



**ACESSO AO ENSINO SUPERIOR PARA MAIORES DE 23 ANOS**

**Ano lectivo: 2013 / 2014**

**Data: 12 de Junho de 2013 – Duração: 2h00m**

**LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ANTES DE INICIAR A PROVA**

- Inscreva o seu nome e número de documento de identificação **apenas no local destinado a esse efeito**, sob pena da prova ser desclassificada.
- **As folhas de resposta e de rascunho são entregues no início da prova.** Caso necessite de usar mais do que um destes elementos, deverá solicitá-lo aos membros do júri, presentes na sala.
- Poderá socorrer-se de lápis e borracha nos seus rascunhos.
- **Use apenas esferográfica de cor azul ou preta** nas suas respostas.
- **Não use corretor** de nenhum tipo nas suas respostas.
- **Identifique claramente as suas respostas** e deixe **três linhas de intervalo** entre cada resposta.
- Tenha em atenção a sua **caligrafia**.
- **Reveja as suas respostas antes de entregar a prova.**

**Responda a todas as questões incluídas na SECÇÃO I da prova.**

**Secção I**

**1. Leia atentamente o seguinte texto.**

**“Como captar €2 mil milhões em cada 5 anos**

Portugal tem de ser muito mais eficaz na forma de captar investimento alemão, de forma a conseguir atrair novas fábricas, adverte a consultora Roland Berger. Para tal, aconselha a metodologia do "fato à medida", que implica o contacto direto com cada potencial investidor, com soluções para as suas necessidades (o designado one-to-one) que deve ser testada em projetos-piloto sectoriais. Esta é a nova estratégia proposta pelos presidentes da Roland Berger em Portugal, António Bernardo, e da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã, Bernardo Meyrelles do Souto, para captar investimento direto estrangeiro (IDE) e promover as exportações portuguesas junto dos grupos alemães.

Ambos acreditam que se for criado um "escritório de apoio ao investidor" (german desk) na Câmara de Comércio e Indústria, liderado por um alemão de nível top, conhecedor do tecido empresarial dos vários Estados da Alemanha, será possível captar mais 2000 milhões de IDE e

aumentar em 1000 milhões as exportações portuguesas para a Alemanha em cada período de cinco anos. (...)

Analisando os dados estatísticos, consideram que o nível de concretização do investimento direto alemão em Portugal tem sido desanimador face ao esforço de promoção feito pela Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP).

A AICEP até reforçou a promoção portuguesa na Alemanha com a atuação da diplomacia económica, realizando 36 eventos no mercado alemão em 2012. (...)

O problema é que, mesmo assim, "os empresários alemães continuam a desconhecer Portugal", diz Meyrelles do Souto. "Apenas 8% das empresas alemãs consideram Portugal um país atrativo para investir", diz, por seu turno, António Bernardo. (...)

O mais dramático é que a Alemanha é o segundo maior mercado de exportação de Portugal, representando 12,3% das exportações nacionais. "Países como a Roménia e a República Checa, que são os nossos diretos concorrentes, têm registado crescimentos de exportações para a Alemanha muito elevados, ultrapassando, a uma velocidade enorme, a atividade empresarial portuguesa", diz o presidente da Câmara de Comércio e Indústria.

Mas, alertam, a captação de IDE alemão precisa de uma ferramenta decisiva: um quadro fiscal competitivo e estável. "Portugal precisa de garantir um enquadramento fiscal estável aos novos investidores de forma a que não sejam sujeitos a alterações fiscais todos os anos", diz António Bernardo."

Adaptação de: J. F. Palma-Ferreira. *Expresso*. 18/05/2013

**1.1. Assinale as afirmações seguintes com V (se forem verdadeiras) ou F (se forem falsas). Neste último caso, transcreva o excerto do texto que as corrige. (Cotação: 2 valores)**

- a) Para atrair investimento alemão, Portugal deve perseguir uma estratégia que passe pelo contacto directo com os potenciais investidores, oferecendo-lhes aquilo que procuram.
- b) A estratégia proposta por António Bernardo e Bernardo Meyrelles do Souto é uma novidade no âmbito da atração de investimento alemão.
- c) IDE significa "investimento directo estrangeiro".
- d) O escritório de apoio ao investidor deve ser criado na Câmara de Comércio e Exportação.
- e) O *german desk* que se propõe seria liderado por um alemão notável, conhecedor do tecido empresarial Alemão.
- f) Verificou-se que a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) tem feito um esforço de promoção diminuto na Alemanha.
- g) Apesar de conhecerem bem Portugal, os investidores alemães têm preferido investir noutros países.
- h) Uma das coisas que mais beneficia o investimento estrangeiro é a estabilidade proporcionada pelo enquadramento fiscal estável em Portugal.

2. Proponha um título alternativo para o artigo que leu. Apresente as razões que orientam a sua proposta. Não exceda as 50 palavras. *(Cotação: 2 valores)*
3. Comente, apresentando exemplos pertinentes, a seguinte afirmação do economista Augusto Mateus. Não exceda as 200 palavras. *(Cotação: 3 valores)*

*"A economia não é um caminho entre matérias-primas e produtos acabados; é uma mistura explosiva de diferenciação e inovação."*

Das questões que se seguem responda apenas a 4 questões (no total) à sua escolha.

## Secção II

**01. *(Cotação: 3,25 valores)***

Uma estratégia baseada no preço é, em termos de comportamento do consumidor, a que menos garantia de sucesso oferece às empresas. Porquê?

**02. *(Cotação: 3,25 valores)***

Os consumidores não compram todos da mesma maneira, nem todos pelas mesmas razões. Porquê?

**03. *(Cotação: 3,25 valores)***

*"As marcas são um dos activos das empresas de maior valor".* Concorda com esta afirmação? Comente-a.

**04. *(Cotação: 3,25 valores)***

De uma forma resumida, diga alguns dos problemas que o Marketing levanta na nossa sociedade.

---

**05. *(Cotação: 3,25 valores)***

Comente o seguinte texto:

*"Só há uma forma de uma empresa ter progresso. Primeiro, é preciso dar-lhe um rumo. Segundo, é preciso fazer com que os empregados acreditem nesse rumo. Terceiro, é preciso motivar os empregados para que eles ajudem a gestão a chegar lá. Portanto, na minha opinião só há um segredo: os empregados, a motivação das pessoas."*

(Fernando Pinto, gestor da TAP, em entrevista à revista Única, Jornal Expresso)

**06. (Cotação: 3,25 valores)**

Apresente a sua opinião acerca do seguinte excerto do autor:

*“Se enfrenta uma recessão, a empresa não precisa de despedir trabalhadores; a companhia tem de sacrificar os seus lucros. Faz parte do risco e da responsabilidade da gestão. Os empregados não têm culpa; por que é que têm de sofrer?”*

(Akio Morita, co-fundador da Sony)

**07. (Cotação: 3,25 valores)**

Numa empresa, o recrutamento pode ser feito no interior da organização (recrutamento interno) ou fora da organização (recrutamento externo).

Na sua opinião, quais são as vantagens e desvantagens de cada uma das formas de recrutamento referidas?

**08. (Cotação: 3,25 valores)**

A contabilidade fornece informações sobre a posição financeira, os resultados e as mudanças na posição financeira de uma entidade, que sejam úteis e credíveis para a organização e para um grande número de utilizadores (investidores, colaboradores, fornecedores, clientes, instituições financeiras ou governamentais, agências de notação e público em geral) nas suas tomadas de decisão.

Comente em que medida a publicação dos relatórios de contas das empresas é importante para as instituições financeiras e governamentais.

---

**09. (Cotação: 3,25 valores)**

*“No plano interno, os técnicos de relações públicas e secretariado preocupam-se, também, com as estratégias e os fluxos de comunicação interna, com a imagem que os trabalhadores têm da organização e com a cultura organizacional existente (sistema de crenças, expectativas e valores partilhados pelos elementos de uma determinada organização).”*

(Adaptação de: [http://www.citi.pt/mqe/guia\\_profss/texto/tecrelpublicas.html](http://www.citi.pt/mqe/guia_profss/texto/tecrelpublicas.html), consultado em 23 de maio de 2013).

Indique as estratégias de comunicação a que recorre um Relações Públicas e Secretário para conhecer a imagem que os trabalhadores têm da organização e a cultura organizacional existente. Não exceda as 150 palavras

**10. (Cotação: 3,25 valores)**

A Cristina Lopes é Secretária e Relações Públicas na empresa ArtNova. Um cliente, António Martins, enviou-lhe uma carta, queixando-se dos serviços da empresa, pois a sua encomenda de objetos de decoração tinha chegado com 15 dias de atraso e em mau estado.

Na qualidade de secretária da ArtNova, redija a carta (entre 12-15 linhas) de resposta ao queixoso, incluindo obrigatoriamente – para além de qualquer outro elemento que entenda importante – um pedido de desculpas, a explicação do atraso na entrega da encomenda e proposta(s) de compensação.

**11. (Cotação: 3,25 valores)**

“Relações públicas... é a gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos”

(Grunig, J & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston, p. 6).

Comente a afirmação anterior, salientando as funções específicas de um Relações Públicas numa empresa. Não exceda as 150 palavras.

**12. (Cotação: 3,25 valores)**

“O grande desafio para os académicos e os profissionais ligados ao campo das Relações Públicas e Secretariado, parece ser agora perceber como usar, ao mesmo tempo de forma prudente e eficaz, as novas tecnologias da informação e da comunicação.”

(Adaptação de: Pereira S. (2007). Como as empresas portuguesas incorporam as TIC nas RP.

*Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*. Braga, 6 - 8 Setembro 2007, p. 305.)

Concorda com esta afirmação? Justifique a sua resposta. Não exceda as 150 palavras.