



CENTRO UNIVERSITÁRIO
Fundação Santo André

**EDITAL 016/2021 - ESTÁGIO PUBLICIDADE E PROPAGANDA E MARKETING
(ÁREA 01)**

CADERNO DE QUESTÕES

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

NÃO ABRA ESTE CADERNO SEM AUTORIZAÇÃO DO FISCAL

- Esta prova contém: a) 30 questões de múltipla escolha, com 4 (quatro) alternativas por questão, das quais apenas 1 (uma) estará correta; b) espaço para elaboração de 01 (uma) redação de, no mínimo, 20 (vinte) linhas e, no máximo, 30 (trinta) linhas.
- Não rasure e nem amasse a folha de prova. Não use corretivo.
- Não será permitido, durante a realização das provas, o uso de equipamentos mecânicos, eletrônicos ou ópticos que permitam o armazenamento ou a comunicação de dados, informações ou similares.
- Durante a realização das provas, não será permitido o empréstimo de qualquer material.
- Iniciada a prova, o candidato somente poderá ausentar-se acompanhado de um fiscal.
- É expressamente proibida, durante a realização da prova, a consulta de qualquer material: livros, códigos, legislação em geral, régua de cálculo, máquinas calculadoras e outros da mesma natureza.
- Será desclassificado do concurso o candidato que proceder com improbidade, indisciplina, falta de decoro ou que adotar comportamento incorreto ou descortês para com quaisquer dos fiscais ou membros da Comissão de Concurso, seus auxiliares ou autoridades presentes.
- O uso de máscara é obrigatório.

Duração total: 4h00 horas

Permanência mínima na sala: 60 Minutos.

Nome completo:	
CPF:	Assinatura:

QUESTÃO 01

Observe a imagem abaixo:

	A	B
1	Relatório de vendas de setembro	
2	Vendedor	Total de vendas (em R\$)
3	Bruce	2259,00
4	Pietro	3278,00
5	Diana	3468,00
6	Wanda	2997,00
7	Arthur	3014,00
8	Antônio	2561,00
9	Total de vendas da equipe:	17577,00
10	Média de vendas da equipe:	2929,50

Em seguida, leia estas asserções sobre o Microsoft Excel:

I. Para obter o total de vendas da equipe em setembro, foi necessário digitar na célula B9 a fórmula =SOMA(B3:B8) ou a função =B3+B4+B5+B6+B7+B8 .

II. Para obter o total de vendas da equipe em setembro, foi necessário digitar na célula B9 a fórmula =SOMASE(B3:B8) ou a função =B3:B8 .

III. Para obter a média de vendas da equipe em setembro, foi necessário digitar na célula B10 a fórmula =MÉDIA(B3:B8) ou a função =(B3+B4+B5+B6+B7+B8)/6 .

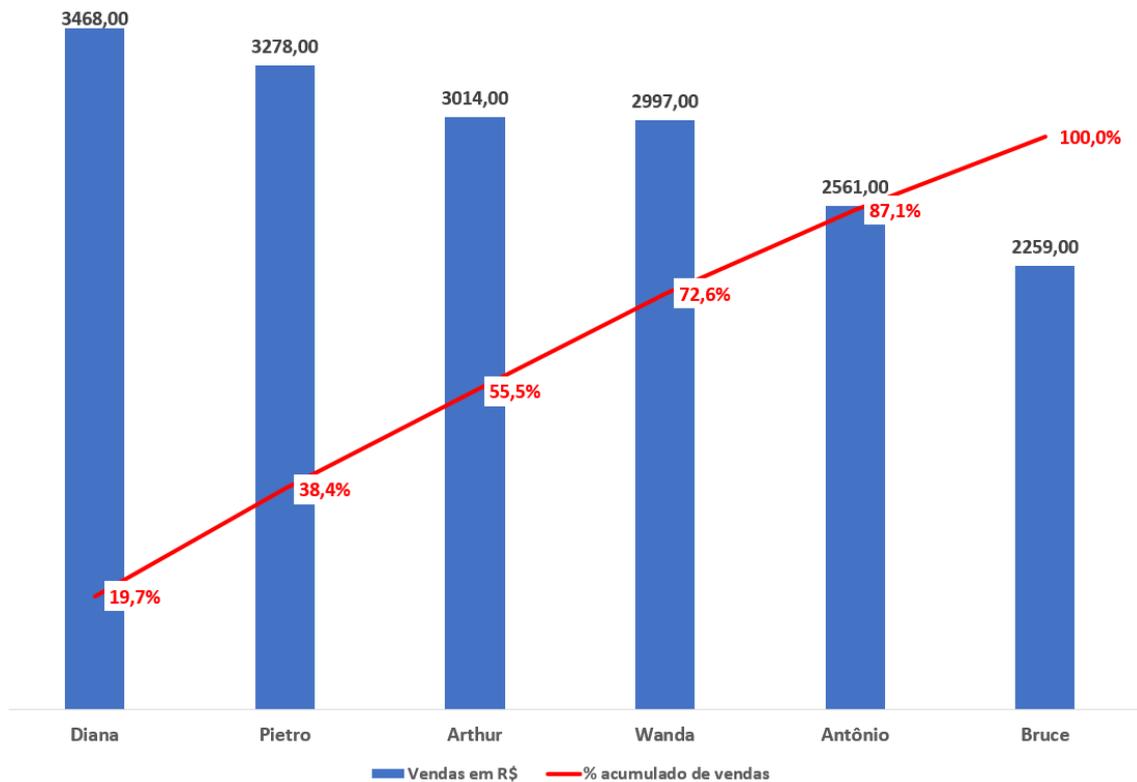
IV. Para obter a média de vendas da equipe em setembro, foi necessário digitar na célula B10 a fórmula =MÉDIAA(B3;B8) ou a função =(B3;B8)/6 .

A alternativa que contém apenas asserções corretas é:

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

QUESTÃO 02

Susana, nova gerente de vendas da Região 2, recebeu o seguinte gráfico sobre o desempenho da equipe de vendas da Região 1 em setembro de 20XX:



Para que Susana elabore no Microsoft Excel um gráfico semelhante sobre o desempenho de sua equipe de vendas, ela teve as seguintes ideias:

- I. Assegurar que os dados estejam classificados de acordo com a ordem alfabética do nome dos vendedores antes de elaborar o gráfico.
- II. Criar o gráfico utilizando uma combinação personalizada entre um gráfico de colunas agrupadas, para retratar os valores de vendas em R\$, e um gráfico de linha, para expor o percentual acumulado de vendas.
- III. Após a criação do gráfico, assegurar que os valores de vendas em R\$ estejam no eixo secundário e que o percentual acumulado de vendas esteja no eixo primário.

Assinale a alternativa que contenha apenas ideias válidas para que Susana consiga elaborar o gráfico corretamente.

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

QUESTÃO 03

Para elaborar o gráfico de vendas de sua equipe, a gerente Susana precisará inicialmente importar os dados das vendas de setembro/ 20XX para o Microsoft Excel a partir do sistema integrado que a empresa utiliza. Em seguida, Susana deverá fazer as classificações de dados pertinentes. O sistema que registra as vendas gera arquivos com os dados de vendas em formato “.csv”. Sabendo disso, assinale a alternativa contendo apenas procedimentos corretos que Susana deve realizar para importar e classificar o arquivo “.csv”.

- a) Abrir o arquivo “.csv” a partir do menu Arquivo, opção Abrir, selecionar a opção “todos os arquivos (*.*)” e selecionar o arquivo; utilizar o Assistente de Importação de Dados marcando as opções “Delimitado”, os delimitadores “Tabulação” e “Vírgula” e “Formato dos dados da coluna – Geral”; selecionar as células com os dados desejados e classificá-los clicando no menu Dados, opção Classificar.
- b) Abrir o arquivo “.csv” a partir do menu Arquivo, opção Abrir, selecionar a opção “todos os arquivos (*.*)” e selecionar o arquivo; utilizar o Assistente de Importação de Dados marcando as opções “Largura Fixa”, o delimitador “Vírgula” e “Formato dos dados da coluna – Geral”; selecionar as células com os dados desejados e classificá-los clicando no menu Dados, opção Filtro.
- c) Abrir o arquivo “.csv” a partir do menu Arquivo, opção Abrir; utilizar o Assistente de Importação de Dados marcando a opção “Delimitado”; selecionar as células com os dados desejados e classificá-los clicando no menu Dados, opção Classificar.
- d) Abrir o arquivo “.csv” a partir do menu Arquivo, opção Abrir; utilizar o Assistente de Importação de Dados marcando as opções “Delimitado”, os delimitadores “Tabulação” e “Vírgula” e “Formato dos dados da coluna – Geral”; selecionar as células com os dados desejados e classificá-los clicando no menu Dados, opção Filtro.

QUESTÃO 04

Após analisar os dados de vendas e preparar o gráfico correspondente à Região 2, a gerente Susana deseja fazer uma reunião com sua equipe para definir mudanças nas estratégias de vendas. Ela pretende exibir o gráfico que criou no Microsoft Excel em uma apresentação a ser elaborada no Microsoft PowerPoint. Para atingir este propósito, Susana teve as seguintes ideias:

- I. Selecionar o gráfico no Microsoft Excel, clicar em “Copiar”, selecionar o slide correspondente no Microsoft PowerPoint e clicar em “Colar Especial”, opção “Imagem/ Metarquivo avançado”.

II. Destacar os textos mais importantes da mensagem que deseja transmitir à equipe, selecionando os textos já digitados no Microsoft PowerPoint, clicando em “Marcadores” e selecionando a opção “Marcadores de Seta”.

III. Realçar os textos no Microsoft PowerPoint com marcadores do tipo “Numeração” e com um efeito de animação de saída chamado “Elástico”, que pode ser acessado a partir do menu “Animação”.

Assinale a alternativa que contenha apenas ideias válidas para que Susana consiga expor os dados que deseja em uma apresentação no Microsoft PowerPoint:

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

QUESTÃO 05

A gerente Susana deseja utilizar o Microsoft PowerPoint para complementar sua apresentação, acrescentando imagens, formas, numeração de slides e animações. Para realizar estas ações, ela precisa conhecer os recursos contidos na Lista 1 e a utilidade de cada um deles, descrita na Lista 2. Observe ambas as listas a seguir:

Lista 1 – Alguns recursos do Microsoft PowerPoint

- 1) “Formas”, contido no menu “Inserir”.
- 2) “Cabeçalho e Rodapé” ou “Número do Slide”, contidos no menu “Inserir”.
- 3) “Imagens”, contido no menu “Inserir”.
- 4) “Adicionar animação”, contido no menu “Animações”.

Lista 2 – Explicações sobre a utilidade dos recursos do Microsoft PowerPoint citados na lista 1

- i) Reúne opções que permite numerar slides, anotações e folhetos.
- ii) Permite inserir linhas, setas, formas básicas, textos explicativos, objetos de fluxograma.

iii) Contém opções para efeitos de entrada, ênfase, saída e caminhos de animação de diversos objetos presentes nos slides.

iv) Possibilita inserir ilustrações salvas no dispositivo, em bancos de imagem da Microsoft ou outros endereços *online*.

Assinale a única alternativa que relaciona corretamente os recursos do Microsoft PowerPoint contidos na Lista 1 com sua utilidade, contida na Lista 2.

a) 1 – i | 2 – iii | 3 – ii | 4 – iv

b) 1 – ii | 2 – i | 3 – iv | 4 – iii

c) 1 – iii | 2 – iv | 3 – i | 4 – ii

d) 1 – iv | 2 – ii | 3 – iii | 4 – i

QUESTÃO 06

Para reunir os materiais de treinamentos dados à equipe de vendas em um único arquivo, a gerente Susana solicitou a seu assistente, Anísio, a elaboração de um documento no Microsoft Word. Ela deseja que o documento contenha um sumário, que os textos estejam organizados em colunas e que as tabelas sigam uma formatação padrão, conforme os exemplos a seguir:

Sumário

1. Título 1	1
2. Título 2	2
2.1. Subtítulo 2.1	3
2.2. Subtítulo 2.2	3
2.3. Subtítulo 2.3	3

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur tincidunt sapien id quam accumsan, a ultrices est tempus. Etiam sagittis sapien ac tortor cursus, id volutpat est tincidunt. Donec ac metus erat. Donec quam mi, lobortis ac libero at, venenatis accumsan nibh. In tincidunt pharetra cursus. In eget tortor laoreet, viverra dolor eu, elementum ligula. Nullam et ipsum id sem eleifend tempus ac in neque.

Duis arcu justo, sollicitudin viverra nibh in, auctor condimentum libero. Sed nunc diam, condimentum ac augue vitae, facilisis iaculis diam. Sed aliquam ut leo sed feugiat. Mauris purus nunc, fringilla et commodo et, porta id velit. Donec interdum nunc nec elementum porttitor.

Donec aliquet mattis ligula, egestas tristique ipsum. Sed interdum sit amet ex vel luctus. Aenean iaculis, elit id posuere elementum, dui elit tristique quam, elementum mollis felis sapien id tortor. Curabitur bibendum magna augue, eget varius massa aliquam eget. Proin ac volutpat lacus. Donec et massa justo. Etiam laoreet volutpat commodo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. In sit amet libero sit amet erat imperdiet mattis sit amet et sem. Maecenas eros tellus, consequat nec rhoncus a, pretium sed est.

Relatório de vendas de [mês]	
Vendedor	Total de vendas (em R\$)
Nome 1	
Nome 2	
Nome 3	
Nome 4	
Nome 5	
Nome 6	
Total de vendas da equipe:	
Média de vendas da equipe:	

Assinale a única alternativa que indica corretamente os comandos e os recursos do Microsoft Word que permitem a Anísio atender às demandas de Susana.

- a) Para criar um Sumário, além de formatar os títulos do documento com a opção “Estilos” do menu “Página Inicial”, é preciso utilizar o botão “Sumário” do menu “Revisão”; para formatar um texto em colunas, é necessário selecioná-lo, utilizar o botão “Colunas” do menu “Referências” e indicar em quantas colunas o texto deve ser dividido; para elaborar tabelas é preciso acessar o botão “Tabelas”, no menu “Design”, ajustar a quantidade de linhas e colunas e formatá-las com os recursos do menu “Layout”.
- b) Para criar um Sumário é preciso utilizar o botão “Sumário” do menu “Referências”; para formatar um texto em colunas, é necessário selecioná-lo, utilizar o botão “Colunas” do menu “Design” e indicar em quantas colunas o texto deve ser dividido; para elaborar tabelas é preciso acessar o botão “Tabelas”, no menu “Revisão”, ajustar a quantidade de linhas e colunas e formatá-las com os recursos dos menus “Layout” e “Tabela de Design”.
- c) Para criar um Sumário, além de formatar os títulos do documento com a opção “Estilos” do menu “Página Inicial”, é preciso utilizar o botão “Sumário” do menu “Referências”; para formatar um texto em colunas, é necessário selecioná-lo, utilizar o botão “Colunas” do menu “Layout” e indicar em quantas colunas o texto deve ser dividido; para elaborar tabelas é preciso acessar o botão “Tabelas”, no menu “Inserir”, ajustar a quantidade de linhas e colunas e formatá-las com os recursos dos menus “Layout” e “Tabela de Design”.
- d) Para criar um Sumário é preciso utilizar o botão “Sumário” do menu “Correspondências”; para formatar um texto em colunas, é necessário selecioná-lo, utilizar o botão “Colunas” do menu “Inserir” e indicar em quantas colunas o texto deve ser dividido; para elaborar tabelas é preciso acessar o botão “Tabelas”, no menu “Layout”, ajustar a quantidade de linhas e colunas e formatá-las com os recursos do menu “Tabela de Design”.

QUESTÃO 07

Cansado de ter que formatar semanalmente cada uma das apresentações dos integrantes da equipe de vendas, Anísio precisa de uma solução que o auxilie a reduzir seu retrabalho. É responsabilidade dele garantir que as apresentações respeitem a identidade visual da empresa onde trabalha e que todas as apresentações tenham o mesmo padrão visual. Ele é um usuário iniciante do Microsoft PowerPoint e todas as apresentações da equipe de vendas devem ser feitas neste aplicativo. Assinale a alternativa com o melhor recurso que o Microsoft PowerPoint oferece para atender a necessidade de Anísio.

- a) Pode ser definido um padrão visual único para os slides das apresentações utilizando o botão “Slide Mestre” contido no menu “Exibir”.
- b) Pode ser criada uma apresentação utilizando o recurso “Formatar Tela de Fundo” do menu “Design e Transições”.
- c) Pode ser criada uma apresentação utilizando o recurso “Ideias de design” do menu “Página Inicial”.
- d) Pode ser definido um padrão visual único para os slides das apresentações utilizando o botão “Slide Mestre” contido no menu “Apresentação de Slides”.

QUESTÃO 08

Para reforçar a divulgação das redes sociais da empresa onde trabalha, a gerente Susana teve a ideia de adicionar os links dessas redes a todos os arquivos produzidos pela equipe de vendas, sejam eles produzidos nos aplicativos Microsoft Word, Microsoft Excel e Microsoft PowerPoint. Ao procurar soluções para esta ação, ela recebeu as seguintes sugestões:

- I. Digitar o endereço URL completo da rede social desejada no arquivo que estiver desenvolvendo, pois os aplicativos Microsoft Word, Microsoft Excel e Microsoft PowerPoint criam links automaticamente.
- II. Incluir uma imagem ou forma, clicar nela com o botão direito, selecionar a opção “Link” e, em seguida, clicar em “Inserir Link”. Na tela que surgirá, digitar o endereço URL completo da rede social desejada no campo “Endereço”.

III. Selecionar o trecho do texto ao qual se deseja associar o link, clicar no menu “Inserir”, opção “Link” e, em seguida, clicar em “Inserir Link”. Na tela que surgirá, digitar o endereço URL completo da rede social desejada no campo “Endereço”.

Assinale a alternativa que contém sugestões corretas para Susana realizar esta ação e que estejam presentes nos aplicativos Microsoft Word, Microsoft Excel e Microsoft PowerPoint.

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

QUESTÃO 09

Para facilitar a leitura de arquivos em dispositivos móveis, é comum a prática de converter apresentações, planilhas e textos para o formato *Portable Document Format*, conhecido como “.pdf”, antes de serem transmitidos aos destinatários. Anísio precisava converter em “.pdf” arquivos criados nos aplicativos Microsoft Word, Microsoft Excel e Microsoft PowerPoint para transmitir a seus colegas de trabalho. Ele pensou nos seguintes meios de realizar esta conversão:

- I. Utilizar a opção “Exportar para PDF” do recurso “Salvar como”.
- II. Clicar no menu “Arquivo”, opção “Exportar” e clicar no botão “Criar documento PDF/XPS”.
- III. Utilizar o recurso “Salvar como” e selecionar o tipo de arquivo “.pdf”.
- IV. Acionar o menu “Arquivo”, opção “Imprimir”, escolher a impressora “Microsoft Print to PDF” e clicar no botão “Imprimir”.

Assinale a alternativa contendo meios corretos para converter arquivos em formato “.pdf” e que sejam válidos para os três aplicativos: Microsoft Word, Microsoft Excel e Microsoft PowerPoint.

- a) I, II e III, apenas.

b) I, III e IV, apenas.

c) II, III e IV, apenas.

d) I, II, III e IV.

QUESTÃO 10

Ao elaborar planilhas, apresentações ou textos utilizando Microsoft Word, PowerPoint ou Excel, é comum ser necessário aplicar a mesma formatação de uma parte do que foi elaborado à uma ou mais partes, padronizando o visual.

Suponha que Anísio, assistente da gerente Susana, precise fazer com que o último item de uma planilha, texto ou apresentação tenha a mesma formatação do item inicial, que está formatado com fonte Arial, tamanho 12, itálico, cor vermelho, alinhamento centralizado. Em seguida, considere as seguintes ideias:

I. A ferramenta “Estilos” é a solução necessária para realizar esta ação, porque está presente no Word, Excel e PowerPoint e executa a replicação de formatação.

II. É possível selecionar o item inicial, utilizar a ferramenta “Pincel de Formatação” e selecionar o item final que se deseja formatar. A ferramenta é parte do Word, Excel e PowerPoint e fará com que a formatação de ambos os itens fique idêntica.

III. A forma mais rápida e efetiva para atender esta necessidade é observar a formatação do item inicial e manualmente replicar a formatação no item final. Além disso, é o único jeito de atender esta necessidade.

Assinale a alternativa contendo apenas ideias válidas para solucionar a possível necessidade que Anísio terá para a situação descrita no caso acima.

a) I, apenas.

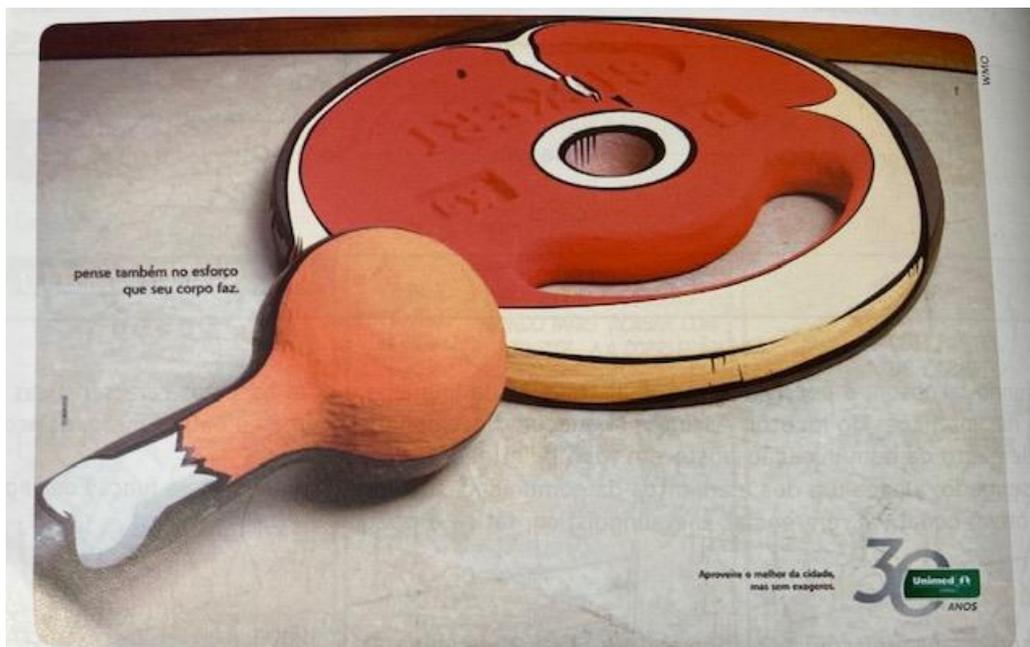
b) II, apenas.

c) I e III, apenas.

d) II e III, apenas.

QUESTÃO 11

Leia o anúncio a seguir, observando o enunciado “pense também no esforço que seu corpo faz” à esquerda da imagem:



Fonte:

<https://www.mppublicidade.com.br/image.php?url=trabalhos/original/460.jpg&type=img>. Acesso em 01.out.2021.

Em relação à classe das palavras deste enunciado, assinale a alternativa **correta**:

- a) Esforço é verbo porque vem de esforçar.
- b) Esforço e corpo são substantivos.
- c) Há apenas um verbo neste trecho: pense.
- d) Não há nenhum pronome neste enunciado.

QUESTÃO 12

Entre os 50 *slogans* mais lembrados da história da publicidade (disponível em: <https://www.publicitarioscriativos.com/50-slogans-mais-lembrados/>). Acesso em 01.out.2021) está “Tomou *Doril*, a dor sumiu.”

Neste *slogan*, é correto afirmar que há:

- a) Verbos, substantivos e artigo.
- b) Verbos, adjetivos e pronome.
- c) Verbos, substantivos e preposição.
- d) Apenas substantivos e verbos.

QUESTÃO 13

No slogan “Sempre à frente” do *Banco Bradesco*, o uso da crase está correto?

- a) Não, porque é um artigo que acompanha o substantivo *frente*.
- b) Não, porque não se usa crase antes de palavra masculina.
- c) Sim, porque se trata de uma locução adverbial feminina.
- d) Sim, porque não há nenhum verbo no enunciado.

QUESTÃO 14

Leia o trecho da reportagem cujo assunto principal é o *marketing* digital e identifique nele **três** palavras cujas grafias contém erros ortográficos.

Marketing Digital é a profissão do futuro, apontam pesquisas

Mariane Peres

22/04/2021

A competitividade do mercado e o asseso a novas tecnologias têm tornado a carreira em Marketing Digital cada vez mais promissora. A necessidade em evidenciar serviços, marcas e produtos fez com que empresas passassem a investir em setores e profissionais especializados em estratégia de marketing na internet.

Outro fator considerável para essa acenção foi o fim das “barreiras geográficas”, ou seja, independente de onde tiver localizada, uma empresa pode vender para todo o Brasil e, até mesmo, no mundo, desde que seja encontrada e chame a atenção dos clientes, e é aí que entra o Marketing Digital.

[...]

Fonte: <<https://noticias.toledoprudente.edu.br/noticia/2021/4/marketing-digital-e-a-profissao-do-futuro-apontam-pesquisas>>. Acesso em: 01.out.2021.

(Adaptado, com erros ortográficos, utilizado para este fim).

As palavras escritas **incorretamente** são:

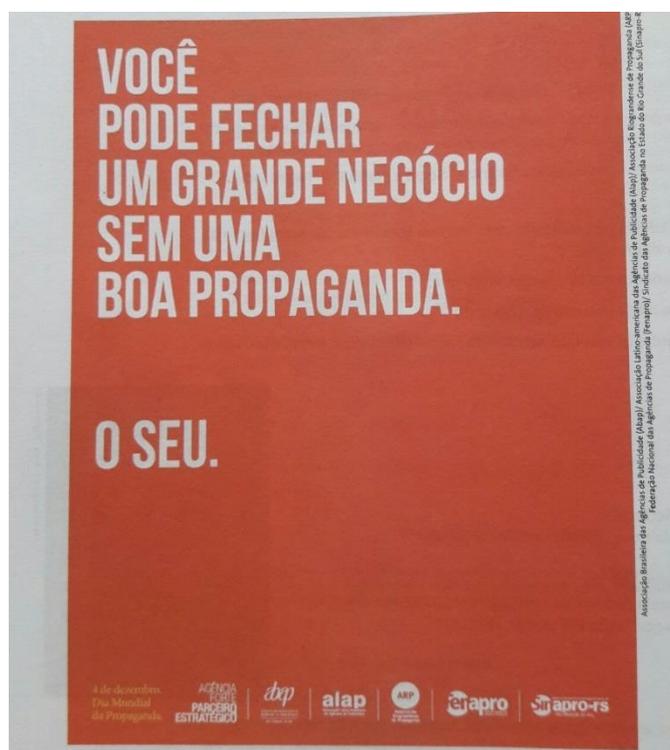
- a) necessidade, acenção e independente.
- b) asseso, necessidade e setores.
- c) asseso, promissora e acenção.
- d) promissora, necessidade e especializados

QUESTÃO 15

Na manchete “*Marketing Digital é a profissão do futuro, apontam pesquisas*”, é sinônimo para o verbo *apontam*, **exceto**:

- a) O verbo *indicam*.
- b) O verbo *revelam*.
- c) O verbo *mostram*.
- d) O verbo *negam*.

Leia o anúncio a seguir para responder às questões 16 e 17:



Fonte: < <http://www.filologia.org.br/rph/ANO26/78supl/209.pdf>>. Acesso em 04 out.2021.

QUESTÃO 16

Os pronomes utilizados no anúncio para se referirem diretamente ao público são:

- a) Você: pronome pessoal do caso reto/ pronome de tratamento; Seu: pronome possessivo.
- b) Você: pronome demonstrativo; Sem: pronome indefinido.
- c) Grande: pronome adjetivo; Seu: pronome pessoal do caso oblíquo
- d) pronome de tratamento informal; Boa: pronome adjetivo.

QUESTÃO 17

A expressão “fechar um grande negócio” é ambígua e polissêmica, neste anúncio, porque significa:

- a) Prosperar nas vendas (efeito positivo) e vender mais a cada dia, de modo ganancioso (efeito negativo).
- b) Desenvolver de maneira definitiva um empreendimento ou comércio (efeito positivo) e falir (efeito negativo).
- c) Decretar falência (efeito negativo) e acumular riquezas para si (efeito positivo).
- d) Vedar a abertura indiscriminada de novos negócios (efeito positivo) e ir à falência (efeito negativo).

QUESTÃO 18

Assinale a alternativa em que a regência verbal está de acordo com a norma padrão:

- a) Senhor Freitas prefere ler um anúncio publicitário do que assisti-lo na tevê.
- b) Assista um documentário e aprenda mais sobre assuntos de seu interesse.
- c) O time jogou visando o título.
- d) O anúncio informou aos leitores o início da campanha de arrecadação de alimentos.

QUESTÃO 19

Observe atentamente o anúncio:



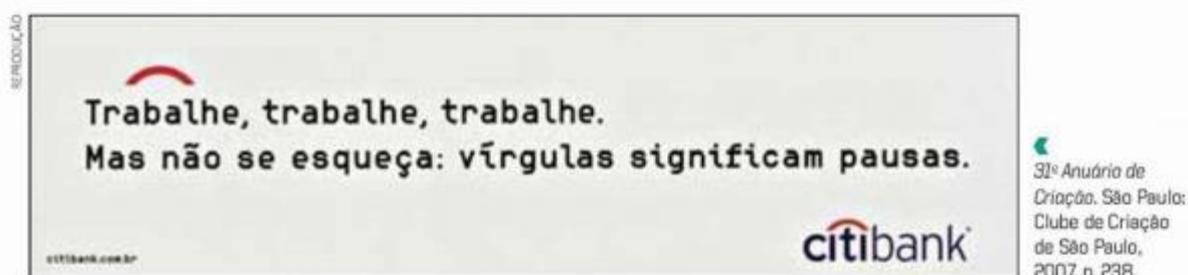
Fonte: < <https://bicicletanarua.wordpress.com/2012/01/26/bicicletada-floripa-sera-dia-27-de-janeiro/>>. Acesso em 04 out. 2021.

Quanto ao anúncio, assinale a alternativa **incorreta**:

- a) A palavra “bicicletada” formou-se pelo acréscimo do sufixo “ada”, como ocorre em “caminhada”, caracterizando-se como um nome que indica ação.
- b) O cartaz não deixa claro o porquê da realização da bicicletada.
- c) As imagens utilizadas no cartaz da campanha dão indícios do propósito da bicicletada.
- d) A derivação sufixal mostra que o percurso realizado com bicicletas é uma ação coletiva.

QUESTÃO 20

Leia o anúncio a seguir:



Fonte: <<https://br.adforum.com/creative-work/ad/player/56139/comma-means-pause-type-version/citibank>>. Acesso em 04 out.2021.

Todas as afirmações estão corretas, **exceto**:

- a) O segundo enunciado faz uma ressalva ao primeiro, o que pode ser notado pelo uso da conjunção adversativa “mas”.
- b) O substantivo “pausas” refere-se tanto à ideia de descanso quanto à função da vírgula nos textos.
- c) A ausência de imagens e os períodos com excesso de pontuação, mas poucas palavras acentuadas, fazem oposição ao trabalho em exagero e aos malefícios que acarretam à saúde.
- d) A repetição do verbo no imperativo “trabalhe”, separado por vírgulas, sugere, no primeiro enunciado, a necessidade e/ou a importância de o leitor trabalhar bastante.

QUESTÃO 21

Com relação ao tópico Planejamento de Campanha, documento que antecede a execução do trabalho de Criação Publicitária, apresentando um retrato fiel da situação geral de um produto / serviço e fundamenta possíveis soluções para seus eventuais problemas, pode-se assumir como verdade que:

I.O Planejamento de Campanha nem sempre é uma etapa necessária a ser cumprida no contexto geral das atividades de Publicidade & Propaganda, dado o fato de que muitas vezes, os profissionais de Criação podem perfeitamente realizar seu trabalho a partir apenas da observação de campanhas anteriores de um produto / serviço.

II.O staff / equipe de Criação Publicitária, para promover a correta elaboração de seu trabalho, depende de um bem executado Planejamento de Campanha, etapa que tem papel crucial em demonstrar a presente situação de uma marca / produto / serviço, bem como em viabilizar o alcance de suas metas e objetivos estratégicos a curto, médio e longo prazos.

III.O Planejamento de Campanha é um instrumento de gestão, cujo objetivo é apenas apresentar ao público interno a política de comunicação institucional de uma empresa.

IV.O Planejamento de Campanha é responsável por estabelecer e divulgar ao público externo a missão de uma empresa, sua visão, suas metas e objetivos.

A esse respeito, é correto o que se afirma em:

(a) i e ii somente.

(b) ii, somente.

(c) i, iii e iv somente.

(d) I, II III e IV.

QUESTÃO 22

Para a elaboração segura de uma criteriosa verificação de cenário (ou análise de ambiente) interno e externo e, também, para a avaliação do posicionamento de uma organização e de sua real capacidade de competição, a Publicidade e a Propaganda dispõem de uma ferramenta eficaz e comumente empregada no processo de Planejamento Estratégico. Tal ferramenta é caracterizada como um tipo específico de análise.

Aponte a única alternativa que o nomeia acertadamente.

(a) Análise Quantitativa e Análise Qualitativa, ou Análise Quanti e Análise Quali, pois, por meio delas, se contabilizam os dados numéricos e os dados particulares de um dado cenário, a fim de se verificar o percentual de suas qualidades e problemas.

(b) Análise de Conteúdo, pois esse tipo de estudo apresenta as falhas e os acertos eventuais de uma marca / produto / serviço, conforme material de comunicação disponibilizado.

(c)Análise do Discurso, visto que essa categoria concentra-se especificamente na linguagem utilizada nas peças publicitárias.

(d)Análise SWOT, sigla / abreviação das palavras em Língua Inglesa: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, significando que serão considerados na análise: Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças de uma marca / produto / serviço.

QUESTÃO 23

Assinale a alternativa que nomeia técnica e oficialmente o documento que fornece as principais informações e orientações necessárias para a criação de uma peça isolada ou de uma campanha publicitária inteira.

- (a)brainstorm.
- (b)job.
- (c)briefing.
- (d)storyboard.

QUESTÃO 24

Com relação ao conceito de Criatividade, marque [V] para verdadeiro ou [F] para falso e, em seguida, assinale a alternativa que apresenta a única sequência avaliativa correta.

- () A Criatividade está normalmente relacionada à solução genérica de um problema.
- () Embora muitas vezes o conceito de Criatividade em Publicidade & Propaganda seja confundido com mera beleza gráfica ou humor gratuito, a verdade é que a Criatividade deve seguir um propósito e despertar tanto o interesse como o entendimento genuínos do público receptor frente a uma mensagem emitida.
- () Um anúncio criativo é aquele que se destaca entre os demais (seja por forma, apelo, conteúdo ou apresentação), mostra-se atual, pertinente, envolvente, emana credibilidade e dialoga com os desejos e necessidades dos consumidores de modo original.

- (a)V/ V/ F
- (b)F/ F/ V
- (c)V/ F/ V
- (d)F/ V/ V

QUESTÃO 25

Indique a única opção que revela a sigla correta do documento orientador do comportamento ético e profissional a ser seguido por quem atua com Publicidade & Propaganda em Agências, Veículos e Anunciantes, sendo oficializado como Código de Ética da profissão, tendo sido elaborado por um Conselho formado por membros da área.

- (a)ABA.
- (b)CONAR.
- (c)CCSP.
- (d)APP.

QUESTÃO 26

Leia o trecho abaixo e, em seguida, marque a única opção que preenche corretamente a lacuna deixada na sentença:

Consideradas como linguagem da sedução, as mensagens emitidas pela Publicidade e pela Propaganda utilizam-se de apelos racionais e/ou emocionais, a fim de _____ o público-alvo a adquirir determinados produtos / serviços / marcas ou aderir a ideias e causas.

- (a)manipular
- (b)obrigar
- (c)persuadir
- (d)dissuadir

QUESTÃO 27

No ambiente publicitário existe um Departamento-chave responsável por ações, como: colocar determinada campanha publicitária em veiculação; identificar e negociar espaço e tempo nos meios de comunicação; identificar características, hábitos e costumes dos consumidores. Além dessas atribuições, esse setor deve estar sempre atento às tendências e à evolução do mercado, selecionando, assim, os veículos nos quais uma peça ou campanha serão veiculadas, atingindo o maior número de potenciais consumidores, pelo menor custo financeiro possível.

Mostre a única opção que nomeia corretamente o Departamento ao qual o enunciado acima se refere.

- (a)Departamento de Marketing.
- (b)Departamento de Atendimento.
- (c)Departamento de Produção em Rádio e TV.

(d) Departamento de Mídia.

QUESTÃO 28

Com relação ao Texto Publicitário elaborado para veiculação em diferentes mídias, analise as assertivas abaixo.

I. Os diversos tipos existentes de meios de comunicação massiva, sejam eles eletrônicos, digitais ou impressos, não exigem do redator publicitário habilidade para trabalhar com diferentes tipos de linguagem.

II. Para composição de textos publicitários específicos para Rádio e Televisão, a oralidade e o uso de gíria são considerados requisitos verbais obrigatórios.

III. Nas redes sociais, além da não linearidade, do hipertexto e do amplo grupo de pessoas que podem ser atingidas, o que se nota é a possibilidade de interação do público-receptor, o que modifica a forma como a mensagem publicitária deve ser elaborada e transmitida.

IV. A Redação Publicitária produzida para as redes sociais é o único modo de engajar e promover o relacionamento de uma marca / produto / serviço com seu público-alvo.

A respeito desse assunto, é correto o que se declara em:

(a) I, II e III, apenas.

(b) I e IV, apenas.

(c) III, apenas. (d) II e IV, apenas.

QUESTÃO 29

Com relação às Pesquisas feitas com o público interno de uma organização, avalie as sentenças seguintes.

I. É muito importante ao bom convívio de uma empresa analisar seu ambiente interno por meio do conjunto sistematizado de condições que caracterizem o estado de satisfação dos colaboradores.

II. A aplicação de Pesquisas de Clima Organizacional (PCO) é uma ferramenta que, além de permitir o acompanhamento do nível de comprometimento dos funcionários com a empresa, possibilita o alinhamento organizacional interno, a diminuição da burocracia e a otimização da comunicação.

III. A aplicação de Pesquisas de Clima Organizacional (PCO) possibilita: conhecer o público interno de uma empresa, bem como suas necessidades e aspirações; reorientar o foco de investimento;

identificar eventuais pontos críticos existentes na relação empregador/empregado/empresa; divulgar aos colaboradores a filosofia, as políticas e os valores essenciais da empresa.

Sobre esse recorte temático, está correto o que propõe em:

- (a) i, ii e iii.
- (b) i e iii, apenas.
- (c) ii e iii, apenas.
- (d) ii, apenas.

QUESTÃO 30

A antológica 'Escola de Frankfurt' foi fundada e composta por eminentes pensadores e cientistas sociais alemães, entre eles, os emblemáticos intelectuais Theodor Adorno e Max Von Horkheimer, criadores do conceito hoje universalizado: 'Indústria Cultural'.

Esse famoso conceito está relacionado especificamente a:

- (a) Sociedades conservadoras que mantiveram a mão de obra escrava no período colonial.
- (b) Manutenção do sistema econômico e social por meio do consumo estético massificado e generalizado que mobiliza a sociedade.
- (c) Hegemonia religiosa cristã, resquício da sociedade estamental, que concedia à Igreja plenos poderes de dominação frente às populações.
- (d) Políticas promovidas por governos populistas que simulam preocupação com o bem-estar social e interesse na redução das desigualdades econômicas.

GABARITO OFICIAL EDITAL 016/2021

ESTÁGIO – CONCURSO PÚBLICO

Marque com um X as alternativas corretas, será válida somente uma alternativa por questão:

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)

Nome:	CPF:
Assinatura:	

GABARITO OFICIAL EDITAL 016/2021

ESTÁGIO – CONCURSO PÚBLICO

Marque com um X as alternativas corretas, será válida somente uma alternativa por questão:

21)	(A)	(B)	(C)	(D)
22)	(A)	(B)	(C)	(D)
23)	(A)	(B)	(C)	(D)
24)	(A)	(B)	(C)	(D)
25)	(A)	(B)	(C)	(D)
26)	(A)	(B)	(C)	(D)
27)	(A)	(B)	(C)	(D)
28)	(A)	(B)	(C)	(D)
29)	(A)	(B)	(C)	(D)
30)	(A)	(B)	(C)	(D)

Nome:	CPF:
Assinatura:	

GABARITO EDITAL 016/2021
VIA DO CANDIDATO
ESTÁGIO – CONCURSO PÚBLICO

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)

GABARITO EDITAL 016/2021
VIA DO CANDIDATO
ESTÁGIO – CONCURSO PÚBLICO

21)	(A)	(B)	(C)	(D)
22)	(A)	(B)	(C)	(D)
23)	(A)	(B)	(C)	(D)
24)	(A)	(B)	(C)	(D)
25)	(A)	(B)	(C)	(D)
26)	(A)	(B)	(C)	(D)
27)	(A)	(B)	(C)	(D)
28)	(A)	(B)	(C)	(D)
29)	(A)	(B)	(C)	(D)
30)	(A)	(B)	(C)	(D)

