

MARINHA DO BRASIL
DIRETORIA DE ENSINO DA MARINHA

**(CONCURSO PÚBLICO PARA INGRESSO NO
QUADRO TÉCNICO DO CORPO AUXILIAR DA
MARINHA / CP-T/2015)**

**NÃO ESTÁ AUTORIZADA A UTILIZAÇÃO DE
MATERIAL EXTRA**

COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 1) Em tipologia, de acordo com Williams (2008), há seis principais grupos de tipos. Assinale a opção que NÃO apresenta um desses grupos.
- (A) Moderno.
 - (B) Decorativo.
 - (C) Serifa Fina.
 - (D) Serifa Grossa.
 - (E) Estilo Antigo.
- 2) Segundo Sampaio (2003), qual é o maior meio publicitário do Brasil, sob o ponto de vista da mídia?
- (A) Rádio.
 - (B) Jornal.
 - (C) Cinema.
 - (D) Internet.
 - (E) Televisão.
- 3) Em publicidade, Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2009) apontam algumas diretrizes para a elaboração de títulos para anúncios. Assinale a opção que apresenta uma dessas diretrizes.
- (A) Utilizar truques, como trocadilhos, para chamar a atenção e brincar com o leitor.
 - (B) Despertar a curiosidade do leitor e somente revelar a marca anunciada no final do corpo do texto.
 - (C) Apelar para o interesse do leitor, mas com cuidado para não prometer-lhe um benefício.
 - (D) Utilizar títulos curtos, pois vendem mais mercadorias que títulos longos e são mais rápidos para transmitir a mensagem.
 - (E) Encerrar o título com um convite a continuar lendo. Isso deve despertar a curiosidade do leitor para o texto.
- 4) Segundo Bann (2010), que processo de impressão é viável apenas para grandes tiragens (150 mil ou mais)?
- (A) Serigrafia.
 - (B) Rotogravura.
 - (C) Flexografia.
 - (D) Mimeografia.
 - (E) Impressão digital.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 5) Qual é o meio de comunicação que mais atinge a população brasileira, estando presente em mais de 90% dos lares do país, de acordo com Sampaio (2003)?
- (A) Rádio.
 - (B) Jornal.
 - (C) TV Aberta.
 - (D) TV Fechada.
 - (E) Mala Direta.
- 6) Em MARKETING, segundo Kotler & Armstrong (2006), qual tipo de segmentação de mercado divide os compradores em grupos com base no conhecimento em relação a determinado produto, nas atitudes direcionadas a ele e no uso que se faz desse produto?
- (A) Geográfica.
 - (B) Psicográfica.
 - (C) Comportamental.
 - (D) Demográfica.
 - (E) Comercial.
- 7) Em Mídia, Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2009) apresentam alguns padrões de formato para comercialização nos meios de comunicação. Assinale a opção que apresenta corretamente o meio, o respectivo padrão e suas características.
- (A) Outdoor - cartaz de 32 folhas, veiculado por mês ou bimestre.
 - (B) Cinema - cine semana, que compreende os dias e o intervalo entre 6ª feira e 5ª feira.
 - (C) Televisão - texto-foguete de 15 segundos, inserido durante eventos esportivos.
 - (D) Rádio - expressão spot ou jingle para peças predominantemente cantadas.
 - (E) Internet - banner é uma página de anúncio apresentada na tela sem que o usuário tenha pedido.
- 8) Assinale a opção que apresenta um formato de arquivo original do PHOTOSHOP de imagens editadas ou editáveis.
- (A) JPEG
 - (B) GIF
 - (C) PDF
 - (D) PSD
 - (E) PHS

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 9) Segundo Barbosa e Rabaça (2001), como é denominado qualquer indivíduo ou grupo de indivíduos que podem afetar a realização dos objetivos de uma organização ou ser afetado por ela?
- (A) Stakeholder.
 - (B) Público-alvo.
 - (C) Público interno.
 - (D) Público externo.
 - (E) Mercado consumidor.
- 10) Em tipologia, segundo Williams (2008), assinale a opção que apresenta somente princípios utilizados para contrastes de tipos.
- (A) Alinhamento, cor, direção e forma.
 - (B) Cor, estrutura, peso e repetição.
 - (C) Alinhamento, direção, forma e peso.
 - (D) Forma, estrutura, peso e tamanho.
 - (E) Cor, direção, estrutura e repetição.
- 11) Kotler & Armstrong (2006) apresentam as cinco ferramentas de promoção mais importantes em um MIX de comunicações de MARKETING. Qual ferramenta é definida como incentivos de curto prazo para estimular a compra ou a venda de um produto ou serviço?
- (A) Propaganda.
 - (B) Venda pessoal.
 - (C) Marketing direto.
 - (D) Relações públicas.
 - (E) Promoção de vendas.
- 12) De acordo com Lage (2003), o Novo Jornalismo ou Jornalismo Diversional, que tem como expoentes Truman Capote e Norman Mailer, se caracteriza pela
- (A) valorização da objetividade.
 - (B) imparcialidade acima de tudo.
 - (C) clareza de ideias.
 - (D) força do monólogo interior.
 - (E) veracidade da informação.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 13) Em um sistema de comunicação, segundo Rego (1986), que área é responsável pelo acompanhamento das entrevistas do corpo executivo com os meios de comunicação?
- (A) Relações públicas.
 - (B) Marketing cultural.
 - (C) Editoração promocional.
 - (D) Jornalismo empresarial.
 - (E) Publicidade institucional.
- 14) No fim do século XV, a impressão foi introduzida na Inglaterra. Porém, apenas quase um século e meio mais tarde, começaram a surgir os primeiros precursores do jornal. Segundo De Fleur e Ball (1993), qual era o nome dessas impressões?
- (A) Gazetas.
 - (B) Folhas.
 - (C) Corantos.
 - (D) Diários.
 - (E) Correios.
- 15) Os termos notícia e reportagem são comumente utilizados como elementos semelhantes dentro do jornalismo. Porém, cada um deles carrega certas particularidades. Segundo Sodré e Ferrari (1986), quais características distinguem a notícia da reportagem?
- (A) A extensão e a abrangência, apenas.
 - (B) Somente as peculiaridades de discurso e os modos de enunciação.
 - (C) Somente a primeira trata de fatos recentes.
 - (D) Principalmente, nos quesitos tempo e atualidade de um fato.
 - (E) Geralmente, a reportagem é mais sucinta e sem contextualização.
- 16) De acordo com Moherdau (2007), o jornalismo ON-LINE apresenta alguns aspectos que o diferenciam do jornalismo tradicional. São características dessa nova plataforma jornalística, EXCETO:
- (A) presença de periodicidade.
 - (B) notícia mais bem contextualizada.
 - (C) ausência de restrição de tempo e espaço.
 - (D) multiplicidade de linguagens.
 - (E) pirâmide invertida.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 17) Com o advento das mudanças tecnológicas, o jornalismo passou por profundas transformações. Houve a introdução da diagramação, alterações no planejamento das matérias e páginas, substituição da composição em liga de chumbo-antimônio pela composição a frio e, recentemente, a incorporação da técnica Reportagem Assistida por Computador (RAC). Segundo Lage (2003), a RAC se baseia no emprego dos seguintes procedimentos:
- (A) utilização de planilhas de cálculo, processamento de informação primária e navegação e busca na INTRANET.
 - (B) uso de banco de dados, navegação e busca na INTERNET e processamento de informação primária.
 - (C) processamento de informação terciária, utilização de planilhas de cálculo e navegação e busca na INTERNET.
 - (D) uso de banco de dados, navegação e busca na INTRANET e processamento de informação intermediária.
 - (E) produção de mensagens compreensíveis, processamento de informação terciária e uso de planilhas de cálculo.
- 18) Nas redações de mídias impressas e digitais, é comum o emprego de jargões jornalísticos, ou seja, a utilização de expressões próprias daquele ambiente de trabalho. Com relação a esses jargões, segundo Erbolato (2008), assinale a opção correta.
- (A) Abre pernas significa abertura de parênteses.
 - (B) Antetítulo é uma palavra ou frase colocada abaixo do título.
 - (C) Bíblia é o mesmo que jornal raro, de publicação restrita.
 - (D) Boneco representa sinal oblíquo ou vertical, colocado nas provas pelos revisores.
 - (E) Deadline é sinônimo de mistura desordenada das linhas da composição.

- 19) Para muitos teóricos da comunicação social, a reportagem é considerada um gênero jornalístico privilegiado. Além disso, é nela que se contam e se narram as peripécias da atualidade. Sendo assim, Sodré e Ferrari (1986) afirmam que três das principais características de uma reportagem são:
- (A) predominância da forma narrativa, humanização do relato e sistema misto.
 - (B) humanização do relato, lead chavão e texto de natureza impressionista.
 - (C) objetividade dos fatos narrados, texto de natureza impressionista e humanização do relato.
 - (D) objetividade dos fatos narrados, predominância da forma descritiva e texto de natureza objetiva.
 - (E) texto de natureza objetiva, predominância da forma descritiva e humanização do relato.
- 20) De acordo com Erbolato (2008), existem vários tipos de LEADS. Assinale a opção em que o tipo de LEAD está com a definição INCORRETA.
- (A) Citação: transcreve um pronunciamento.
 - (B) Documentário: serve de base histórica.
 - (C) Flash: introduz laconicamente uma notícia.
 - (D) Suspense: provoca emoção em quem lê.
 - (E) Direto: conta praticamente tudo o que ocorreu.
- 21) McLuhan (1964) afirma que os meios podem ser divididos em quentes e frios. De acordo com esse pensador, assinale a opção que explica por que o rádio e o cinema podem ser considerados meios quentes.
- (A) Ao ouvido, é fornecida uma magra quantidade de informação.
 - (B) São meios de baixa definição, pois muitas coisas devem ser preenchidas pelo ouvinte.
 - (C) Não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência.
 - (D) São meios que rejeitam as personalidades muito delineadas.
 - (E) São de baixa intensidade, não fornecem informações detalhadas sobre os objetos.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 22) Ao mesmo tempo em que as mídias sociais representam inúmeras oportunidades de vender mais, de melhorar a exposição dos produtos/serviços e de criar uma aproximação com os consumidores, elas também podem se tornar um verdadeiro pesadelo. De acordo com Ramalho (2010), em um gerenciamento de crise é preciso ter como base a premissa de que
- (A) a transparência na comunicação prejudica a empresa.
 - (B) a primeira reação precisa acontecer em até uma semana.
 - (C) é preciso haver velocidade de propagação da resposta.
 - (D) os meios de comunicação tradicionais podem ser ignorados.
 - (E) basta publicar um post no blog ou site da empresa.
- 23) As métricas em mídias sociais podem ser qualitativas ou quantitativas. Segundo Ramalho (2010), alguns objetivos podem ser quantificados na INTERNET, EXCETO:
- (A) o número de visitantes que preencheram um cadastro.
 - (B) a diminuição das postagens negativas.
 - (C) a redução das chamadas no SAC.
 - (D) a melhoria do RANKING de REFERRALS.
 - (E) o número de novos consumidores.
- 24) Segundo McLuhan (1964), a expressão "o meio é a mensagem" representa
- (A) que o significado de uma mensagem é a mudança que ela produz na imagem. O interesse antes pelo efeito do que pelo significado é uma mudança básica de nosso tempo.
 - (B) a projeção dos meios de comunicação num abraço global, abolindo tempo e espaço.
 - (C) uma tecnologia de alfabetização, a partir da qual o homem ocidental adquiriu o poder de agir sem reação.
 - (D) que a informação, graças à sua intensidade especializada, quebrou os elos das corporações e mosteiros medievais.
 - (E) que toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo. Os ambientes não são envoltórios passivos, mas processos ativos.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 25) Com relação a plano, projeto e programa de relações públicas, segundo Kunsch (2010), assinale a opção correta.
- (A) O programa está diretamente relacionado à logística de implantação das ações. Ordena no tempo e no espaço as atividades a serem desenvolvidas. Expressa muito mais um cronograma.
 - (B) O projeto delinea os objetivos gerais a serem alcançados, as diretrizes, os recursos, os prazos e contém, ainda, as macropolíticas e as macroestratégias da organização.
 - (C) O programa é abrangente, mas tem em sua forma algo mais simples do que um projeto e contém os pressupostos básicos para a tomada de decisão.
 - (D) O plano é o documento que sistematiza e estabelece o traçado prévio de um conjunto de ações e o cronograma de implantação, prevendo sua logística.
 - (E) O programa consiste, basicamente, numa proposição de ideias ordenadas e num conjunto de ações capazes de modificar uma situação identificada por outra desejada.
- 26) De acordo com Erbolato (2008), enquanto um jornal está sendo impresso, é possível alterar e substituir qualquer uma de suas páginas. Caso chegue alguma notícia importante, substitui-se uma delas pela que acaba de ser conhecida. Esse procedimento é denominado
- (A) calhau.
 - (B) barriga.
 - (C) pente-fino.
 - (D) segundo clichê.
 - (E) plantar notícia.

27) Segundo Lage (2003), a entrevista é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo e também uma expansão da consulta às fontes, objetivando a coleta de interpretações e reconstituição. Com relação aos tipos de entrevistas, coloque V(verdadeiro) ou F(falso) nas afirmativas abaixo, assinalando a seguir a opção correta.

- () Ritual: o objetivo da entrevista não é um tema particular, o acontecimento específico, mas a figura do entrevistado.
- () Ocasional: é não programada ou, pelo menos, não combinada previamente. O entrevistado é questionado sobre algum assunto e o resultado pode ser interessante.
- () Dialogal: é a entrevista por excelência. Marcada com antecipação, reúne entrevistado e entrevistador em ambiente controlado.
- () Testemunhal: o entrevistado é submetido a perguntas de vários repórteres, que representam diferentes veículos, em ambiente de maior ou menor formalidade.
- () Coletiva: aborda um tema sobre o qual se supõe que o entrevistado tenha condições e autoridade para discorrer.

- (A) (F) (V) (F) (V) (F)
- (B) (V) (F) (V) (F) (F)
- (C) (F) (V) (F) (V) (V)
- (D) (V) (V) (F) (F) (V)
- (E) (F) (V) (V) (F) (F)

- 28) Com relação à narrativa digital, correlacione os elementos abaixo às suas características e assinale a opção correta.

ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS
I - OPEN SOURCE	() Conteúdo para BLOG via celular. () Narração textual contínua de um fato.
II - Ao vivo	() Banco de dados de usuários para participação de conteúdo.
III- MOBLOG	() Dispor conteúdo no formato para distribuir em PALMTOPS.
IV - PODCASTING	() Oferecer texto, áudio e vídeo para DOWNLOAD.
V - PDA	() Produzir conteúdo multimídia para ser distribuído via celular.

- (A) (II) (-) (V) (IV) (I) (III)
(B) (IV) (I) (-) (II) (III) (V)
(C) (III) (IV) (I) (-) (II) (V)
(D) (III) (II) (I) (IV) (V) (-)
(E) (IV) (V) (-) (II) (III) (I)

- 29) Um aspecto importante da comunicação corporativa é a identificação e o conhecimento dos públicos com os quais as organizações se comunicam. Com relação aos STAKEHOLDERS, segundo Silva Neto (2010), assinale a opção que apresenta aquele que se destaca por exercer grande influência no processo de formação da imagem das empresas.

- (A) Funcionários.
(B) Consumidores.
(C) Concorrentes.
(D) A mídia.
(E) Organizações não governamentais.

- 30) A teoria que explica que as mensagens da mídia seriam capazes de moldar a opinião pública e inclinar as massas para quase qualquer ponto de vista desejado pelo comunicador é a teoria da

- (A) Bala Mágica.
(B) Informação.
(C) Diferenciação Social.
(D) Aldeia Global.
(E) Cultivação.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 31) Com relação às atividades desempenhadas por um pauteiro, segundo Barbeiro e Lima (2013), assinale a opção correta.
- (A) Deve conseguir autorizações para que o repórter possa entrar no interior de locais públicos e privados com antecedência.
 - (B) O ideal é que tenha boa cultura geral para desenvolver vários assuntos, sem se especializar em determinada área.
 - (C) Não deve propor o tipo de imagem que o cinegrafista deve fazer, já que isso é função da equipe de reportagem.
 - (D) As assessorias de imprensa devem ser utilizadas como fontes primárias de informação, pois fornecem dados oficiais.
 - (E) Todo entrevistado precisa de pauta para participar da programação, principalmente autoridades públicas e personalidades de renome internacional.
- 32) Com relação à comunicação organizacional e reputação, assinale a opção correta, segundo Silva Neto (2010).
- (A) Reputação corporativa é o uso da comunicação em parceria com as demais áreas da empresa para construir uma reputação positiva, proporcionando proteção no caso de crises.
 - (B) A comunicação com os investidores é o uso da comunicação, em parceria com as demais áreas da empresa para desenvolver e julgar processos voltados à qualidade de vida.
 - (C) A comunicação corporativa consiste no desenvolvimento de estudos, planos e programas para que a empresa possa se comunicar correta e rapidamente com seus públicos em situações de crise.
 - (D) A comunicação interna desenvolve programas para manter funcionários e clientes bem informados e engajados nos programas da organização.
 - (E) A propaganda corporativa, em parceria principalmente com o Marketing, é o uso da comunicação para garantir a divulgação da organização nos meios de comunicação, buscando obter mídia espontânea.

- 33) O modelo de diálogo com a imprensa proposto por Molleda (*apud* DUARTE, 2011) apresenta diferentes etapas que podem servir de orientação para o trabalho de pesquisadores e profissionais. Assinale a opção INCORRETA com relação às etapas desse modelo.
- (A) O gerenciamento da informação e a necessidade de produzir os subsídios informativos enquadrados.
 - (B) A manutenção de boas relações com a imprensa, a avaliação final do processo e seus efeitos nos públicos externos e internos.
 - (C) A promoção incondicional de uma comunicação aberta e direta entre as fontes organizacionais importantes e os profissionais da imprensa demandantes.
 - (D) A produção de sucessivos subsídios informativos em resposta a pedidos dos meios de comunicação de massa e manutenção de boas relações com a imprensa.
 - (E) O monitoramento do uso de subsídios e informativos na cobertura da imprensa e possíveis reações dos públicos envolvidos ou metas.
- 34) Segundo Duarte (2011), os jornalistas e os relações públicas de uma empresa ou órgão podem agir de várias formas. Com relação aos tipos de assessoria de imprensa, pode-se afirmar que a assessoria:
- (A) preventiva é aquela que mobiliza a organização à procura de notícias, mantém permanente interlocução com a mídia e propõe pautas. Sua maior incompatibilidade é com empresas que não gostam de se expor.
 - (B) Proativa é aquela que busca identificar e eliminar os aspectos vulneráveis de uma organização para minimizar os riscos de exposição desfavorável na mídia.
 - (C) preventiva analisa todas as variáveis dos problemas para recomendar atitudes que possam ser tomadas e que minimizem o impacto na mídia e na imagem da organização.
 - (D) reativa não atende às demandas da imprensa, pois nem sempre os pedidos constam na pauta da empresa e podem ser demandas desfavoráveis, como uma denúncia.
 - (E) reativa possui maior incompatibilidade com empresas de perfil baixo, que não gostam de se expor.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 35) Com relação ao planejamento estratégico da comunicação, segundo Duarte (2011), assinale a opção correta.
- (A) A assessoria de imprensa deve prescindir da inovação e da criatividade, sabendo que ser criativo e inovador não significa abrir mão de toda a experiência.
 - (B) O planejamento da assessoria de imprensa independe do planejamento da comunicação da organização, pois essa assessoria deve agir com autonomia.
 - (C) Na fase de implementação do planejamento estratégico da comunicação, é importante pôr em prática exatamente aquilo que foi planejado, evitando alterações.
 - (D) Para traduzir a identidade da organização, a assessoria de imprensa não precisa, necessariamente, estar integrada e alinhada aos demais programas da organização.
 - (E) A mensuração de resultados deve ter como base o planejamento estratégico, vinculando os resultados obtidos ao planejamento estabelecido.
- 36) De acordo com Barbeiro (2013), os jornalistas do século XXI precisam saber conviver com o "poder da mandala". Sendo assim, assinale a opção que apresenta a definição correta para esse termo.
- (A) Influência que uma instituição exerce sobre seu público interno.
 - (B) Ambiente que não tem limites definidos nem número exato de nodos e de internautas.
 - (C) Comunicação dirigida a um grande público por intermediários técnicos sustentados pela economia de mercado.
 - (D) Grupo de pessoas, ligadas por interesses comuns, que se reúnem no ciberespaço.
 - (E) Conjunto dos procedimentos formais de comunicação utilizados em uma organização.

- 37) As redações de TV, de rádio e de publicações impressas são ambientes que circulam expressões próprias da profissão jornalística. Sendo assim, segundo Erbolato (2008), qual é a definição para o termo "cápsula"?
- (A) Assuntos mais destacados em uma reportagem.
 - (B) Lead bombástico e de grande efeito.
 - (C) Seção especializada de um jornal ou revista.
 - (D) Notícia falsa ou errada.
 - (E) Periódico de pequeno formato, editado por sindicatos.
- 38) Com relação ao código de conduta ética que rege o jornalismo, assinale a opção correta.
- (A) O profissional de imprensa, ao acompanhar o trabalho de autoridades policiais, busca cooperar ativamente na investigação.
 - (B) O uso de câmera escondida é uma falsa atividade do jornalismo investigativo, pois não é ético gravar uma entrevista sem o consentimento do entrevistado.
 - (C) A identificação, na notícia, de características como etnia, profissão, sexo e crença religiosa deve ser incentivada.
 - (D) É aconselhável a divulgação, na notícia, de valores de pagamento de resgate ou de carregamento de drogas apreendido, pois enriquece a matéria.
 - (E) O interesse público deve prevalecer na divulgação de um sequestro, mesmo havendo a convicção de que a divulgação coloca em risco a vida da pessoa sequestrada.

- 39) Segundo Forni (2013), com relação ao processo de gestão de crises, é correto afirmar que:
- (A) atualmente, os especialistas preconizam o processo de gestão de crise como o conjunto de ações para reduzir danos causados após a ocorrência do fato gerador.
 - (B) são fatores básicos para a gestão de crises: um plano de crise simples e flexível, a necessidade de liderança, um porta-voz preparado, a identificação e a necessidade de estabelecer relação com os diversos stakeholders, o timing da resposta e o plano de comunicação.
 - (C) o plano de gerenciamento de crises é um documento desenvolvido com o intuito de treinar, organizar, orientar, facilitar e uniformizar as ações de controle e combate às ocorrências normais, propondo uma série de procedimentos alternativos ao funcionamento normal da organização.
 - (D) o ideal é que cada área da organização faça sua própria gestão da crise, sendo salutar que haja, por exemplo, um plano de resposta a desastres naturais, um plano de emergência de instalações, um plano de resposta a incêndios, um plano de comunicação de crise e um plano de emergência para internet.
 - (E) o plano de contingência ou planejamento de risco regula a mecânica da crise, mas não possui validade, pois não estabelece ações preventivas com o objetivo de controlar uma situação de emergência e de minimizar as consequências negativas para a organização.
- 40) Em jornalismo, há um profissional responsável por ordenar, classificar e escolher o que vai ser noticiado ou não. Segundo Barbeiro e Lima (2013), essas atividades são desempenhadas pelo
- (A) repórter.
 - (B) editor-chefe.
 - (C) âncora.
 - (D) pauteiro.
 - (E) chefe de produção.

- 41) Segundo Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2009), a publicidade tem suas funções de acordo com os objetivos e as necessidades do anunciante. Com relação às funções da publicidade no varejo, correlacione as atividades abaixo às suas características e, a seguir, assinale a opção correta.

ATIVIDADES	CARACTERÍSTICAS
I - Ativar a rotação dos estoques	() O que as pessoas pensam a respeito da empresa.
II - Aproveitar as ocorrências sazonais	() Toda loja precisa manter um tráfego diário de fregueses.
III- Estabilizar as vendas	() O público tende a reagir positivamente quando vê vantagens e liquidações.
IV - Estabelecer o conceito da empresa	() São acontecimentos dos quais o varejista pode tirar partido.
V - Aumentar a frequência de visita à loja	() Mercadoria parada na prateleira ou no estoque não dá lucro. () Os novos tentam tomar a posição dos antigos.

(A) (-) (IV) (V) (III) (I) (II)
(B) (IV) (III) (-) (II) (I) (V)
(C) (V) (IV) (III) (II) (-) (I)
(D) (V) (III) (-) (IV) (I) (II)
(E) (IV) (V) (III) (II) (I) (-)

- 42) O gerenciamento das Relações Públicas, de acordo com Ehling, White e Grunig (apud KUNSCH, 2003), tem como fundamento quatro teorias essenciais. Entre essas teorias, aquela que ajuda a compreender os conceitos gerais e as interdependências entre indivíduos, grupos e organizações, trata das relações e interações no mundo da sociedade organizacional e no interior de cada organização, é a teoria

- (A) do comportamento organizacional.
(B) de conflitos-resoluções.
(C) de gerenciamento.
(D) interorganizacional.
(E) do marketing.

Prova : Amarela
Profissão : COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso : CP-T/2015

- 43) A distribuição dos funcionários que trabalham em uma agência de publicidade acontece de acordo com suas especificidades. Segundo Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2009), são cinco as principais atividades-fim. Sendo assim, assinale a opção correta.
- (A) Atendimento: no passado, era a área responsável por pesquisas.
 - (B) Criação: constrói parcerias com os contatos dos veículos.
 - (C) Mídia: realiza o contato entre a agência e o cliente.
 - (D) Produção: é a área mais visível das agências.
 - (E) Planejamento: lidera o pensamento estratégico da agência.
- 44) Com relação ao Cerimonial Público, é correto afirmar que:
- (A) o Hino Nacional deverá ser executado logo após a autoridade máxima ocupar seu lugar e, em cerimônias em que se tenha que executar um hino estrangeiro, este sucederá a execução do Hino Nacional brasileiro.
 - (B) quando a execução do Hino Nacional for instrumental, toca-se a música integralmente, do começo até o fim da segunda parte do poema, no entanto, quando a execução for vocal, as duas partes do poema não precisam ser cantadas.
 - (C) entre as unidades da Federação, a precedência de bandeiras obedece à ordem de criação dos estados e do Distrito Federal, e entre a Bandeira Nacional e as bandeiras de outros países, o procedimento correto é o de seguir a ordem alfabética brasileira.
 - (D) a Lei 5.700, de 1971, permite que sejam criados arranjos vocais ou artístico-instrumentais para o Hino Nacional brasileiro, desde que autorizados pela autoridade que presidirá a cerimônia.
 - (E) a Bandeira Nacional jamais poderá permanecer hasteada durante o período noturno, com exceção para os dias de festa e de luto oficial.

- 45) Uma importante característica da formação do profissional de Relações Públicas é o treinamento na gestão de eventos e cerimoniais destinados a todos os públicos de uma instituição. Com relação a esses eventos, assinale a opção correta.
- (A) A precedência entre os ministros de Estado e os titulares de secretarias de Estado com status de ministro, ainda que interinos, é determinada pelo critério histórico da criação do respectivo ministério.
 - (B) A forma de tratamento "Digníssimo" foi substituída por "Ilustríssimo", de acordo com os Decretos nº 1.937/1996, 2.954/1999 e 4.176/2002, que revogaram a Instrução Normativa 468, de 5 de março de 1992.
 - (C) Para nortear o trabalho de cerimonial, sempre que o evento contar com a presença de muitas autoridades e com o envolvimento de uma grande equipe de apoio, sugere-se a elaboração de um histórico.
 - (D) Nas cerimônias de caráter federal, autoridades e personalidades em igualdade de categoria terão a precedência estabelecida na seguinte ordem: primeiro, as autoridades e os funcionários da União; depois, os estrangeiros e, em seguida, as autoridades e os funcionários estaduais e municipais.
 - (E) O roteiro é a relação de autoridades presentes à cerimônia. Poderá ser feito em forma de lista com nome, cargo e entidade de autoridades.

- 46) Na organização de um jantar para uma comitiva de autoridades estrangeiras, todos os detalhes da organização são importantes. Sendo assim, assinale a opção correta.
- (A) O serviço à americana caracteriza-se pela formalidade e pelo requinte. Os convidados são acomodados em mesas e servidos individualmente por garçons. É desejável o apoio de um garçom para cada seis convidados, no máximo. Os garçons devem servir os pratos pela esquerda e retirá-los pela direita.
 - (B) Se algum material informativo for entregue aos participantes, é melhor fazer a distribuição no início do jantar, para que conheçam, de antemão, os assuntos de importância para o anfitrião.
 - (C) O traje passeio completo não pode ser usado a qualquer hora do dia ou da noite. No Brasil, o traje passeio completo tem o mesmo significado de traje passeio, porque a gravata vem sendo, aos poucos, abolida.
 - (D) O serviço à francesa caracteriza-se, em linhas gerais, por apresentar os pratos salgados, as sobremesas e as bebidas em mesas estilo bufê, onde cada convidado pode se servir à vontade. Nesse tipo de serviço, a mesa não é posta.
 - (E) O serviço à inglesa caracteriza-se por ser uma maneira mais informal de servir refeições. Os convidados se servem e depois ocupam seus lugares à mesa. Nesse tipo de serviço, as travessas são dispostas sobre um aparador, mas as mesas são arrumadas e decoradas com formalidade.

47) Analise as afirmativas abaixo.

Para Ramalho (2010), embora as mídias sociais sejam parte integrante da sociedade moderna, a maioria das empresas que entram nas redes sociais o fazem sem qualquer planejamento. Sobre o planejamento para as mídias sociais, é correto afirmar que:

- I - sabendo que o monitoramento é o ponto de partida para o processo de planejamento, ao elaborar um plano de ação para as mídias sociais, é necessário também, entre outras coisas, identificar onde está o público-alvo da organização, qual é o seu comportamento e seus interesses.
- II - usar um consultor externo irá reduzir o tempo de aprendizado e trará uma visão mais realista e isenta do processo, entretanto um colaborador interno apresenta o benefício de conhecer a organização. A combinação de ambos é uma boa opção.
- III- usuários-alvo são aqueles que necessitam de uma abordagem mais demorada e contínua, além de serem influenciados pelos usuários comprometidos. Usuários comprometidos são aqueles que sempre responderão rapidamente a um estímulo e irão produzir material espontâneo positivo ou negativo.

Assinale a opção correta.

- (A) Apenas as afirmativas I e III são verdadeiras.
- (B) Apenas as afirmativas I e II são verdadeiras.
- (C) Apenas as afirmativas II e III são verdadeiras.
- (D) Apenas a afirmativa II é verdadeira.
- (E) Apenas a afirmativa III é verdadeira.

48) Segundo Erbolato (2008), as agências mundiais de informação podem receber classificações quanto à sua organização jurídica e finalidade. Coloque V (verdadeiro) ou F (falso) nas afirmativas abaixo, assinalando a seguir a opção correta, de acordo com essas classificações.

- () Gerais: divulgam informações de todos para todo o mundo.
- () De artigos: contratam matérias assinadas por nomes de destaque do jornalismo nacional e internacional.
- () Especializadas: destinam-se exclusivamente a difundir uma determinada classe de serviços.
- () Internacionais: divulgam praticamente todo e qualquer noticiário que possa interessar aos assinantes e ao público.
- () Cooperativas: surgidas por iniciativa não oficial e administradas como um órgão ou empresa privada.

- (A) (F) (V) (V) (V) (F)
- (B) (F) (V) (V) (F) (F)
- (C) (F) (V) (F) (V) (F)
- (D) (V) (V) (F) (F) (V)
- (E) (V) (F) (V) (F) (F)

49) Os textos para rádio, TV e INTERNET têm algumas peculiaridades que os diferenciam dos textos dos veículos impressos. Segundo Barbeiro e Lima (2013), assinale a opção correta acerca dos veículos eletrônicos.

- (A) A televisão, o site e o rádio têm como característica em comum a instantaneidade.
- (B) Recomenda-se não escrever números por extenso, para facilitar a leitura do apresentador.
- (C) Devem-se buscar sinônimos de palavras na TV, pois a repetição sempre empobrece o texto.
- (D) A utilização de cacófatos, desde que na medida certa, ajuda na compreensão da notícia.
- (E) Todas as siglas, mesmo as mais conhecidas, precisam ser desdobradas.

- 50) Os termos cerimonial, protocolo e etiqueta são erroneamente utilizados como sinônimos. Apesar do objetivo comum de sistematizar as relações sociais, servindo de parâmetro para a atuação dos indivíduos, organizações e governos, os conceitos diferem quanto à origem e à destinação. Sendo assim, é correto afirmar que:
- (A) o protocolo tem a responsabilidade de prezar pela harmonia entre os participantes, respeitando os níveis hierárquicos das autoridades presentes, utilizando adequadamente a ordem de precedência, o posicionamento das autoridades e a forma de tratamento.
 - (B) o cerimonial é o conjunto de normas, regras e códigos que regulamentam a cerimônia. É reconhecido internacionalmente como um sistema de cortesia que garante as prerrogativas dos participantes.
 - (C) o protocolo norteia o planejamento e a organização dos eventos por meio de um roteiro que estabelece a sucessão dos atos e as formalidades da solenidade e que deve ser seguido por todos aqueles que participarão do ato.
 - (D) o cerimonial é o sistema que indica a forma adequada de viver e conviver em sociedade, abordando aspectos como vestuário, alimentação, como convidar e ser convidado, comunicação pelo uso da linguagem escrita, oral e gestual.
 - (E) o protocolo refere-se tanto às práticas adotadas por um país no relacionamento com as nações estrangeiras quanto às práticas internas do governo.