

FICHA DE TRABALHO	
<u>Tema</u>	<u>Análise das componentes do Marketing Mix</u> <u>(os 4 P's ou os 4 C's ou 4 S's)</u>

1. Indica se são verdadeiras ou falsas as seguintes afirmações:

1.1 Um dos P's do modelo clássico dos 4 P's refere-se a Pessoas. _____

1.2 As circunstâncias em que o serviço é prestado são relevantes nas empresas produtoras de bens. _____

1.3 No modelo dos 4 C's antes tínhamos o produto, agora temos o cliente. _____

1.4 Um dos S's do modelo dos 4 S's é a sinceridade. _____

1.5 Uma das funções primárias da embalagem é a conservação. _____

1.6 O aroma está relacionado com a intangibilidade. _____

2. Identifique qual das afirmações está correta:

2.1 Uma das características dos serviços é:

- a) Homogeneidade;
- b) Stockagem;
- c) Tangibilidade;
- d) Não transportável.

2.2 Os serviços podem ser:

- a) Fundamentais e periféricos;
- b) Secundários e substantivos;
- c) Principais e marginais;
- d) De base e marginais.

3. Complete os espaços em branco com uma das expressões apresentadas em baixo, de modo a que as afirmações façam sentido:

- a) No modelo dos 7 P's, o P relativo a _____ refere-se a todos os indivíduos envolvidos direta ou indiretamente na prestação de um _____. Todas estas pessoas (funcionários, _____, ...) acrescentam frequentemente valor ao bem.
- b) No mesmo modelo, a _____ refere-se às circunstâncias em que o serviço é prestado. O consumidor cria uma _____ da empresa, baseada no que _____ no momento da _____ (daí a importância da limpeza num Restaurante, por exemplo).
- c) O _____ é os _____ e atividades inerentes à prestação do serviço ou _____ do produto.

Expressões: 1) Processo; 2) Pessoas; 3) Physical Evidence; 4) Prestação do serviço; 5) Serviço; 6) Procedimentos; 7) Clientes; 8) Produção; 9) Perceção; 10) Observa.

4. Faz corresponder a cada elemento da coluna A um e um só elemento da coluna B.

COLUNA A		COLUNA B
1. Comunicação... 2. Distribuição... 3. Seriedade... 4. Os Serviços substantivos são... 5. Os serviços são não transportáveis pois...		A. ...Ser transparente nas suas limitações B. ...A razão de ser da deslocação do cliente à empresa constituindo o core business do serviço C. ...Publicidade D. ...Os serviços complementares face aos serviços base constituindo um plus para o cliente. E. ...Merchandising F. ...Custo G. ...Usfruem-se no momento

Soluções:

1.1 Falso; 1.2 Falso; 1.3 Verdadeiro; 1.4 Verdadeiro; 1.5 Falso; 1.6 Verdadeiro.

2.1 d); 2.2 b).

3. a) Pessoas; Serviço; Clientes.

b) Physical Evidence; Percepção; Observa; Prestação do serviço.

c) Processo; Procedimentos; Produção.

4.

1C; 2E; 3A; 4B; 5G.