

<b>Nome Completo</b>	<b>GABARITO</b>		
<b>RA</b>			
<b>Período</b>	<input type="checkbox"/> NOTURNO	8 SEM	DATA

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
B	B	D	C	C	D	C	D	C	D	D	C	D	E	A	C	E	A	A	E

**Q21 Dissertativa :**

Há um erro flagrante no planejamento apresentado que é a escolha de astros de cinema clássicos, o que não é compatível com o público especificado. A substituição indicada deve ser por atores contemporâneos e mais jovens, também podem ser incluídos músicos ou outros artistas (estrangeiros ou nacionais), mas será equivocada a inclusão de nomes populares. Também pode ser apontada alguma restrição na escolha das mídias que podem ser ampliadas. Será considerado também o questionamento do uso de flyers e folders em bares e boates.

**Q22 Dissertativa:**

O planejamento apresentado deve contemplar estratégias para que exista uma exposição maior da marca junto a distribuidores, pontos de venda, potenciais parceiros de outros segmentos ligados à mesma rede de consumo e explorar a tradição da marca. As principais ações efetivas propostas devem visar à ampliação da rede de pontos de venda para público de melhor poder aquisitivo e de faixa etária abaixo dos 35 anos, igualmente deve contemplar o trabalho de exposição da marca junto a esses consumidores de bebidas mais jovens e ações de reforço da marca e da linha de produtos mais tradicionais. Também deve ser considerada boa solução o desenvolvimento de campanha publicitária que seja pertinente com a renovação da marca ou do público consumidor. Todas as ações devem remeter aos consumidores de bebidas dos tipos *heavy users* e *medium users* (grandes e médios consumidores).

**Número de acertos:**