

**SELEÇÃO PÚBLICA PARA O PROGRAMA DE ESTÁGIO – ANO 2015**  
**FORMAÇÃO PARA O CADASTRO RESERVA DE ESTUDANTES DE**  
**NÍVEL SUPERIOR TCE-PE E ECPBG**

**CADERNO DE QUESTÕES**

**Publicidade e Propaganda**

**LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES SEGUINTE:**

- 1 Confira se, além deste CADERNO DE QUESTÕES referente ao cargo escolhido, que contém 50 questões objetivas, você recebeu a FOLHA DE RESPOSTAS destinada à marcação das respostas da prova.
- 2 Verifique se o seu nome e o número de sua inscrição conferem com os que aparecem na FOLHA DE RESPOSTAS. Em caso de divergência, notifique imediatamente o fiscal.
- 3 Após a conferência, assine seu nome nos espaços próprios da FOLHA DE RESPOSTAS, utilizando, de preferência, caneta esferográfica de tinta preta ou azul.
- 4 Não dobre, não amasse e nem manche a FOLHA DE RESPOSTAS. Ela somente poderá ser substituída caso esteja danificada na barra de reconhecimento para leitura óptica.
- 5 Na FOLHA DE RESPOSTAS, marque, para cada questão, a letra correspondente à opção escolhida para a resposta, preenchendo todo o espaço compreendido no retângulo à caneta esferográfica de tinta preta ou azul. Preencha os campos de marcação completamente, sem deixar espaços em branco.
- 6 Para cada uma das questões objetivas, são apresentadas 5 alternativas, identificadas com as letras **A, B, C, D e E**. Apenas uma responde adequadamente à questão. A marcação em mais de uma opção na FOLHA DE RESPOSTAS, anula a questão, mesmo que uma das respostas esteja correta.
- 7 As provas terão duração máxima de **4 (quatro) horas**, compreendendo a Prova Objetiva e a Prova de Redação, sendo a permanência mínima na sala de aplicação de 1 (uma) hora após o seu início. Não será concedido tempo adicional visando a cópia ou a transcrição das respostas.
- 8 Sugerimos que reserve os 30 minutos finais para marcar sua FOLHA DE RESPOSTAS. Os rascunhos e as marcações assinaladas no CADERNO DE QUESTÕES não serão considerados na avaliação. A folha definitiva de respostas e a de Redação serão os únicos documentos válidos para correção. Quando terminar a prova, entregue ao fiscal este CADERNO DE QUESTÕES e a FOLHA DE RESPOSTAS.
- 9 Os candidatos que portarem algum objeto eletrônico deverão mantê-los desligados e acondicionados em sacos plásticos, fornecidos pela CKM Serviços, colocados debaixo da carteira. O candidato que se recusar a seguir o procedimento descrito será retirado da sala de prova e, conseqüentemente, será eliminado da Seleção Pública.
- 10 Não será permitida durante a realização das provas a comunicação entre os candidatos, nem a utilização de livros, anotações, impressos que não são permitidos e/ou qualquer outro material de consulta, inclusive códigos e/ou legislação.
- 11 O penúltimo e o antepenúltimo candidato que terminarem a prova deverão ficar na sala até o último candidato entregar a prova. O candidato que estiver fazendo a prova por último não é testemunha, e sim a pessoa que está sendo observada.

**NOME DO CANDIDATO:**

**Nº de Inscrição:**

**RG nº:**

**Sala:**

**Carteira:**



## LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o trecho da notícia abaixo para responder às questões de 01 a 03:

**Cães 'geração saúde' superam doença cardíaca com caminhadas, diz Incor.**

MARIANA VERSOLATO  
EDITORA-ASSISTENTE DE "COTIDIANO"  
09/05/2015 18h00

Não são só os humanos que vivem cada vez mais e sofrem dos males que a idade avançada traz.

Os pacientes caninos também estão mais longevos – graças aos avanços da medicina veterinária e ao uso das rações balanceadas, que substituíram a refeição feita de restos de comida.

Daí que cresce o número de cãesinhos cardiopatas. Até 35% dos cachorros idosos desenvolvem alguma doença cardíaca, sendo a insuficiência da válvula mitral a mais comum delas – grosso modo, a válvula não fecha direito e acaba prejudicando o bombeamento do sangue. [...]

Adaptado de: <<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2015/05/1626848-caes-geracao-saude-superam-doenca-cardiaca-com-caminhadas-diz-incor.shtm>>.

Acesso em: 16 junho de 2015.

### Questão 01

*Não são só os humanos que vivem cada vez mais e sofrem dos males que a idade avançada traz.*

O trecho acima é constituído por apenas uma frase. Ela pode ser definida, sintaticamente, como:

- A Período composto por subordinação.
- B Oração simples coordenada assindética.
- C Oração simples coordenada sindética.
- D Período simples absoluto.
- E Período composto misto.

### Questão 02

Na notícia, há um item coesivo que representa forte marca de oralidade, é ele:

- A Grosso modo.
- B Daí.
- C Graças.
- D Só.
- E Até.

### Questão 03

O título do texto apresenta a declaração “geração saúde”. Após a leitura da notícia, pode-se depreender que **tal expressão idiomática** significa que:

- A Hoje, os cães são diagnosticados com mais doenças, principalmente cardíacas, em virtude de novas descobertas da Medicina Veterinária.
- B Historicamente, os cachorros não praticavam exercícios e, agora, sim, incentivados por seus veterinários.
- C As caminhadas são as principais responsáveis pela insuficiência da válvula mitral em cachorros idosos.
- D 35% dos cachorros idosos não são saudáveis, pois desenvolveram algum tipo de doença hepática.
- E Na atualidade, os cães recebem mais cuidados e, por consequência, vivem mais, graças aos avanços da Medicina Veterinária e de uma alimentação mais saudável.

### Questão 04

Na frase “Levo o sertão dentro de **mim** e o mundo **no qual** vivo é também o sertão”, de Guimarães Rosa, classifique os dois pronomes destacados, **respectivamente**:

- A Pessoal e Reto.
- B Indefinido e demonstrativo.
- C Pessoal e Oblíquo.
- D Oblíquo e Relativo.
- E Oblíquo e demonstrativo.

### Questão 05

Assinale a alternativa em que **todas** as palavras estão grafadas CORRETAMENTE:

- A através – sujeito – condizente – expansão – sintaxe – dissídio.
- B correição – jincana – atrás – intergeição – clacificar – comparação.
- C atrás – expressão – paisagem – graça – aves – sugeito.
- D gênero – amoroso – excêntrico – graxa – cortezia – disposição.
- E instrução – associação – exorcizar – intergeição – análise – através.

### Questão 06

Das frases a seguir, qual está na **voz passiva** e possui um **agente**?

- A Júlio colocou-se no lugar da irmã.
- B Ana foi orientada por seu pai.
- C Vanessa apontou o dedo para mim!
- D Teresa passara mal durante a prova.
- E Alex é amado.

### Questão 07

Os verbos *defectivos* são um tipo específico de verbos irregulares que não são conjugados em todos os tempos e pessoas. Dos verbos abaixo, assinale o defectivo:

- A Morrer.
- B Corroborar.
- C Legislar.
- D Falir.
- E Caracterizar.

### Questão 08

No enunciado “O cachorro que passava na rua estava com fome”, o sentido pode ser alterado apenas com emprego de duas vírgulas. Assinale a alternativa em que, mantendo-se as regras gramaticais, as vírgulas estejam adequadamente empregadas para o efeito de mudança de sentido:

- A O, cachorro, que passava na rua estava com fome.
- B O cachorro que, passava na rua estava, com fome.
- C O cachorro que, passava, na rua estava com fome.
- D O cachorro, que passava na rua estava, com fome
- E O cachorro, que passava na rua, estava com fome.

### Questão 09

“Ela pode tirar a carteira de motorista: já tem 18 anos”.

Na frase acima, o sinal de pontuação “dois pontos” poderia ser substituído por vírgula, mantendo-se o nexos entre as orações, se colocada apenas uma conjunção. Assinale qual:

- A portanto
- B e
- C como
- D pois
- E embora

### Questão 10

Aponte a alternativa em que há apenas **substantivos**:

- A congruência – limitação – design – sonho – organização.
- B persistiu – povoado – ocorre – prefeitura – arquitetura.
- C participio – ética – informação – conjugação – aquilata.
- D gênero – munícipe – hercúleo – chove – conhecimento.
- E tribunal – futuro – habilitar – qual – novidade – saber.

### Questão 11

Defina qual alternativa possui **dois** verbos *irregulares*:

- A Beber e Mobilar.
- B Concordar e Convir.
- C Estar e Parar.
- D Medir e Caber.
- E Legislar e Ser.

**Questão 12**

Observe a definição de *coerência* proposta por Ingedore Koch: “é a relação lógica entre as ideias, fazendo com que umas complementem as outras, não se contradigam e formem um todo significativo que é o texto”.

Disponível em: <<http://www.editoracontexto.com.br/blog/coesao-e-coerencia-textual-o-que-e-isso/>> Acesso em: 26 jun. 2015.

Analise, agora, as afirmações abaixo:

- I Princípio da Não Tautologia – evitar traços de linguagem para repetir uma ideia.
- II Princípio da Não Contradição – ideias, no texto, que se contradizem entre si.
- III Princípio da Relevância – utilizar apenas informações que tenham relevo para o que se diz no texto.

Destes *princípios* quais se ligam, efetivamente, à ideia de “coerência”:

- A I, II e III
- B I e II somente.
- C II e III, somente.
- D I e III, somente.
- E III, somente.

Leia o poema a seguir para responder às questões 13 e 14:

**O Bicho**

Vi ontem um bicho  
Na imundície do pátio  
Catando comida entre os detritos.

Quando achava alguma coisa,  
Não examinava nem cheirava:  
Engolia com voracidade.

O bicho não era um cão,  
Não era um gato,  
Não era um rato.

O bicho, meu Deus, era um homem.  
(Manuel Bandeira)

**Questão 13**

“O bicho”, sobre o qual o texto disserta, é construído discursivamente por meio de um **recurso linguístico** muito afeito aos gêneros poéticos. Qual é esse recurso?

- A Sinonímia.
- B Metáfora.
- C Paráfrase.
- D Comparação.
- E Metonímia.

**Questão 14**

No último verso do poema, há a expressão “meu Deus”. Sintaticamente, ela cumpre o papel de:

- A Objeto direto.
- B Objeto indireto.
- C Aposto.
- D Vocativo.
- E Predicativo do sujeito.

**Questão 15**

“Um ano bissexto tem 365 dias”.

Essa assertiva, do ponto de vista textual-discursivo, apresenta um equívoco. Qual é ele?

- A Incoerência externa.
- B Falta de coesão.
- C Incoerência interna.
- D Falta de coesão e incoerência.
- E Sintaxe.

Leia o trecho da crônica abaixo para responder às questões 16 e 17:

Na crônica, como em tudo mais na vida, cada um dá o que tem. No caso do cronista, há ainda uma peculiaridade: ele não só transmite o que lhe está na alma, como precisa se **despersonalizar** ou se **desdobrar**, sei lá, para captar os mistérios e as banalidades do cotidiano. É como uma antena (talvez parabólica) aberta para o mundo, captando novidades, sempre filtradas através de um temperamento e uma história de vida.

(Fonte: <http://www.scliar.org/moacyr/obras/cronicas/as-melhores-cronicas-de-moacyr-scliar/>)

**Questão 16**

O texto tem duas palavras em destaque que apresentam uma mesma raiz. Qual o sentido comum das duas que pode ser apreendido pelo contexto?

- A Ação contrária.
- B Separação.
- C Desenvolvimento.
- D Anterioridade.
- E Início.

**Questão 17**

No contexto do excerto, qual das possibilidades abaixo poderia substituir o adjetivo “peculiaridade” mantendo o sentido empregado por ele e não alterando nenhum outro termo da oração?

- A Especialidade.
- B Particularidade.
- C Característica.
- D Essencialidade.
- E Inerente.

**Questão 18**

Assinale a alternativa que contém apenas **verbos imperativos flexionados na 3ª pessoa do singular e grafados CORRETAMENTE**:

- A floreça – permita – perambule – exija
- B ame – alcance – amadureça – corra
- C acentue – ambiente – corrija – celebre
- D torne – convida – forneça – clame
- E chame – nutra – permite – escreva

**Questão 19**

Dentre as frases a seguir, aponte a única que está com a concordância EXATA:

- A A chuvas estão muito fortes.
- B Nestes meses há muitos raios.
- C Em países temperado neva.
- D Em São Paulo tem muita garoas.
- E No Amazonas fazem muito calor.

**Questão 20**

Em qual das opções todas as palavras estão acentuadas CORRETAMENTE?

- A raíz – árvore – príncipe – jurídico.
- B secretária – análise – régua – política.
- C lógico – esquádro – município – capím.
- D horário – águia – período – estatuírio.
- E júridico – sintése – política – solidário.

**Questão 21**

A regência verbal está INCORRETA em:

- A Lembrou-se da família.
- B Não gostara dela.
- C O concerto o qual assistimos foi ótimo.
- D O ônibus que eu estava quebrou.
- E Espero por uma vaga no time.

**Questão 22**

Aponte a opção em que há, respectivamente, um artigo indefinido e um artigo definido explícitos nos diálogos abaixo:

- A – A vaga é para PCD.  
– Uma delas não.
- B – Luiz chegou.  
– Mas Gabriela não
- C – Uma confraternização é importante.  
– A nossa é imprescindível.
- D – Na Avenida 1 tem banco?  
– não, apenas na Avenida 2.
- E – Uma pizza cairia bem hoje.  
– Um churrasco também.

**Questão 23**

Das assertivas abaixo, qual melhor define *coesão*?

- A Conexão harmoniosa entre as partes do texto, do parágrafo ou da frase, obtida através de itens lexicais que permitem a ligação entre as unidades de sentido da parte.
- B Sequência de itens da classe de palavras *numeral* que dão maior sentido ao texto.
- C Situações de contexto contraditórias entre si, que quebram a lógica do enunciado.
- D São os sujeitos enunciativos do texto, àqueles que, do mundo empírico, se colocam no enunciado proferido.
- E Ciência que consiste em analisar a estrutura de um texto e, a partir disto, compreender as construções ideológicas presentes no mesmo.

Leia o excerto para responder às questões 24 e 25:

**Robô ajuda crianças suecas no aprendizado da escrita**

É ensinando que se aprende. Esse é, basicamente, o principal conceito por trás do CoWrite Project, do Swiss Federal Institute of Technology (EPFL), em Lausanne, no oeste da Suíça. Os pesquisadores desenvolveram um pequeno robô capaz de engajar crianças na aprendizagem da escrita cursiva.

De acordo com os cientistas, os estudantes são motivados por um sentimento de empatia e proteção em relação ao pequeno androide. As crianças cumprem um papel semelhante ao de professores, ensinando e corrigindo o colega de classe eletrônico.

Fonte: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/robo-ajuda-criancas-suecas-no-aprendizado-da-escrita>> Adaptado. Acesso em: 16 jun. 2015.

**Questão 24**

Após a leitura da notícia, se pode compreender, no plano **semântico-discursivo**, que:

- A Cumprindo um papel semelhante ao dos professores para ensinar o pequeno robô, as crianças se sentem engajadas em aprender para poderem corrigi-lo.
- B De acordo com os cientistas, os estudantes se sentem acuados por terem que aprender com os robôs.
- C A primeira frase da notícia é um período, possui dois verbos.
- D Os robôs engajam as crianças, pois estas se sentem motivadas na aprendizagem de leitura cursiva.
- E O início do segundo parágrafo se inicia com uma oração adjetiva restritiva.

**Questão 25**

“Lausanne” e “Suíça” estão grafadas com a primeira letra maiúscula, pois são:

- A Pronomes indefinidos.
- B Substantivos concretos.
- C Substantivos próprios.
- D Adjetivos abstratos.
- E Substantivos europeus.

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS****Questão 26**

No Mercado Publicitário brasileiro, historicamente, os *outdoors* são:

- A Qualquer tipo de propaganda em praça e ruas.
- B Cartazes colados nas paredes dos comércios.
- C Banners com informações sobre o comércio local.
- D Cartazes que medem 9m x 3m.
- E Banners colocados dentro dos comércios para divulgação dos produtos e serviços.

**Questão 27**

O *briefing* é um momento muito importante no processo publicitário. Ele reúne todos os estágios do planejamento da propaganda em informações que deverão ser passadas de uma pessoa para outra. As informações que são fundamentais em um *briefing* de comunicação são:

- A O produto, o mercado, os consumidores (público-alvo), os objetivos, a estratégia.
- B O nome da empresa contratante, os concorrentes do produto, o produto, o *merchandising* aplicado, o mercado.
- C O nome da empresa contratada, o *feedback*, o público alvo, a identidade visual.
- D Os consumidores, o público-alvo, os objetivos, os concorrentes do produto, a mídia na qual será veiculada a peça.
- E O mercado consumidor, a paleta de cores (RGB / CYMK), os concorrentes, o produto, a pesquisa de mercado.

**Questão 28**

O CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária é uma organização não-governamental que visa promover a liberdade de expressão publicitária e defender as prerrogativas constitucionais da propaganda comercial. Assim, sobre o seu código, pode-se afirmar:

- I Não são capituladas no Código as atividades de Relações Públicas e “Publicity”, por serem ambas distintas tanto da publicidade quanto da propaganda.
- II A propaganda política e a político-partidária não são capituladas no código.
- III A publicidade de causas, instituições sociais, fundações ou de quaisquer outras atividades ou entidades sem fins lucrativos é regida pelo código.
- IV A publicidade governamental e de empresas públicas, salvo autorização legal, não deve se conformar ao Código.

Está INCORRETO o que se afirma em:

- A I, apenas.
- B II, apenas.
- C III, apenas.
- D IV, apenas.
- E I e II, apenas.

**Questão 29**

Atualmente, uma das técnicas de impressão mais utilizadas é o CTP (*Computer-to-Film*). Ela consiste em uma gravação da impressão diretamente no filme (fotolito). Historicamente, houve outras técnicas de impressão das quais a publicidade se utilizou. Aponte, das opções abaixo, qual a técnica mais antiga de impressão:

- A Impressão a laser
- B Serigrafia
- C Flexografia
- D Impressão jato de tinta
- E Impressão em 3D

**Questão 30**

A Lei nº 8.313 de 23/12/1991, também conhecida como “Lei Rouanet”, pode ser um interessante plano de Comunicação por Atitude (ou “MKT de patrocínio”) para as empresas. Estas investem em um projeto social e recebem em troca isenções tributárias, além de credibilidade e reconhecimento da sociedade por auxiliarem em sua democratização. A Lei Rouanet é de incentivo à(ao)

- A Esporte.
- B Educação.
- C Meio Ambiente.
- D Publicidade.
- E Cultura.

**Questão 31**

No Terceiro Milênio, o processo de comunicação que mais se consolida e no qual a Publicidade deve trabalhar ostensivamente é o processo de comunicação

- A da subjetividade.
- B das redes.
- C empresarial.
- D educacional.
- E do Rádio/TV.

**Questão 32**

Das opções a seguir, qual contém, os itens mínimos para uma boa identidade visual corporativa, que acarretará na qualidade da comunicação empresarial?

- A Símbolos, logomarca e formatação padrão.
- B Símbolos, logotipo, tipologia e logomarca.
- C Logotipo, símbolos, cores e tipologia padrão.
- D Papel timbrado, logomarca e cores.
- E Logotipo, símbolos, cores e fonte.

**Questão 33**

Sobre o conceito de *Endomarketing*, considere as afirmações a seguir:

- I Pondera que os empregados compõem o primeiro mercado para uma organização.
- II É o conjunto de ações de marketing voltado para desenvolver o desempenho mercadológico interno de uma empresa.
- III O marketing interno deve preceder ao marketing externo.
- IV Está ligado ao comprometimento do cliente interno no sentido de este cumprir com o que foi prometido ao cliente externo.

Está CORRETO o que se apresenta em:

- A I, II e III, apenas.
- B I e IV, apenas.
- C I, III e IV, apenas.
- D I, II e IV, apenas.
- E I, II, III e IV.

**Questão 34**

A comunicação empresarial pode ser melhor definida por:

- A Um conjunto de atividades, produtos e processos desenvolvidos para reforçar a imagem da empresa ou organização aos olhos de seus públicos de interesse ou junto à opinião pública como todo.
- B Comunicação que visa o diálogo entre os estratos diretivos da empresa e seu corpo de funcionários, a fim de fortalecer a relação entre as partes constituintes da organização.
- C Comunicação específica entre a empresa e sua carteira de clientes que busca a fidelização destes através de um canal de diálogo contínuo entre as partes.
- D Um conjunto de atividades desenvolvidas por empresas parceiras e que tem como finalidade a discussão de problemas que sejam comuns a todos que participam do grupo comunicativo.
- E Comunicação interna entre empresas que fazem parte de um grupo e que, geralmente, é administrada pela *holding* do grupo.

**Leia o enunciado abaixo para responder às questões 35 e 36.**

“A emissora de televisão (Tupy) [...] deu às crianças o seu recado: embaladas por um **jingle** infantil, o filme de animação anunciava a hora de dormir [...]. Juntamente com outros incontáveis sons e imagens, esse **jingle** passou a fazer parte do imaginário infantil, não se diferenciando de qualquer outra canção da cultura popular que tradicionalmente velava o sono infantil”.

Fonte: *Infância, Televisão e Publicidade: Uma metodologia de pesquisa em construção* – Rita Marisa Ribes Pereira. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/cp/n116/14400.pdf>> Acesso: 25 jun. 2015.

**Questão 35**

O enunciado acima, que comenta a história da publicidade infantil na TV brasileira, traz, destacado duas vezes, um mesmo termo bastante comum no campo da Publicidade e Propaganda. Ele se trata de:

- A Uma mensagem de propaganda que tem como objetivo único ficar marcada na consciência dos consumidores.
- B Uma propaganda que procura convencer o consumidor com um texto escrito extremamente persuasivo.
- C Uma mensagem publicitária veiculada em revistas e jornais que busca impactar e persuadir pelas imagens colocadas na peça impressa.
- D Uma mensagem publicitária em forma de música, em que são cantados os benefícios da marca ou do produto anunciado a fim de persuadir o consumidor a obtê-lo.
- E Uma mensagem de propaganda que visa a apreensão do consumidor final através de uma música constituída unicamente por melodia.

**Questão 36**

Ao contrário do que se relata no enunciado, atualmente é proibida qualquer publicidade voltada para crianças, por decisão do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que considerou a prática abusiva.

Das assertivas a seguir, qual está INCORRETA no que concerne a legislação atual que rege a chamada “publicidade infantil”?

- A A prática do direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço será coibida.
- B Campanhas sobre produtos voltados ao público infantil podem continuar existindo, mas desde que dirigida exclusivamente para adultos.
- C São facultativas a publicidade e a comunicação mercadológica em materiais didáticos e nos uniformes escolares das instituições de ensino fundamental.
- D A medida serve para resguardar os direitos das crianças no Brasil.
- E A publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e de experiência da criança ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à saúde é proibida.

**Questão 37**

Uma empresa deve sempre pensar em meios para atender ao cliente da melhor forma que puder. Assim, é fundamental ter uma área de atendimento. Nesse contexto, qual das opções abaixo aponta para uma necessidade fundamental deste departamento?

- A Espaço confortável para o cliente interno.
- B Funcionários altamente treinados para a prestação do serviço de atendimento.
- C Ter a identidade visual da empresa bem demarcada no ambiente de atendimento.
- D Ter os *briefings* de todos os clientes sempre disponíveis.
- E Um *call center* que não demore mais de 2min para o atendimento presencial.

**Questão 38**

Aponte a definição que melhor enquadra o termo *mash-up*:

- A Mistura de partes de outros sites na construção de um site, o qual oferece diferentes serviços que podem funcionar simultaneamente.
- B Acessório produzido em um site que pode ser utilizado em outro site.
- C Serviço de diretório que contém a localização dos sites.
- D Programa para acessar e armazenar o conteúdo dos sites automaticamente.
- E Plug-in social de execução que liga um site a um provedor de *streaming* de música.

**Questão 39**

Considerando o Marketing de Conteúdo, é concreto alegar que:

- A Não é aplicado na internet.
- B É sinônimo de internet.
- C É uma das ferramentas on-line que permitem ao consumidor encontrar, gostar e se relacionar com uma marca, empresa ou produto.
- D É a ação de rebuscar a estrutura e os textos de um site (marketing de busca).
- E É uma excelente plataforma para blogs, (blogspot).

**Questão 40**

Relembre as sete possíveis ações estratégicas do marketing digital completo. A alternativa que expõe corretamente duas delas é:

- A Marketing de conteúdo e marketing viral.
- B Criação de blogs e fóruns.
- C Panfletagem e marketing de rua.
- D Panfletagem e pesquisa copo a corpo.
- E Marketing de rua e pesquisa corpo a corpo.

**Questão 41**

Para conquistar, aperfeiçoar ou ter a garantia de sua posição no mercado, uma empresa desenvolve uma série de atividades isoladamente ou em parceria com outras organizações, no sentido de alcançar os objetivos almejados. Esse empenho técnico e estratégico define exatamente:

- A Marketing viral.
- B Endomarketing.
- C Esforço de Marketing.
- D Marketing de conteúdo.
- E Marketing nas mídias sociais.

**Questão 42**

Com relação ao *Share of Mind*, também conhecido como Índice de Memorização, é possível afirmar certamente que

- A é medido pela retenção da informação na mente do público.
- B baseia-se num dado estatístico de consumo (quantidade de vendas).
- C é quando uma organização detém do consumo total do mercado (domínio de mercado).
- D é a parcela proporcional que cada organização detém do consumo total (participação de mercado).
- E baseia-se num dado estatístico de adesão formal (quantidade de votos, registros de filiados de um clube).

**Questão 43**

O uso das técnicas e dos princípios do *marketing* para influenciar um público-alvo no sentido de, por vontade própria, este acatar, desistir, modificar ou abandonar um comportamento em benefício de outros sujeitos, grupos ou a sociedade em geral é chamado de:

- A Monitoramento.
- B Marketing viral.
- C Marketing social.
- D Marketing educativo.
- E Marketing de conteúdo.

**Questão 44**

Analise as afirmações a seguir:

- I Estabelecer o propósito da marca e identificar o público-alvo para a marca.
- II Articular a identidade da marca desejada e construir a promessa da marca.
- III Determinar a posição da marca com relação à concorrência e selecionar os elementos da marca.

As etapas para criação de uma marca estão CORRETAMENTE expostas em:

- A I, II e III.
- B I, apenas.
- C II, apenas.
- D I e III, apenas.
- E II e III, apenas.

**Questão 45**

Referente à Comunicação de Interesse Público, é possível afirmar que:

- A Tem como foco o interesse geral e, conseqüentemente, a participação ativa do cidadão no processo de comunicação.
- B Visa ao setor meramente privado.
- C Está relacionada especificamente a produtos de consumo.
- D Busca interagir com empresas privadas e públicas, a fim de solucionar problemas socioeconômicos.
- E Visa ao setor exclusivamente público.

**Questão 46**

Reflita sobre as formas de comunicação empresarial. Logo, é possível considerar APENAS os itens, respectivamente, exibidos, respectivamente em:

- A Comunicação interna (comunicação com público interno), comunicação institucional (comunicação com o público externo objetivando transparência) e comunicação de marketing (comunicação com o público externo objetivando divulgação e preservação da marca). As formas devem funcionar de maneira integrada.
- B Comunicação interna (comunicação com público interno), comunicação empresarial (comunicação com o público externo objetivando transparência) e comunicação de marketing (comunicação com o público interno objetivando divulgação e preservação da marca). As formas devem funcionar de maneira integrada.
- C Comunicação interna (comunicação com público interno), comunicação institucional (comunicação com o público externo objetivando transparência) e comunicação de vendas (comunicação com o público externo objetivando divulgação e preservação da marca). As formas não devem funcionar de maneira integrada.
- D Comunicação interna (comunicação com público interno), comunicação institucional (comunicação com o público externo objetivando transparência) e comunicação de marketing (comunicação com o público externo objetivando divulgação e preservação da marca). As formas não devem funcionar de maneira integrada.
- E Comunicação interna (comunicação com público externo), comunicação institucional (comunicação com o público externo objetivando transparência) e comunicação de vendas (comunicação com o público externo objetivando divulgação e preservação da marca). As formas não devem funcionar de maneira integrada.

**Questão 47**

Para alcançar o objetivo de uma pesquisa, faz-se necessário executar algumas mensurações entre algumas categorias, dentre as quais tem-se:

- I Produção.
- II Atividades.
- III Resultados e/ou impactos.

É CORRETO o que, exclusivamente, se afirma em:

- A I.
- B II.
- C II e III.
- D I e II.
- E I e III.

**Questão 48**

Das possibilidades abaixo, quais são organizações sem fins lucrativos?

- I Empresas e organizações de capital aberto.
- II Governo e partidos políticos.
- III Centros de estudos (científicos e filosóficos) e núcleos de atividades sociais, artísticas e culturais.

Está CORRETO o que se afirma em:

- A I, apenas.
- B II, apenas.
- C II e III, apenas.
- D III, apenas.
- E I, II e III.

**Questão 49**

Do ponto de vista da ética nos negócios, a propaganda deve sempre refletir o que a empresa é. Isto porque, se for de outra forma, poderá perder sua credibilidade e provocar insatisfação e críticas, que podem afetar a imagem da organização. Partindo do princípio que a propaganda é expositora e influenciadora de comportamentos e que alastra informações sobre marcas e produtos, afirma-se CORRETAMENTE que:

- A As organizações socialmente responsáveis devem adotar padrões éticos de comunicação, apoiados em indicadores e postulados, cuidando para que o conteúdo das mensagens não influencie de maneira negativa os comportamentos.
- B As organizações socialmente responsáveis pautam sua propaganda somente pelos postulados éticos vigentes, tais como o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Código de Autorregulamentação Publicitária (CONAR).
- C As organizações socialmente responsáveis seguem as técnicas de criação publicitária para o desenvolvimento de textos e *layouts* visando ao retorno esperado de vendas e à geração de valor de marca, e, quando possível, considerar as questões éticas.
- D As organizações socialmente responsáveis devem submeter-se a auditoria permanente para a ponderação acerca de suas práticas de propaganda e a validação de suas mensagens pelos meios de comunicação.
- E As organizações socialmente responsáveis são obrigadas a submeter suas peças publicitárias ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e esperar seu parecer antes de encaminhar os anúncios aos veículos de comunicação.

**Questão 50**

O binômio *frequência* (número de inserções programadas do anúncio) vs. *intensidade* (espaço ocupado pelo anúncio) é regra básica de um plano de propaganda, em sua estratégia de mídia. TODOS os aspectos a serem elencados quanto ao binômio para a definição dos veículos de comunicação a serem utilizados estão em:

- A Acumulação de audiência, audiência do veículo e análise da audiência.
- B Superposição de audiência, acumulação de audiência, audiência do veículo, análise da audiência, audiência acumulada e construção de audiência.
- C Superposição de audiência, acumulação de audiência, audiência do veículo, análise da audiência, audiência dispersa e construção de audiência.
- D Superposição de audiência, dispersão de audiência, audiência do veículo, análise da audiência, audiência acumulada e construção de audiência.
- E Audiência do veículo, análise da audiência, audiência acumulada e construção de audiência.



# CADERNO DE REDAÇÃO

## LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES SEGUINTEs.

- 1 A redação deverá ser realizada dentro do período de **04 (quatro) horas** determinado para a realização da Prova Objetiva e da Prova de Redação.
- 2 A ortografia utilizada na redação deverá estar em conformidade com o Acordo Ortográfico vigente no País.
- 3 A Folha de Redação que será corrigida é identificada somente com o número de Inscrição do candidato.
- 4 O candidato que se identificar na FOLHA OFICIAL DE REDAÇÃO, isto é, fora do espaço a isso reservado, será automaticamente eliminado, sob pena de ter sua prova anulada.
- 5 Receberá nota zero e será eliminado do processo seletivo o candidato que fugir completamente do tema proposto; apresentar texto não articulado verbalmente (apenas com desenhos, números e palavras soltas ou em forma de verso); escrever a redação a lápis, em parte ou em sua totalidade; entregar a FOLHA OFICIAL DE REDAÇÃO em branco; apresentar redação com letra ilegível; não obedecer ao número mínimo de linhas.
- 6 Use caneta esferográfica de tinta azul ou preta para escrever a redação na FOLHA OFICIAL DE REDAÇÃO.
- 7 Escreva no campo apropriado respeitando o espaço delimitado de linhas da FOLHA OFICIAL DE REDAÇÃO.
- 8 Dê um título ao seu texto. O título da Redação não será contado como linha de redação.
- 9 A redação deverá conter 25 (vinte e cinco) linhas, no mínimo.
- 10 Nos casos em que o candidato fizer cópia do tema proposto (enunciado) ou de parte dele, o número de linhas correspondentes à cópia será descontado. Se as linhas restantes não somarem, no mínimo, 25 (vinte e cinco) linhas, a redação receberá nota zero.

### REFLEXÃO DE APOIO

#### 90% apoiam redução da idade penal

“Pesquisa nacional revela ainda que, para 64% dos brasileiros, punição mais rígida a adolescentes ajudaria a reduzir a violência.

Nove em cada 10 brasileiros são favoráveis a leis mais duras para punir adolescentes que cometem crimes. É o que revela uma consulta popular realizada pelo instituto Paraná Pesquisas nas cinco regiões do país, num momento em que aumentaram as discussões sobre a redução na maioria penal. Em meio aos debates, tramitam no Congresso Nacional dezenas de propostas com o objetivo de alterar a forma de punição a jovens infratores.

Enquanto 90,4% dos entrevistados são favoráveis à responsabilização criminal de adolescentes, apenas 8,3% declararam ser contra. Para 64% dos entrevistados, a redução da maioria contribuiria para reduzir a violência. A pesquisa mostra ainda que 55% dos consultados avaliaram que a proposta deva valer para todos os tipos de crimes, mesmo delitos considerados mais leves.

Com 90,9% favoráveis ao aumento do rigor na punição dos adolescentes, a região Sul é a segunda do país que mais encampa a ideia de reduzir a maioria penal. Os índices variaram pouco nas diversas estratificações da pesquisa. Na faixa etária entre 35 e 44 anos, 93,5% querem que os jovens sejam responsabilizados por seus crimes. Por escolaridade, a aprovação da redução da maioria penal é maior entre os que concluíram o ensino médio, com 92%.”

Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/90-apoiam-reducao-da-idade-penal-c8e24o0vlosyway5n00aryvi>> Acesso: 01/07/2015.

### PROPOSTA DA REDAÇÃO - TEMA

Baseando-se no excerto acima e em seus conhecimentos, redija uma dissertação, na qual você discorra **sobre as possíveis mudanças e consequências que a redução da maioria penal poderia trazer para a sociedade brasileira**. Seu texto deve ter no mínimo 25 linhas e obedecer à norma culta da Língua Portuguesa.

**REDAÇÃO - 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.
- 31.
- 32.
- 33.
- 34.
- 35.
- 36.
- 37.
- 38.
- 39.
- 40.
- 41.
- 42.
- 43.
- 44.

# FOLHA DE RASCUNHO

O Candidato poderá levar esta folha.

## INFORMAÇÕES IMPORTANTES:

- ✓ Data/Horário de Publicação do Gabarito Preliminar/Provas: 13/07/2015 após as 14h00.
- ✓ Prazo de Recursos contra o Gabarito Preliminar: Das 09h00 do dia 14/07/2015 às 18h00 do dia 15/07/2015.
- ✓ O Caderno de Questão estará disponível para impressão no período aberto a recursos.
- ✓ Demais datas consulte o Cronograma do certame.
- ✓ Acesse - Local de publicação: [www.makiyama.com.br/TCEPE2015](http://www.makiyama.com.br/TCEPE2015) ou <http://www.tce.pe.gov.br>
- ✓ O candidato não poderá levar o caderno de questões até o término da prova, somente a última folha.
- ✓ Não será permitido o uso de folhas de rascunho próprias.
- ✓ Para água ou banheiro: levante a mão e aguarde sentado até que o aplicador autorize sua saída com o apoio de corredor.

RASCUNHO DO GABARITO (Marque suas respostas no quadro abaixo para posterior consulta/conferência)

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	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50

Reservados todos os direitos. É proibida a publicação ou reprodução total ou parcial deste documento, sob quaisquer formas ou sob quaisquer meios, sem permissão expressa da CKM Serviços Ltda.

