

Programa Geral de Gestão FORMAÇÃO DE Projecto DISLOGO em b-learning EXECUTIVOS Marketing

Módulo: Análise de Marketing

Docente: Dr. Paulo Marcos

Data: 15 de Setembro de 2007

Duração: 1 hora

Nome:

Teste de Análise de Sectores e do Consumidor

PGG/Dislogo Análise de Marketing 2007

1^a época

Nota de resolução: deve resolver **três questões**, sendo que terá que responder a uma questão por grupo.

Sem consulta

GRUPO I

(escolha uma das questões)

1 - De que forma o modelo das cinco forças ajuda a explicar a elevada rendibilidade do sector farmacêutico?

2 - Mais importantes que as barreiras à entrada, são por vezes, as barreiras à saída. Comente e ilustre.

3. "As empresas de sucesso são aquelas que seguem estratégias de baixo custo ou de diferenciação. Num mundo cada vez mais globalizado não há espaço para empresas com estratégia híbridas". Comente e dê exemplos que justifiquem a sua resposta

GRUPO II

(escolha uma das questões)

4 – Quais lhe parecem ser as principais diferenças entre os estudos de mercado de natureza qualitativa e os de natureza quantitativa?

5 – Quais as razões porque nos estudos de mercado usam-se, quase sempre, amostras em vez de estudar o Universo?

6 - As sondagens de opinião são um tipo particular de estudos de mercado. Quando incidem sobre preferências políticas e intenções de voto, no caso português, tendem a subestimar a votação real que será atingida pelo CDU (partido comunista). Como se viu na quase totalidade das sondagens efectuadas antes das últimas eleições. Que explicações encontra para este fenómeno?



Programa Geral de Gestão FORMAÇÃO DE Projecto DISLOGO em b-learning Executivos Marketing

Módulo: Análise de Marketing

Docente: Dr. Paulo Marcos

Data: 15 de Setembro de 2007

Duração: 1 hora

Nome:

GRUPO III

(escolha uma das questões)

7 - Que semelhanças e diferenças encontra na forma como a Harley Davidson e Mel Gibson (filme A Paixão de Cristo) captaram clientes?

8 - O Dr. António Silva, pós graduado pelo Programa Geral em Gestão de Empresas pela Universidade Católica Portuguesa, acabara de ser contratado para Gerente de uma Unidade de Turismo Rural.

António procurou determinar, a partir dos custos e das receitas, qual seria o ponto de Break-even.

As suas receitas eram oriundas em exclusivo da venda de alojamentos, ao preço de 75€ por quarto e por noite de ocupação. A unidade tinha 10 quartos.

Descritivo	Pv	Q	Taxa ocupação	Dias
Quartos — época baixa	75	10	25,00%	120
Quartos — época média	75	10	40,00%	140
Quartos — época alta	75	10	85,00%	100

Nota: preço líquido da comissão paga a operador turístico alemão responsável pela

totalidade das vendas da Unidade de Turismo Rural.

Para poder ter as taxas de ocupação constantes na tabela, a Unidade tinha que incorrer num conjunto de custos. Depois de dois dias fechado no escritório, António tinha conseguido resumir a situação:

"Temos três funcionários, a quem pagamos 500 euros brutos por mês, catorze meses por ano e ainda pagamos a segurança social (23,75% sobre a remuneração bruta); temos ainda um conjunto de custos de natureza estrutural, com compromissos assumidos para os próximos dois anos, que consegui resumir na tabela abaixo:

Prestação empréstimo bancário	20.017,19 €
Alarmes e sistemas segurança	3.000,00 €
Publicidade Imprensa	20.000,00 €
Site Internet	1.000,00 €
Período: ano civil	

Tenho ainda um conjunto de rubricas que os meus antecessores contrataram numa base variável, indexados ao número de dormidas, com vários fornecedores externos:



Programa Geral de Gestão FORMAÇÃO DE Projecto DISLOGO em b-learning Executivos Marketing

Módulo: Análise de Marketing

Docente: Dr. Paulo Marcos

Data: 15 de Setembro de 2007

Duração: 1 hora

Nome:

Descritivo	Cvu
Animadora cultural	5,00 €
Serviços limpeza	3,00 €
Lavandaria	4,00 €
Consumo atoalhados	2,00 €

Cvu: custo unitário por dormida (noite de alojamento) vendida

Preparava-se o Dr. António para começar a fazer contas, quando repara em mais três movimentos bancários e respectivas facturas que lhe foram entregues pelo contabilista:

Ofertas promocionais líderes opinião	2.000,00 €
Avença jurídica	1.500,00 €
Avença contabilista	1.800,00 €

Período: ano civil

Com base nos elementos acima, calcule: a margem de contribuição e o ponto de Break-even das vendas.

Paulo Alexandre Gonçalves Marcos
pamarcos2001@yahoo.com (+ Messenger)
pain@feee.ucp.pt
www.antonuco.blogspot.com
www.marketinginovador.com