



AVALIAÇÃO UNIFICADA

CADERNO DE QUESTÕES

INSTRUÇÕES

- Você está recebendo o CADERNO DE QUESTÕES e a FOLHA DE RESPOSTA.
- Para cada questão há somente uma alternativa correta. Assinale na folha de respostas a alternativa que julgar correta.
- Não é permitido nenhum tipo de consulta, incluindo Calculadoras e Códigos Jurídicos.
- O gabarito não será substituído.
- Tempo mínimo para entrega da prova: 40 minutos.
- Término da avaliação: 21:00 horas.

**"Estudar foi o treino, agora é hora do show!
Confie na sua preparação, respire fundo e faça o seu melhor.
Você é capaz e todo esforço será recompensado."**

Nome:

CURSO/PERÍODO

ADMINISTRAÇÃO - 5º PERÍODO - DATA: 22/04/2026

GABARITO RASCUNHO

01	A	B	C	D
02	A	B	C	D
03	A	B	C	D
04	A	B	C	D
05	A	B	C	D
06	A	B	C	D
07	A	B	C	D
08	A	B	C	D
09	A	B	C	D
10	A	B	C	D
11	A	B	C	D
12	A	B	C	D
13	A	B	C	D
14	A	B	C	D
15	A	B	C	D
16	A	B	C	D
17	A	B	C	D
18	A	B	C	D
19	A	B	C	D
20	A	B	C	D
21	A	B	C	D
22	A	B	C	D

DISCIPLINA: GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS/PROFº GABRIEL

QUESTÃO 01

Quando uma equipe se reúne para pensar e anotar o que querem realizar, como irão realizar, por que querem realizar algo, quando irão realizar, quem serão os envolvidos e onde acontecerá, essa equipe está planejando. Planejar, portanto, é uma ação. (NUNES, 2010, p.227) Existem três tipos de planejamento, segundo Colombo (2004, p. 18):

1. Planejamento estratégico
2. Planejamento tático
3. Planejamento operacional

Associe o tipo de planejamento contemplado nas alternativas abaixo:

() aborda, em detalhes, os procedimentos que serão utilizados.

() contempla os recursos, os prazos e os respectivos responsáveis.

() apresenta objetivos de longo prazo e que impactarão na instituição como um todo.

A sequência correta é:

- a) 3, 2, 1
- b) 1, 2, 3
- c) 2, 1, 3
- d) 3, 1, 2

QUESTÃO 02

Oliveira (1986), em sua obra *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas*, apresenta um quadro comparativo entre os tipos e os níveis de planejamento nas organizações. Assinale a alternativa que apresenta exemplos de tipos do nível operacional:

- a) Plano de distribuição, plano de fluxo de caixa e plano de estoques.
- b) Planejamento de recursos humanos, plano diretor de sistemas e planejamento mercadológico.
- c) Plano de capacitação interna, plano de cargos e salários e planejamento da produção.
- d) Plano diretor de sistemas, plano de comunicação e planejamento estratégico.

QUESTÃO 03

No filme *Jogos Vorazes*, a vitória dos rebeldes contra a Capital não se deu apenas pelo confronto direto, mas pela construção de uma estratégia que envolveu articulação política, definição de papéis, controle da informação e preparação psicológica. De forma semelhante, no ambiente empresarial, a gestão estratégica exige que as organizações antecipem cenários, definam recursos e alinhem ações para enfrentar a concorrência em mercados complexos e incertos. Considerando o paralelo entre o exemplo de *Jogos Vorazes* e os conceitos de estratégia organizacional, assinale a alternativa correta:

- a) A estratégia se limita ao uso eficiente de recursos internos, sem necessidade de considerar fatores externos.
- b) A estratégia envolve apenas o planejamento operacional, voltado para tarefas específicas e de curto prazo.
- c) A estratégia requer articulação de recursos, definição de papéis e leitura do ambiente externo, visando vantagem competitiva sustentável.
- d) A estratégia é um processo exclusivamente militar, sem aplicação prática no contexto empresarial contemporâneo.

QUESTÃO 04

A Kodak foi líder mundial no mercado de filmes fotográficos durante décadas, mas perdeu relevância ao não se adaptar rapidamente às mudanças tecnológicas, especialmente à fotografia digital. Esse caso é

frequentemente citado como exemplo de falha estratégica diante de ambientes dinâmicos e imprevisíveis. Considerando o conteúdo estudado sobre a evolução do planejamento estratégico nas organizações, assinale a alternativa correta:

- a) A queda da Kodak ilustra a limitação do planejamento operacional, que foca apenas em tarefas de curto prazo e eficiência interna.
- b) O caso da Kodak demonstra que o planejamento estratégico clássico, baseado em análises formais e lineares, é suficiente para garantir a sobrevivência em ambientes de alta complexidade.
- c) A trajetória da Kodak evidencia a necessidade de transição para a gestão estratégica, caracterizada por adaptação contínua, integração entre planejamento e execução e resposta rápida ao ambiente.
- d) O insucesso da Kodak está relacionado exclusivamente a fatores externos, como concorrência e globalização, sem relação com suas escolhas estratégicas internas.

QUESTÃO 05

O ciclo administrativo PODC é composto pelas funções Planejar, Organizar, Dirigir e Controlar. Considerando esse ciclo, assinale a alternativa correta:

- a) Planejar significa decidir hoje o que será feito amanhã, definindo objetivos e estratégias.
- b) Organizar consiste em monitorar desvios e corrigir rumos para garantir o alcance dos objetivos.
- c) Dirigir corresponde à definição da missão e visão organizacional, estabelecendo metas de longo prazo.
- d) Controlar envolve estruturar cargos, responsabilidades e fluxos de comunicação para executar o que foi planejado.

QUESTÃO 06

Na Administração, quando se diz que alguém utilizou os recursos de que dispunha de forma adequada, conclui-se que essa pessoa foi:

- a) Efetiva.
- b) Eficaz.
- c) Eficiente.
- d) Engajada.

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO/PROFº UELINTON

QUESTÃO 07

Uma empresa do setor de delivery de alimentos vinha crescendo rapidamente e enfrentava um aumento significativo na demanda. Para melhorar seu desempenho operacional, a empresa passou a avaliar duas estratégias: investir em entregas ultrarrápidas, reduzindo o tempo de espera dos clientes, ou otimizar rotas e consolidar pedidos, reduzindo custos logísticos, mas aumentando o tempo de entrega.

A diretoria percebeu que não seria possível maximizar simultaneamente a velocidade de entrega e a redução de custos, sendo necessário priorizar um dos objetivos estratégicos.

Com base nesse cenário, analise as afirmativas a seguir e identifique qual delas melhor representa o conceito de trade-off em operações:

- I. O trade-off ocorre quando a empresa consegue melhorar todos os seus indicadores ao mesmo tempo, sem necessidade de escolhas.
- II. O trade-off ocorre quando a empresa precisa escolher entre objetivos conflitantes, como maior velocidade de entrega ou menor custo operacional.
- III. O trade-off ocorre quando a empresa deixa de considerar o cliente e foca exclusivamente na eficiência interna.

IV. O trade-off ocorre quando todas as áreas da empresa tomam decisões independentes, sem alinhamento estratégico.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas a afirmação I está correta.
- b) Apenas a afirmação III está correta.
- c) Apenas a afirmação II está correta.
- d) Apenas a afirmação IV está correta.

QUESTÃO 08

Uma empresa do setor industrial vinha enfrentando dificuldades para se manter competitiva no mercado. Diante disso, a alta administração definiu como prioridade estratégica a redução de custos e o aumento da eficiência produtiva. A partir dessa decisão, os gestores operacionais passaram a revisar processos, implementar melhorias e adequar os recursos disponíveis para atender às diretrizes estabelecidas.

Durante esse processo, as decisões partiram da alta liderança e foram desdobradas para os níveis operacionais, que ficaram responsáveis pela execução das ações.

Com base nesse cenário, analise as afirmativas a seguir e identifique qual perspectiva da estratégia de operações está sendo aplicada:

I. Perspectiva Bottom-Up, na qual as decisões surgem a partir das operações e influenciam a estratégia organizacional.

II. Perspectiva Top-Down, na qual a alta administração define as diretrizes que são desdobradas para as operações.

III. Perspectiva de Recursos e Operações, focada exclusivamente na capacidade interna, sem alinhamento estratégico.

IV. Perspectiva de Exigência do Mercado, baseada nas necessidades dos clientes e do ambiente externo.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas a afirmação I está correta.
- b) Apenas a afirmação III está correta.
- c) Apenas a afirmação II está correta.
- d) Apenas a afirmação IV está correta.

QUESTÃO 09

Uma empresa do setor de eletrodomésticos percebeu que estava perdendo participação no mercado para seus concorrentes. Após uma análise, identificou que seus produtos atendiam aos requisitos básicos exigidos pelos clientes, como qualidade mínima e conformidade com normas técnicas, porém não apresentavam diferenciais relevantes que influenciassem a decisão de compra.

Diante disso, a empresa decidiu investir em design inovador e maior eficiência energética, buscando se destacar no mercado e atrair mais consumidores.

Com base nesse cenário, analise as afirmativas a seguir e identifique qual delas melhor representa os conceitos de objetivos qualificadores e ganhadores de pedido:

I. Objetivos qualificadores são aqueles que diferenciam a empresa da concorrência e garantem a preferência do cliente na compra.

II. Objetivos ganhadores de pedido são os critérios mínimos que um produto deve atender para ser considerado pelo cliente.

III. Objetivos qualificadores representam requisitos básicos que permitem que a empresa participe do mercado.

IV. Objetivos ganhadores de pedido são os fatores que efetivamente influenciam a escolha do cliente entre diferentes concorrentes.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas as afirmações I e II estão corretas.
- b) Apenas as afirmações III e IV estão corretas.
- c) Apenas as afirmações II e III estão corretas.
- d) Apenas as afirmações I e IV estão corretas.

QUESTÃO 10

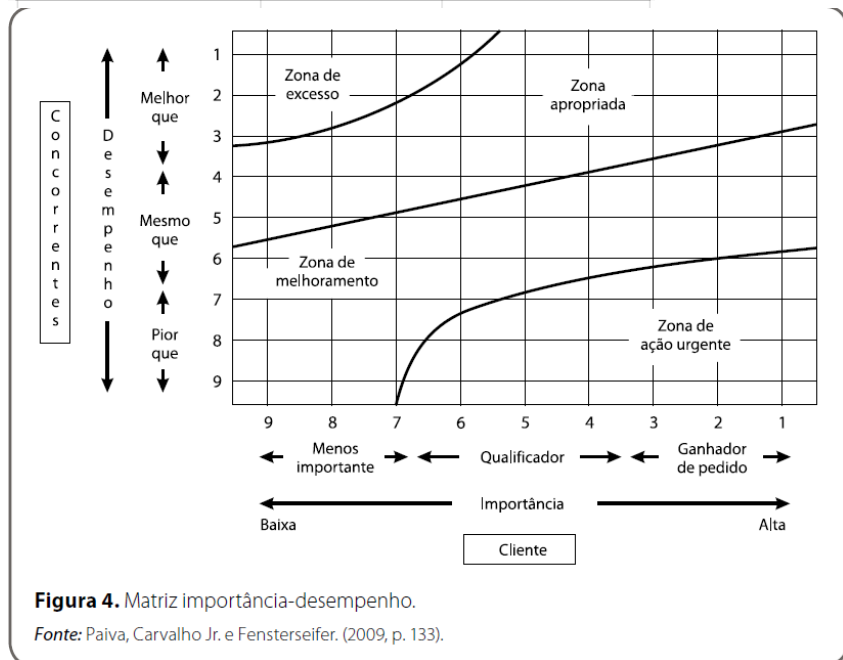
Uma instituição de ensino superior, diante do aumento de reclamações e insatisfação por parte dos alunos, decidiu aplicar a Matriz Importância x Desempenho como ferramenta de apoio à tomada de decisão gerencial. A análise considerou a seguinte escala:

Para importância: 1 representa o atributo mais importante e 9 o menos importante.

Para desempenho: 1 representa o melhor desempenho e 9 o pior desempenho.

Os resultados obtidos foram:

MATRIZ IMPORTÂNCIA X DESEMPENHO		
ATRIBUTO	IMPORTÂNCIA	DESEMPENHO
LABORATÓRIOS DE T.I	2	2
BIBLIOTECA DIGITAL	4	6
ACESSO AO CAMPUS	8	2
SISTEMA DE AVALIAÇÃO	3	8



Com base na matriz apresentada, que classifique os atributos em **excesso**, **adequado**, **aprimorar** e **urgência**, analise as assertivas a seguir:

I - Laboratórios de T.I → **Adequado** / Biblioteca Digital → **Aprimorar** / Acesso ao Campus → **Excesso** / Sistema de Avaliação → **Urgência**.

II - Laboratórios de T.I → **Urgência** / Biblioteca Digital → **Excesso** / Acesso ao Campus → **Aprimorar** / Sistema de Avaliação → **Adequado**.

III - Laboratórios de T.I → **Excesso** / Biblioteca Digital → **Urgência** / Acesso ao Campus → **Adequado** / Sistema de Avaliação → **Aprimorar**

IV - Laboratórios de T.I → **Adequado** / Biblioteca Digital → **Excesso** / Acesso ao Campus → **Aprimorar** / Sistema de Avaliação → **Urgência**

Assinale a alternativa correta

- a) Apenas a assertiva I está correta.
- b) Apenas a assertiva II está correta.
- c) Apenas a assertiva III está correta.
- d) Apenas a assertiva IV está correta.

QUESTÃO 11

Uma empresa do setor de manufatura decidiu avaliar seu desempenho operacional com base em cinco objetivos principais: qualidade, velocidade, confiabilidade, flexibilidade e custos. Para isso, os gestores levantaram alguns indicadores já calculados a partir dos dados operacionais.

Os resultados apresentados foram os seguintes:

Taxa de defeitos: 50 peças defeituosas em um total de 1.000 produzidas → 5% de defeitos

Tempo médio de produção por lote: 10 horas para 100 unidades → 0,1 hora por unidade

Entregas no prazo: 90 pedidos entregues no prazo de um total de 100 → 90% de confiabilidade

Capacidade produtiva: ajuste da produção de 500 para 800 unidades em curto prazo → alta flexibilidade operacional

Custo médio por unidade: custo total de R\$ 20.000 para 1.000 unidades → R\$ 20 por unidade

Com base nessas informações, analise as afirmativas a seguir e identifique se as medidas estão corretamente associadas aos objetivos de desempenho operacional:

I. A taxa de defeitos (5%) está corretamente associada ao objetivo de qualidade.

II. O tempo médio por unidade (0,1 hora) está corretamente associado ao objetivo de velocidade.

III. O percentual de entregas no prazo (90%) está corretamente associado ao objetivo de confiabilidade.

IV. A variação da capacidade produtiva está corretamente associada ao objetivo de flexibilidade.

V. O custo médio por unidade (R\$ 20) está corretamente associado ao objetivo de custos.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas as afirmativas I, II e III estão corretas.
- b) Apenas as afirmativas II, III e IV estão corretas.
- c) Apenas as afirmativas I, II, III e IV estão corretas.
- d) Todas as afirmativas estão corretas.

QUESTÃO 12

Uma empresa do setor de eletroeletrônicos está analisando o desempenho de um de seus produtos ao longo do tempo. Os gestores levantaram dados relacionados às diferentes fases do ciclo de vida do produto e suas características:

Fase 1: Baixo volume de vendas, altos investimentos em marketing e desenvolvimento, ausência de lucro significativo.

Fase 2: Crescimento acelerado das vendas, aumento da participação de mercado e início da redução de custos unitários.

Fase 3: Estabilização das vendas, forte concorrência e necessidade de diferenciação.

Fase 4: Queda nas vendas, redução da demanda e possível retirada do produto do mercado.

Com base nessas informações, analise as afirmativas a seguir:

I. **A Fase 1** corresponde à introdução do produto, caracterizada por altos custos e baixo retorno financeiro.

II. **A Fase 2** corresponde ao crescimento, momento em que a empresa começa a ganhar escala e melhorar sua eficiência produtiva.

III. **A Fase 3** corresponde ao declínio, pois apresenta estabilização das vendas e aumento da concorrência.

IV. **A Fase 4** corresponde ao declínio, caracterizada pela redução das vendas e possível descontinuidade do produto.

V. Durante a fase de maturidade, a principal estratégia da empresa é investir fortemente em inovação radical, independentemente dos custos.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas as afirmativas I, II e IV estão corretas.
- b) Apenas as afirmativas I, II, III e IV estão corretas.
- c) Apenas as afirmativas II, III e V estão corretas.
- d) Todas as afirmativas estão corretas.

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA/PROFº MITSURU

QUESTÃO 13

Uma empresa do setor varejista passou a investir em estratégias voltadas à aproximação com seus clientes, como programas de fidelidade, atendimento personalizado e ações voltadas à melhoria da experiência de compra. Como resultado, observou aumento na satisfação, maior retenção de clientes e crescimento nas vendas ao longo do tempo.

A situação descrita evidencia o conceito de marketing, que pode ser entendido como:

- a) Um conjunto de técnicas voltadas exclusivamente para a promoção e venda de produtos.
- b) Um processo de criação de campanhas publicitárias com foco no aumento imediato das vendas.
- c) Um processo por meio do qual as empresas engajam os clientes, constroem sólidos relacionamentos com eles e lhes criam valor a fim de, em troca, captar valor deles.
- d) Uma atividade restrita à definição de preços e distribuição de produtos no mercado.

QUESTÃO 14

No processo de marketing, as organizações desenvolvem diferentes ações ao longo de suas fases, que envolvem desde a compreensão do mercado até a geração de valor para a empresa. Considere as seguintes atividades realizadas por uma empresa:

- Engajar clientes, construir relacionamentos lucrativos e encantar os clientes;
- Desenvolver um programa de marketing integrado que entregue valor superior;
- Captar valor dos clientes para gerar lucros e customer equity;
- Entender o mercado, bem como as necessidades e os desejos dos clientes;
- Elaborar uma estratégia de marketing orientada para o valor para o cliente.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta dessas atividades no processo de marketing:

- a) Entender o mercado → Elaborar estratégia → Desenvolver programa → Engajar clientes → Captar valor
- b) Elaborar estratégia → Entender o mercado → Desenvolver programa → Captar valor → Engajar clientes
- c) Desenvolver programa → Entender o mercado → Elaborar estratégia → Engajar clientes → Captar valor
- d) Entender o mercado → Desenvolver programa → Elaborar estratégia → Engajar clientes → Captar valor

QUESTÃO 15

Uma empresa do setor de alimentos saudáveis decidiu expandir sua atuação no mercado. Inicialmente, identificou um grupo específico de consumidores interessados em produtos naturais e com baixo teor de açúcar. Em seguida, passou a desenvolver produtos com características únicas, como ingredientes orgânicos e embalagens sustentáveis. Por fim, estruturou sua comunicação para destacar a imagem da marca como referência em saúde e bem-estar, buscando ocupar um espaço diferenciado na mente dos consumidores.

Com base no caso apresentado, assinale a alternativa que identifica corretamente, respectivamente, as ações descritas pela empresa:

- a) Segmentação de mercado, composto de marketing e promoção
- b) Mercado-alvo, diferenciação e posicionamento
- c) Pesquisa de marketing, desenvolvimento de produto e distribuição
- d) Público geral, vantagem competitiva e comunicação

QUESTÃO 16

Uma empresa do setor de serviços educacionais oferece cursos com mensalidades mais elevadas que a média do mercado. No entanto, apresenta diferenciais como professores altamente qualificados, material didático exclusivo, suporte individualizado ao aluno e alta taxa de empregabilidade após a conclusão. Muitos alunos optam por essa instituição mesmo diante de alternativas mais baratas, considerando que os benefícios oferecidos compensam os custos envolvidos.

A situação descrita está diretamente relacionada a qual conceito de marketing?

- a) Qualidade percebida
- b) Satisfação do cliente
- c) Valor percebido
- d) Posicionamento de mercado

QUESTÃO 17

Uma empresa decidiu reduzir seus preços para aumentar a competitividade, ao mesmo tempo em que ampliou sua presença em diferentes canais de venda, incluindo lojas físicas e plataformas digitais.

As decisões descritas estão relacionadas, respectivamente, a quais elementos do composto de marketing?

- a) Preço e Produto
- b) Produto e Praça
- c) Preço e Praça
- d) Praça e Promoção

QUESTÃO 18

Uma empresa do setor de alimentação saudável identificou que muitos consumidores buscavam opções mais equilibradas para sua rotina alimentar, demonstrando interesse por produtos práticos e nutritivos. A partir dessa análise, passou a desenvolver produtos voltados a esse público específico, criando receitas com ingredientes naturais e embalagens funcionais. Para se destacar no mercado, investiu em atributos exclusivos, como certificações orgânicas e sustentabilidade.

Após o lançamento, a empresa percebeu que os clientes avaliaram positivamente a experiência de consumo, considerando que os benefícios oferecidos compensavam os custos envolvidos, o que contribuiu para avaliações favoráveis e recompra.

Com base no caso apresentado, assinale a alternativa que apresenta corretamente a sequência dos conceitos de marketing envolvidos:

- a) Necessidades → Desejos → Mercado-alvo → Diferenciação → Satisfação → Valor percebido
- b) Desejos → Necessidades → Diferenciação → Mercado-alvo → Valor → Satisfação
- c) Mercado-alvo → Necessidades → Desejos → Diferenciação → Satisfação → Valor
- d) Necessidades → Mercado-alvo → Desejos → Diferenciação → Valor → Satisfação

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR/TUTORA: PROF^a BÁCIMA

QUESTÃO 19

Uma empresa de cosméticos decidiu reposicionar sua marca para atingir consumidores mais jovens. Para isso, realizou as seguintes ações: reformulou a embalagem para um design mais moderno, lançou campanhas com influenciadores digitais nas redes sociais, reduziu o preço inicial para estimular experimentação e ampliou a venda para marketplaces online.

Com base nos conceitos de estratégia de marketing e no mix de marketing (4 Ps), é correto afirmar que a empresa:

- a) Alterou apenas a estratégia de comunicação, mantendo inalterados os demais elementos do mix de marketing.
- b) Implementou mudanças integradas nos elementos produto, preço, praça e promoção, buscando reposicionar a marca no mercado.
- c) Utilizou exclusivamente uma estratégia de diferenciação baseada em preço.
- d) Priorizou somente a expansão de canais de distribuição, sem alterar a proposta de valor do produto.

QUESTÃO 20

Os fatores que influenciam o comportamento do consumidor podem ser classificados como sociais, demográficos e psicológicos. Assinale a alternativa que apresenta corretamente exemplos desses três tipos de fatores.

- a) Classe social, idade e motivação.
- b) Renda, preço e propaganda.
- c) Cultura, distribuição e promoção.
- d) Escolaridade, produto e marca.

DISCIPLINA: DIVERSIDADE ÉTNICO RACIAL, GÊNERO E DIREITOS HUMANOS/TUTORA: PROF^a LUCI

QUESTÃO 21

No Brasil, os conceitos de raça e etnia são compreendidos como construções sociais historicamente associadas a relações de poder, desigualdade e processos de exclusão. Nesse contexto, a **Lei nº 10.639/2003** representou um marco na política educacional brasileira ao tornar obrigatório o ensino da história e cultura afro-brasileira e africana nos currículos escolares. Tal medida busca promover o reconhecimento da contribuição histórica e cultural da população negra e contribuir para o enfrentamento do racismo estrutural. Entretanto, estudos educacionais indicam que a efetivação da lei ainda enfrenta desafios, como resistências institucionais, lacunas na formação docente e a invisibilização de diferentes contextos culturais. Assim, o debate contemporâneo aponta para a necessidade de compreender a educação como espaço de reconhecimento, reparação histórica e promoção da justiça social. BRASIL. Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Africana". *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 10 jan. 2003.

Com base no texto e nos debates contemporâneos sobre educação para as relações étnico-raciais, analise as assertivas a seguir:

- I. A educação para as relações étnico-raciais deve promover a valorização da diversidade cultural e contribuir para a construção de uma consciência crítica sobre desigualdades históricas.
- II. A efetivação da Lei nº 10.639/2003 limita-se à inclusão de conteúdos específicos no currículo escolar, não exigindo mudanças nas práticas pedagógicas ou na formação docente.
- III. A escola pode atuar como espaço de reconhecimento e reparação histórica, contribuindo para o enfrentamento do racismo e para a promoção da cidadania.
- IV. O ensino da história e cultura afro-brasileira deve restringir-se às disciplinas de História e Sociologia, sem necessidade de abordagem interdisciplinar.

É correto apenas o que se afirma em:

- a) I e II.
- b) I e III.
- c) II e IV.
- d) I, III e IV.

QUESTÃO 22

As sociedades contemporâneas são marcadas pela diversidade cultural, caracterizada pela coexistência de múltiplos grupos étnicos, religiosos e culturais. O multiculturalismo surge como abordagem que valoriza essa diversidade, reconhecendo direitos específicos de grupos historicamente marginalizados. No Brasil, políticas de reparação histórica — como ações afirmativas, cotas raciais e incentivo à educação de grupos vulneráveis — buscam corrigir desigualdades resultantes de processos históricos de exclusão. O debate sobre multiculturalismo exige reflexão crítica sobre como garantir a igualdade de direitos, preservar a diversidade e promover a justiça social, evitando que a diferença cultural seja usada como justificativa para exclusão ou discriminação. BRASIL. *Políticas de ações afirmativas e educação para grupos historicamente marginalizados*. Brasília: Ministério da Educação, 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br>. Acesso em: 7 mar. 2026.

Com base no texto e nas discussões contemporâneas sobre multiculturalismo e políticas de reparação, analise as assertivas a seguir:

- I. O multiculturalismo propõe o reconhecimento da diversidade cultural e a valorização das identidades coletivas presentes nas sociedades contemporâneas.
- II. As políticas de ações afirmativas têm como objetivo reduzir desigualdades históricas e promover maior inclusão social e educacional de grupos marginalizados.
- III. A promoção da diversidade cultural implica negar o princípio da igualdade de direitos, uma vez que privilegia determinados grupos sociais.
- IV. O debate sobre multiculturalismo envolve também a construção de políticas públicas que conciliem reconhecimento da diversidade e garantia de direitos.

É correto apenas o que se afirma em:

- a) I e III.
- b) I, II e IV.
- c) II e III.
- d) III e IV.