

## Ficha de Trabalho

<b>Turma:</b>	EOM - ESV Técnico de Marketing A -1º ano - 2015/2016	<b>Data:</b>	2016-01-
<b>Disciplina:</b>	Componente de Formação Vocacional	<b>Nº:</b>	
<b>Módulo:</b>	5 - O comportamento do consumidor		
<b>Docente:</b>	Márcia Alexandra Ferreira da Silva Fonseca		

1. Numa decisão de compra, podem ser identificados cinco papéis assumidos pelas pessoas. São eles: iniciador, influenciador, decisor, comprador e utilizador. Assinale a opção que contém a definição correcta do papel respectivamente indicado.
  - a) Utilizador: pessoa que faz a compra
  - b) Influenciador: pessoa que primeiro sugere a ideia de compra do produto ou serviço
  - c) Decisor: pessoa que resolve se deve comprar, o que comprar, como e onde fazê-lo.
  - d) Comprador: pessoa que consome ou usa o produto.
  - e) Iniciador: pessoa que influencia a decisão de compra.
  
2. As fases do processo de decisão de compra do consumidor são: reconhecimento da necessidade, procura de informação, avaliação de alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra. Assinale a opção que identifica correctamente a fase em que se encontra o consumidor nas situações descritas:
  - a) Quando Marta chegou a casa e verificou a falta de alguns artigos para fazer o jantar, estava a fazer uma decisão de compra.
  - b) João sempre leu revistas técnicas sobre carros, o que indica o reconhecimento da necessidade de comprar um carro.
  - c) Pedro, após consultar amigos sobre determinadas marcas de computador e visitar lojas da especialidade, possui informações para avaliar as alternativas disponíveis.
  - d) Carla, quando o carro novo, recém-adquirido, apresentou um defeito intermitente, passou à fase de procura de informação sobre como solucionar o problema.
  - e) Joaquim está na fase pós-compra, pois, após procurar informações e visitar alguns apartamentos para alugar, decidiu não se mudar da sua residência actual.
  
3. Maria comprou um frigorífico que, após 2 meses de funcionamento, apresentou um pequeno defeito, que tornou inviável o seu uso. Assinale a opção que retrata a solução desse problema dentro da filosofia do conceito de marketing:
  - a) Maria foi gentilmente atendida e informada que, de acordo com os procedimentos, a visita do técnico ocorreria no prazo de uma semana. Ela comunicou a sua aflição pela

urgência em ter o frigorífico a funcionar. Entretanto, o prazo para o conserto não foi cumprido.

- b) Maria, após tentar durante 3 dias, comunicar com a empresa para efectuar a sua reclamação, foi atendida e informada de que o técnico faria o conserto em 24 horas. No dia seguinte o técnico pôs o frigorífico a funcionar.
  - c) Maria ligou para a linha telefónica especial para reclamações, indicada pela empresa. A sua mensagem foi registada num atendedor de chamadas que garantia uma solução no prazo de 24 horas. Maria teve o frigorífico arranjado após 3 dias.
  - d) Maria conseguiu, após diversas tentativas, entrar em contacto com a empresa. O seu telefonema foi passado para 3 pessoas, pois cada uma dizia não ser responsável pela solução daquele problema. Finalmente obteve o conserto do frigorífico em 2 dias.
  - e) Maria, com um número de telefone especial para reclamações, conseguiu ser atendida de maneira educada e cortês. A informação recebida foi de que o conserto ocorreria o mais rápido possível, no máximo, dentro de 24 horas. O conserto ocorreu na manhã seguinte.
4. Muitas empresas portuguesas têm tentado exportar os seus produtos. No entanto, a exportação pode requerer que estes sejam adaptados. Sobre isso, analise as duas afirmações seguintes:

“Produtos importados devem ser sempre analisados à luz da cultura local”

Isto porque:

“A decisão de compra é influenciada, entre outros factores, pelo nível de conhecimento do consumidor a respeito do produto que compra”

Analisando as afirmações acima, conclui-se que:

- a) As duas afirmações são verdadeiras e a segunda justifica a primeira.
  - b) As duas afirmações são verdadeiras e a segunda não justifica a primeira.
  - c) A primeira afirmação é verdadeira e a segunda é falsa.
  - d) A primeira afirmação é falsa e a segunda é verdadeira.
  - e) As duas informações são falsas.
5. O comportamento do consumidor envolve ideias, serviços e produtos
- a) Duráveis
  - b) Intangíveis
  - c) Tangíveis
  - d) Vendáveis