



ACESSO AO ENSINO SUPERIOR PARA MAIORES DE 23 ANOS

Ano letivo: 2012 / 2013

Data: 12 de Junho de 2012 – 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.

“A economia da rapidez

A aceleração da obsolescência dos produtos está presente em todos os sectores. Um grande número de produtos tem uma esperança de vida que não vai além dos dois anos; estima-se que a duração dos produtos de alta tecnologia foi reduzida para metade desde 1990; 70% dos produtos vendidos nas grandes superfícies não duram mais de dois ou três anos; mais de metade dos novos perfumes desaparecem ao fim do primeiro ano. A renovação extremamente rápida da oferta, e também os consumos mais emocionais e instáveis encontram-se na origem desta escalada. Para estimular o consumo, os actores da oferta já não se esforçam por produzir artigos de má qualidade: renovam mais rapidamente os modelos, põem-nos “fora de moda” propondo versões mais eficazes ou ligeiramente diferentes. O objectivo é seduzir através da novidade, reagir antes dos concorrentes,

acelerar o lançamento dos produtos, reduzir os prazos da concepção e de colocação no mercado dos produtos novos. A partir dos anos 90, a maioria dos decisores do mundo industrial declarou que o estado da concorrência os obrigava a encurtar o tempo de concepção e de desenvolvimento de novos produtos. Em finais dos anos 70, a Chrysler precisava de quatro anos e meio para elaborar um novo modelo de automóvel: este lapso de tempo foi reduzido para menos de dois anos. A Xerox conseguiu reduzir para metade o tempo necessário ao desenvolvimento dos seus produtos. Quando assistimos à internacionalização da economia, a concorrência não se resume aos custos; a competitividade requer a intensificação das velocidades de reacção e da criatividade. Quando o tempo reduzido dos ciclos de elaboração, a crescente rapidez da inovação e a velocidade de renovação dos produtos se tornam os parâmetros dos resultados económicos, passámos, então da concorrência à hiperconcorrência. (...)”

G. Lipovetsky (2010). *A Felicidade Paradoxal. Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.

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) Atualmente, os produtos caem em desuso rapidamente.
- b) Na origem do rápido envelhecimento dos produtos estão fatores como a renovação demasiado lenta da oferta e os consumos mais emocionais e instáveis.
- c) Os novos produtos que entram no mercado são geralmente de pior qualidade que os seus antecessores.
- d) Um dos objetivos da renovação dos produtos consiste em reduzir os prazos da concepção dos produtos novos.
- e) Foi no final do século XX que se assistiu a um maior encurtamento na concepção e desenvolvimento de novos produtos.
- f) Na economia global, a concorrência está limitada, em larga medida, aos custos de produção.

2. Considera o título do texto apresentado em 1. adequado? Justifique a sua resposta, usando no máximo 50 palavras. (Cotação: 1,5 valores)

3. Comente a frase seguinte, num texto com o máximo de 200 palavras. (Cotação: 3 valores)

“O desafio já não é tanto produzir em massa e de forma contínua, mas garantir a entrada mais rápida dos produtos no mercado, responder à procura antes dos concorrentes.”

Das questões que se seguem responda apenas a 3 questões (no total) à sua escolha.

Secção II

01. (Cotação: 4,5 valores)

“O Marketing, é um estado de espírito que nos leva, muito judiciosamente, a pensar nos outros antes de fazer. Pensar nos destinatários do que vamos fazer, antecipar as suas reacções. Pensar nos colaboradores que nos vão ajudar a fazer, nas suas capacidades e limitações. Pensar nos concorrentes que fazem o mesmo que nós e na forma de nos diferenciarmos.” Luís Barbosa

Comente criticamente a afirmação acima, apresentando aquele que lhe parece ser o conceito de marketing.

02. (Cotação: 4,5 valores)

“Vigiar a concorrência é observar, mas sobretudo recolher informações, permitindo antecipar o melhor possível as suas estratégias e acções no mercado.”

Comente a afirmação, referindo-se ao papel que a análise da concorrência desempenha no planeamento da estratégia e atividades da empresa.

03. (Cotação: 4,5 valores)

“Nada revela mais uma incapacidade fundamental para o exercício do comércio que o hábito de concluir o que os outros querem sem estudar os outros, fechando-nos no gabinete da nossa própria cabeça, e esquecendo que os olhos e os ouvidos – os sentidos, enfim – é que fornecem os elementos que o nosso cérebro há-de elaborar, para com essa elaboração formar a nossa experiência. O estudo do público, isto é, dos mercados, é de três ordens – económico, psicológico e propriamente social.”
Fernando Pessoa (1914)

As palavras de Fernando Pessoa são intemporais e sábias. Comente-as, referindo-se à importância da análise dos consumidores e à sua crescente heterogeneidade. Como, na sua opinião, podem as empresas responder a um mercado composto por pessoas tão distintas e voláteis?

04. (Cotação: 4,5 valores)

A crescente complexidade do mundo atual requer profissionais que tenham não só a experiência do saber-fazer mas também as competências adequadas ao exercício das funções de um gestor, incluindo os conhecimentos técnicos, relativamente à organização, direcção, estabelecimento de objetivos de negócio, decisão estratégica, planeamento, controlo e capacidade para resolver problemas de gestão. Estas competências são absolutamente necessárias para que o gestor possa reagir e agir proativamente perante as mudanças rápidas que ocorrem no mundo dos negócios, sabendo interpretar a realidade e tomando as decisões com base nos modelos de análise e nos

métodos e técnicas de gestão. Deste modo, encontrará as respostas às questões que se levantam na resolução de problemas.

Indique e defina pelo menos quatro competências que lhe parece que serão adequadas ao exercício das funções de um gestor, para possibilitarem a interação entre ambiente competitivo da empresa, recursos humanos, equipamentos e instalações no prosseguimento dos objetivos de uma empresa. Pode redigir a sua resposta complementado com um exemplo.

05. (Cotação: 4,5 valores)

“A estrutura empresarial deve ser, actualmente, cada vez mais dinâmica e flexível.” Concorde com esta afirmação? Justifique.

06. (Cotação: a) 2,7 valores / b) 1,8 valores)

Um dos objetivos fundamentais da Contabilidade consiste no apuramento dos resultados das empresas. Sabe-se que o resultado da(s) atividade(s) de uma empresa, antes de impostos, seja positivo ou negativo, pode ser calculado pela diferença entre rendimentos e gastos, utilizando a terminologia do SNC – Sistema de Normalização Contabilística. Neste sentido, considere as seguintes informações da Contabilidade da empresa Alfa, Lda., referentes ao exercício de N:

Rubricas	Valores (€)	Positivo/Negativo
Gastos com o pessoal	30.000	
Juros suportados com o financiamento bancário	2.000	
Gastos com o consumo de água e eletricidade	1.500	
Vendas de mercadorias a clientes	120.000	
Custo das mercadorias vendidas	80.000	
Gasto com o consumo de combustíveis	800	
Gasto com a reparação da viatura ligeira de passageiros ao serviço da empresa	1.200	
Gasto com o seguro viatura ligeira de passageiros ao serviço da empresa	800	

Pretende-se:

- Que identifique as componentes positivas e negativas dos resultados (*indique através de um sinal + ou – na coluna da direita do quadro anterior*);
- A determinação do resultado obtido pela empresa naquele exercício.

07. (Cotação: 4,5 valores)

O profissional experiente aproveita de forma positiva quando o cliente apresenta uma reclamação.

Comente esta frase tendo em conta a importância da fidelização do cliente.

08. (Cotação: 4,5 valores)

Numa organização, o profissional de Relações Públicas é o responsável pela forma como se desenvolve a comunicação entre a organização e os seus públicos e pela construção de uma boa imagem.

Enumere e comente três características, de âmbito profissional, que um bom técnico de Relações Públicas deve possuir.

09. (Cotação: 4,5 valores)

Uma carta personalizada indica claramente que se leva a sério a candidatura a um emprego /concurso. O CV menciona com precisão as datas e direções das diversas experiências profissionais e o percurso educativo; contudo, a carta de motivação deve, ela própria, persuadir o leitor a dedicar alguns minutos à candidatura.

Redija a carta de motivação para a sua candidatura ao concurso de maiores de 23 anos.

10. (Cotação: 4,5 valores)

«A ofensiva contra a razão é universal: não se procuram as conexões mas acumulam-se as chamadas “informações”. Por isso, o Homem actual está exposto a converter-se num “primitivo cheio de notícias”...» Julian Marias

Comente criticamente a afirmação de Julian Marias.

11. (Cotação: 4,5 valores)

“A certificação profissional na área da Informação - Documentação (I-D) ocupa já um lugar importante nos mais recentes desenvolvimentos da profissão na União Europeia (...) A importância social dos profissionais de Informação - Documentação tem sido a questão que mais debate tem suscitado (...).” Paula Ochôa; Leonel Gaspar Pinto,(s.d)

Porque é que o profissional de Informação ocupa um lugar cada vez mais importante na sociedade?

12. (Cotação: 4,5 valores)

“A Internet faz parte da estrutura das nossas vidas. Se a tecnologia de informação é o equivalente histórico do que foi a electricidade da era industrial, na nossa era poderíamos comparar a Internet com a rede eléctrica e o motor eléctrico, dada a sua capacidade para distribuir o poder da informação em todos os âmbitos da actividade humana (...).” MCastells, 2001

Quais são, para si, as principais vantagens da Internet? Justifique a sua opinião.