíduos ou organizações que têm necessidades não atendidas, mas possuem recursos financeiros.

3^a). Perguntar; Determinar; Coletar dados; Analisar os dados; Verificar os dados; Avaliar.

4^a). Os **dados primários** devem ser obtidos em primeira mão através de questionários de amostragem relacionados com a nossa proposta específica; os **dados secundários** já se encontram em informações publicadas em livros, jornais, revistas, internet, etc.

5ª). Marque a alternativa correta. Quanto aos hábitos de compra dos consumidores, pode-se identificar os produtos como:

- (a) Bens de emergência; Bens de compra comparada; Bens especiais e Bens não procurados.
- (b) Bens não duráveis; Bens duráveis e Serviço.
- (c) Produto básico; Produto tangível e Produto ampliado.
- (d) Matérias-primas; Instalações; Equipamentos acessórios; Partes e materiais componentes e Suprimentos e serviços.
- (e) Nenhuma das alternativas estão corretas.

6ª). Marque a alternativa correta. Sobre Marketing:

- (a) Qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para aquisição, atenção, utilização ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade. Isto inclui objetos físicos, serviços, pessoas, lugares, organizações e ideias.
- (b) É quanto um cliente está disposto a pagar por um produto; diretamente ligado a quanto o consumidor acha que o seu produto custa.
- (c) Refere-se à acessibilidade do seu produto aos consumidores; local onde se vende o produto ou serviço (pode ser espaço físico ou virtual).
- (d) Compreender as necessidades, percepções, motivações e atitudes dos consumidores em potencial.
- (e) Termo utilizado para o estudo dos mecanismos que orientam as relações de troca de produtos, serviços ou ideias, considerando os benefícios de quem vende e também a satisfação de quem adquire.

7ª). Marque a alternativa correta, que diz respeito ao seguinte conceito: “Busca compreender as necessidades, percepções, motivações e atitudes dos consumidores em potencial. Descrever o mercado projetado a partir do ponto de vista estatístico não é o suficiente. Se a cooperativa quiser ser eficaz precisa saber como pensam e vivem os clientes. A aprendizagem de suas necessidades, percepções, motivações e atitudes parte dos dados primários”.

- (a) Motivação
- (b) Necessidade
- (c) Promoção** 
- (d) Percepções
- (e) Atitudes

8ª). Nas cooperativas, existe um aspecto adicional a considerar em relação aos preços: os clientes são também os donos do negócio e querem, basicamente, nas relações, negociar, com sua cooperativa. O que os clientes negociam? Marque a alternativa correta.

- (a) Vender seus produtos pelo maior preço possível.
- (b) Comprar pelo menor preço possível.
- (c) Manter a cooperativa sempre saudável financeiramente.
- (d) O local de venda dos produtos.
- (e) As alternativas a, b, c, estão corretas.

9ª). Na identificação de Produtos, marque a alternativa correta em relação ao nível de um produto.

- (a) Produto básico
- (b) Produto tangível
- (c) Produto ampliável
- (d) Suprimentos e serviços
- (e) As alternativas corretas são: a, b, c.



10ª). Quais os aspectos que dizem respeito à avaliação de políticas setoriais, aos incentivos específicos sobre as micro, pequenas e médias empresas e à observância de leis que regem o setor? Marque a alternativa correta.

- (a) Aspectos legais e políticos
- (b) Aspectos tecnológicos
- (c) Aspectos culturais
- (d) Aspectos fisiológicos
- (e) Aspecto por idade



11ª). Na conclusão do projeto, o produto é apresentado e as atividades administrativas são encerradas. Um novo ciclo de vida pode ter início. De um modo geral, podemos distinguir quatro etapas principais a serem desenvolvida em ordem. Marque a alternativa correta.

- (a) Montagem e execução (execução), anteprojeto (preparação), projeto final ou definitivo (estruturação) e funcionamento normal.
- (b) Projeto final ou definitivo (estruturação), anteprojeto (preparação), montagem e execução (execução) e funcionamento normal.
- (c) Anteprojeto (preparação), projeto final ou definitivo (estruturação), montagem e execução (execução) e funcionamento normal (conclusão).
- (d) Anteprojeto (preparação), montagem e execução (execução), projeto final ou definitivo (estruturação) e funcionamento normal.
- (e) Nenhuma das alternativas.

12ª). Antes de escolher a ideia que pode se traduzir em uma oportunidade de negócio, é preciso executar uma série de etapas preliminares para garantir que, na medida do possível, o projeto seja bem sucedido. Neste sentido, é importante: (marque a alternativa errada).

- (a) Recolher todas as informações úteis e interessantes sobre o tipo de negócio e produto que se pretende implementar.
- (b) Estabelecer implicitamente se o que foi feito, satisfez nossos negócios.
- (c) Verificar se é uma ideia existente ou que tenha sido utilizada por outras empresas, ou se existem empresas que estão considerando a sua implementação.
- (d) Testar possíveis defeitos e dificuldades que podem surgir quanto a sua aplicação.
- (e) Todas as alternativas estão erradas.

13ª) Em um roteiro de plano de negócios, os seguintes itens, com sua respectiva definição, são informações necessárias ao projeto: (marque a alternativa correta).

- (a) Elementos de diferenciação (diferenciais do produto, qualidade, preços, distribuição, etc.).
- (b) Mercado potencial (descrição do produto, tecnologia utilizada, etc.).
- (c) Projeção de vendas (explicar como devem acontecer os volumes de vendas, de forma qualitativa e quantitativa).
- (d) Quem são os interessados/responsáveis pela implementação (qualificação, formação, experiências profissionais, etc.).
- (e) As alternativas: a, c, d estão corretas.