

- Nesta prova, faça o que se pede, usando, caso deseje, os espaços para rascunho indicados no presente caderno. Em seguida, transcreva os textos para o **CADERNO DE TEXTOS DEFINITIVOS DA PROVA DISCURSIVA P<sub>4</sub>**, nos locais apropriados, pois **não será avaliado fragmento de texto escrito em local indevido**.
- Qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de linhas disponibilizadas será desconsiderado. Também será desconsiderado o texto que não for escrito na(s) **folha(s) de texto definitivo** correspondente(s).
- No **Caderno de Textos Definitivos**, a presença de qualquer marca identificadora nos espaços destinados à transcrição dos textos definitivos acarretará a anulação da sua prova discursiva.
- Na dissertação, ao domínio do conteúdo serão atribuídos até **70,00 pontos**, dos quais até **3,50 pontos** serão atribuídos ao quesito apresentação (legibilidade, respeito às margens e indicação de parágrafos) e estrutura textual (organização das ideias em texto estruturado). Na questão, esses valores corresponderão a **30,00 pontos** e **1,50 ponto**, respectivamente.

## -- PROVA DISCURSIVA P<sub>4</sub> --

### DISSERTAÇÃO

Elabore uma dissertação a respeito de comunicação interna no ambiente organizacional, abordando os seguintes aspectos:

- 1 os processos de comunicação interna no contexto do ambiente organizacional contemporâneo; [valor: 22,00 pontos]
- 2 o uso de ferramentas/recursos facilitadores do processo de comunicação interna; [valor: 22,00 pontos]
- 3 relevância da *intranet* como canal de comunicação interna. [valor: 22,50 pontos]

**DISSERTAÇÃO – RASCUNHO 1/2**

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

**DISSERTAÇÃO – RASCUNHO 2/2**

31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	
55	
56	
57	
58	
59	
60	

**QUESTÃO**

Um jornal de grande circulação noticiou que uma fabricante de aviões brasileira está planejando desenvolver um novo jato para competir diretamente com os modelos mais vendidos de duas grandes fabricantes de aviões do mercado internacional. Contudo, a fabricante brasileira rebateu a notícia, afirmando não ter planos para um grande ciclo de gastos.

Segundo a notícia, a fabricante brasileira, que é a terceira maior do mundo no ramo aeronáutico, estaria explorando opções para um novo jato de fuselagem estreita, para sair de seu nicho regional e “competir de frente” na parte mais movimentada do mercado. Estudos internos identificaram que ela possui conhecimento tecnológico e capacidade de fabricação para desenvolver um corpo esguio de próxima geração, que seria o primeiro nesse segmento maior, afirmou a reportagem, citando um porta-voz da empresa: “Certamente a empresa tem capacidade para desenvolver uma nova aeronave de fuselagem estreita. No entanto, temos um portfólio jovem e de muito sucesso em produtos desenvolvidos nos últimos anos e estamos realmente focados em vender esses produtos e tornar a empresa maior e mais forte. Não temos nenhum plano para um ciclo considerável de investimentos neste momento”.

A referida empresa brasileira compete no mercado de jatos regionais com jatos com capacidade para 90 a 120 passageiros, abaixo do mercado de mais de 150 assentos, dominado pelo duopólio transatlântico de jatos MAX e A320neo, e no qual a China entrou recentemente com seu C919.

O principal concorrente da empresa brasileira no mercado de jatos regionais é um modelo de 110 a 130 assentos, que uma empresa estadunidense comprou, em 2018, de uma empresa canadense, depois que esta abandonou os planos de competir no segmento inferior do mercado de jatos.

---

Com referência à situação hipotética precedente, discorra sobre o contexto competitivo retratado, apontando uma alternativa estratégica que seria conveniente a fabricante brasileira adotar de acordo com a matriz produto-mercado de Ansoff. Em seu texto, aborde os seguintes aspectos:

- 1 análise SWOT da empresa; [valor: 10,00 pontos]
  - 2 proposta de uma alternativa estratégica para a empresa, entre as possíveis conforme os quadrantes da matriz produto-mercado de Ansoff [valor: 8,00 pontos], e justificativa da proposta a partir da análise SWOT empreendida [valor: 10,50 pontos].
-

**QUESTÃO – RASCUNHO**

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	