



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
Campus Bambuí

Diretoria de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação
Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão
Fazenda Varginha - Rodovia Bambuí/Medeiros Km-05 - CEP 38900-000 - Bambuí - MG
3734314900 - www.ifmg.edu.br

GABARITO DA PROVA DE SELEÇÃO

A Comissão do Processo Seletivo do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão vem divulgar o gabarito da prova de seleção, contendo o número e a área das questões e a resposta correta.

GABARITO DA PROVA

QUESTÃO	ÁREA*	RESPOSTA CORRETA
01	1.3.2 GP	I, II e III
02	1.3.3 GP	Apenas a alternativa B é falsa
03	1.3.5 GP	Todas as três afirmativas são verdadeiras
04	1.3.6 GP	I e II, apenas
05	1.5.1 EC	É um tipo de mercado em que só existe uma única empresa que oferta determinado produto ou serviço.
06	1.5.3 EC	O único ponto em que as curvas de demanda e oferta se cruzam é onde o preço define apenas uma quantidade de equilíbrio
07	1.5.4 EC	É um processo que pode ser mensurado pela variação de preços de vários segmentos da economia em conjunto
08	1.5.5 EC	Ele é composto por demandantes, ofertantes e intermediários como em outros mercados
09	1.6.1 GCFP	Vidro moído, bolinhas de plástico, bolinhas de isopor e fitilhos brilhantes são considerados Matéria Prima na fabricação de enfeites de Natal
10	1.6.3 GCFP	R\$ 3.000.000,00
11	1.6.6 GCFP	H1J
12	1.4.1 EI	Influenciar sua equipe e impor sua opinião
13	1.4.4 EI	Internet das coisas (IoT).
14	1.4.5 EI	I e III
15	1.4.6 EI	MU – PI - CE
16	1.7.1 GOL	Estratégico, tático e operacional
17	1.7.3 GOL	Tempo entre a colocação e o recebimento de um pedido pelo cliente final
18	1.7.6 GOL	Estratégia de operar com lotes de compra maiores para diluir os custos fixos do pedido
19	1.1.1 GM	Expectativas, benefícios, de referência

20	1.1.3 GM	O marketing molda os desejos, mas não altera as necessidades. Os desejos são todas as possibilidades de se ter benefícios ou capacidade de aquisição de bens e serviços direcionados pela cultura e personalidade dos indivíduos, conforme o contexto social.
21	1.1.5 GM	Marketing de segmento
22	1.2.1 GE	Abordagem Sistemica
23	1.2.3 GE	Independentemente do tipo de empresa, o ambiente externo é fundamental para o êxito das empresas
24	1.2.4 GE	Empresas referência não perdem mercado.
25	1.2.5 GE	Consideramos como recursos de uma empresa: financeiro, organizacional, físico, tecnológico

* Gestão de Pessoas (GP); Economia (EC); Gestão de Custos e Formação de Preços (GCFP); Empreendedorismo e Inovação (EI); Gestão de Operações e Logística (GOL); Gestão Mercadológica (GM); Gestão Estratégica (GE).

Comissão do Processo Seletivo.

BambuÍ, 12 de dezembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **Erik Campos Dominik**, **Coordenador(a) Geral**, em 12/12/2022, às 12:04, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **1403702** e o código CRC **B3A7D229**.

23209.005722/2022-33

1403702v1