

Exame 2ª Época de Marketing Operacional

26 Janeiro 2011



Caro aluno(a),

Tem 2 horas – no máximo – para responder a todas as questões.

Não é permitida a consulta de qualquer tipo de material nem interação verbal com colegas.

A identificação de “auxiliares de memória” levará à anulação do teste.

É obrigatório responder a cada pergunta (e respectivas alíneas) EM FOLHAS SEPARADAS.

1 – Caracterize e compare os principais tipos de canais de distribuição para bens de grande consumo. Refira qual o tipo de canal mais adequado para a distribuição dos seguintes produtos:

- Gelados
- Livros escolares
- Vestuário
- Refrigerantes tipo Red Bull

(4 valores – máximo de 1 página)

2. Como explica, do ponto de vista da cadeira de marketing operacional, que uma empresa como a Caterpillar, fabricante de maquinaria pesada, tenha operações na indústria da moda? Concorda com esta medida? Em que situações isto deve ser feito e evitado? Sempre que apropriado, ilustre a sua resposta com exemplos.

(4 valores – máximo de 1 página)

3. Imagine que é um empreendedor e vai lançar no mercado um colégio.

Pretende-se que determine:

Os aspectos-chave do seu marketing mix, pré-definindo os traços gerais do seu posicionamento e estratégia, baseado no seu entendimento do funcionamento do sector em Portugal*, e sabendo que se pretende uma estratégia diferenciadora no contexto do mercado português*.

*ou no seu país nativo, para alunos de Erasmus.

(9 valores – máximo de 2 páginas)

4. A consultora XYZ presta serviços de consultoria de negócios em Portugal e no Brasil. Na prestação destes serviços conta com colaboradores internos e com consultores externos. A consultora vai realizar um projecto no Brasil. Este projecto foi vendido por um agente externo existente no Brasil.

a) Pretende-se que calcule o preço do projecto

Dados:

- Preço/hora do consultor A = 100
- Preço/hora do consultor B = 50
- Valor total de consultores internos dedicados ao projecto = 7000

- Horas previstas dedicadas ao projecto:
 - consultor A: 50
 - consultor B: 80

- Custos de estrutura alocados ao projecto = 6000

- margem da XYZ face a consultores externos = 60% s/ custos

- margem do agente no Brasil = 20% s/ preço de venda ao cliente final

b) Imagine agora que este projecto se trata de um concurso público onde o cliente final estabeleceu como valor máximo do projecto = 24000. Soube, também, que uma empresa concorrente brasileira irá apresentar uma proposta valorizada em 22000.

Perante este facto, que alternativas tem a XYZ?

(3 valores – máximo de 1 página)