

CONHECIMENTOS BÁSICOS

NAS QUESTÕES NUMERADAS DE 01 A 10, ASSINALE A ÚNICA ALTERNATIVA QUE RESPONDE CORRETAMENTE AO ENUNCIADO.

LÍNGUA PORTUGUESA

LEIA O TEXTO A SEGUIR PARA RESPONDER ÀS QUESTÕES NUMERADAS DE 01 A 04.

ADEUS, ROBERTO CARLOS

No início dos anos 70, Roberto Carlos gravou um de seus grandes sucessos, "Eu quero apenas", mais conhecida como "Um milhão de amigos", que em um dos versos diz: "Eu quero crer na paz do futuro/ eu quero ter um quintal sem muro". Decorridas mais de três décadas do lançamento desta música – que fez a cabeça de muita gente, ouvida e cantada por milhões de fãs, muitas vezes, aos prantos –, podemos dizer que este futuro já chegou. Portanto, já é possível constatar que, infelizmente, aquele ideário do artista não foi alcançado: a paz não vigora em nosso mundo como também não vivemos em quintais sem muros. Ao contrário, ao longo desses anos acentuaram-se muros e cercas em torno de propriedades privadas, até mesmo em prédios residenciais nas grandes cidades. Mas o mais irônico é que coube a Roberto Carlos reivindicar a forma mais radical que se conhece de propriedade privada; não apenas aquela sobre os meios de produção, um imóvel ou um automóvel, mas a propriedade privada de sua história – e em torno da qual ele tenta erguer um muro para protegê-la da "invasão" alheia. (...)



Paulo Cesar de Araújo - 30 de abril de 2007

http://www.interney.net/blogs/dbasica/2007/04/30/adeus_roberto_carlos/

01. A leitura global de *Adeus, Roberto Carlos* nos permite inferir que o autor do texto defende a idéia de que...
- A) construção de muros e cercas, em torno de propriedade privada para protegê-la da invasão alheia, é um direito de todos, e que deve ser respeitado, mesmo que de forma radical.
 - B) muros e cercas que crescem a cada dia, em torno das propriedades privadas, realizam o desejo e a previsão feita pelo cantor Roberto Carlos, há mais de três décadas, na sua música "Eu quero apenas".
 - C) atitudes recentes do cantor Roberto Carlos demonstram incoerência em relação ao que parecia ser o ideal de vida do cantor, revelado nos versos da música "Um milhão de amigos", gravada por ele, no início da sua carreira artística.
 - D) histórias pessoais, como a do cantor Roberto Carlos, são, ironicamente, desrespeitadas em sua privacidade, desde o início dos anos 70, o que se acentua ainda mais nos tempos sem paz que vigoram atualmente, no mundo.

02. O esquema textual que melhor identifica o texto *Adeus, Roberto Carlos*, é:

- A) dissertativo, com passagens narrativas, em que predomina a função referencial da linguagem.
- B) descritivo, com predomínio da função metalingüística da linguagem.
- C) narrativo, com predominância da função poética da linguagem.
- D) descritivo, com foco na argumentação e predomínio da função apelativa da linguagem.

03. A respeito dos elementos textuais, avalie as afirmativas a seguir:

- 1- As aspas usadas tanto em ... *um dos versos diz: “Eu quero crer na paz do futuro/ eu quero ter um quintal sem muro”*, como as usadas em ... *um de seus grandes sucessos, “Eu quero apenas”*, sugerem a reprodução textual do discurso direto.
- 2- Os dois pontos (:) que aparecem em: ... *aquele ideário do artista não foi alcançado: a paz não vigora em nosso mundo ...*, têm como finalidade introduzir um aposto explicativo.
- 3- Os acentos gráficos empregados nas palavras do texto **música**, **décadas** e **irônico** obedecem à mesma regra de acentuação.
- 4- A vírgula usada em: *Adeus, Roberto Carlos* tem como função separar um vocativo; e em *No início dos anos 70, Roberto Carlos gravou ...*, tem como função separar um adjunto adverbial.

O correto está em:

- A) 3 e 4, apenas.
- B) 1 e 2, apenas.
- C) 2, 3 e 4, apenas.
- D) 1, 2, 3 e 4.

04. A respeito dos elementos lingüísticos do texto, avalie as afirmativas a seguir:

- 1- Em: ... *como “Um milhão de amigos”*, **que** em um dos versos ..., o coesivo grifado é um pronome relativo, já que pode ser substituído por **o qual** e se refere a termo antecedente.
- 2- Em: ... *chegavam muitas vezes aos **prantos** ...*, se substituíssemos a expressão em negrito por **lágrimas**, a construção obrigatoriamente correta seria: *chegavam muitas vezes **às lágrimas***.
- 3- Em: **Portanto**, *já é possível constatar...*, o coesivo em negrito está adequadamente usado no início deste período já que lhe deve atribuir sentido conclusivo em relação ao que foi dito anteriormente.
- 4- Em: ... *ao longo desses anos acentuaram-se muros ...*, o pronome em destaque está empregado em posição proclítica, de acordo com a norma dita culta.
- 5- Em: ... *que fez **a cabeça** de muita gente* há uso de metonímia; e em ... *torno da qual ele tenta erguer um **muro** para protegê-la da “invasão” alheia ...*, há uma metáfora.

O correto está em:

- A) 1, 2, 3, 4 e 5.
- B) 1, 2, 3 e 5, apenas.
- C) 3, 4 e 5, apenas.
- D) 1 e 2, apenas.

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

05. O Windows Explorer permite que os ícones da área de trabalho possam ser visualizados em ícones grandes ou ícones pequenos, e ainda organizados por nome, por tipo, por data ou por tamanho. O menu que permite organizações desse tipo é o menu:

- A) Arquivo.
- B) Editar.
- C) Exibir.
- D) Ferramentas.

06. Assinale a alternativa que completa corretamente a afirmativa abaixo:

“Os *browsers*, definidos como softwares para navegar na Internet, normalmente ...

- A) não permitem a configuração de uma página padrão para a abertura, pois esse tipo de recurso é definido pelo provedor de acesso à internet.”
- B) permitem até o máximo de 5 janelas abertas, simultaneamente.”
- C) possibilitam, ao usuário, a configuração de uma “página inicial”, na qual é preciso digitar o endereço da página que se deseja carregar todas as vezes que o navegador é iniciado.”
- D) não permitem múltiplas janelas abertas, quando essas possuem formulários a serem preenchidos, visto que pode haver conflito entre os dados das páginas que contêm esses formulários.”

07. Quanto aos conceitos básicos relacionados a hardware e software, é correto afirmar:

- A) As impressoras jato de tinta são mais utilizadas, em relação às matriciais, em processos de impressão comercial, tais como: emissão de notas fiscais com mais de uma via.
- B) Os *pen drives* são dispositivos de memória secundária, cuja principal vantagem é a volatilidade de armazenamento, bem como a facilidade de conexão, via porta paralela do computador.
- C) Os monitores do tipo LCD são mais baratos que os CRT, em compensação, gastam mais energia do que estes últimos.
- D) Os discos rígidos e monitores podem ser classificados como periféricos de armazenamento e de saída, respectivamente. Entretanto, caso os monitores possuam dispositivos sensíveis ao toque podemos também classificá-los como periféricos de entrada e saída.

NOÇÕES DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

- 08.** São insuscetíveis de modificação por parte da Administração Pública, fundada nos critérios de conveniência e oportunidade os:
- A) atos não consumados.
 - B) atos discricionários.
 - C) meros atos administrativos.
 - D) atos que não geram direitos adquiridos.
- 09.** De acordo com o Decreto Lei nº 200/67, que organizou a Administração Pública em Direta e Indireta, é correto afirmar que:
- A) as autarquias possuem personalidade de direito privado.
 - B) o capital das sociedades de economia mista é inteiramente público.
 - C) a personalidade jurídica das empresas públicas é de direito privado.
 - D) as empresas públicas são criadas para executar atividade típica da Administração Pública.
- 10.** Considerando as entidades que integram a Administração Pública Indireta é correto afirmar que as:
- A) autarquias têm sua criação autorizada em lei.
 - B) empresas públicas são criadas por lei.
 - C) sociedades de economia mista devem ter forma de Sociedade Anônima.
 - D) causas das sociedades de economia mista federal são processadas e julgadas na Justiça Federal.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

NAS QUESTÕES NUMERADAS DE 11 A 30, ASSINALE A ÚNICA ALTERNATIVA QUE RESPONDE CORRETAMENTE AO ENUNCIADO.

11. Composto por alguns estratos, o Ambiente de Marketing convive com algumas situações favoráveis e outras, desfavoráveis. Na condição de uma Empresa de Engenharia que executa obras para uma Prefeitura, considere as seguintes situações:

1. Racionalização nacional no uso dos combustíveis.
2. Maior conscientização do usuário sobre seus direitos.
3. Entrada de novos concorrentes no mercado.
4. Redução no repasse de verbas federais.
5. Incremento nos impostos do setor.

Assinale a alternativa correta, considerando como verdadeiras as situações que constituem ameaças do estrato de Macroambiente:

- A) 1, 2 e 3.
- B) 1, 2 e 4.
- C) 1, 4 e 5.
- D) 2, 3 e 5.

12. Uma Cadeia de Churrascarias, presente em diversas cidades brasileiras, quer implantar uma nova filial na cidade de Bragança. Para tanto, contratou um escritório de marketing para apresentar-lhe uma Segmentação por Benefício deste setor. Qual dos conjuntos apresentados a seguir pode ser considerado como mais acertado para este tipo de Segmentação?

- A) Serviços, preço, qualidade do cardápio, estacionamento próprio.
- B) Faixa etária, preço, qualidade, tamanho da família.
- C) Faixa etária, qualidade do cardápio, sexo, estado civil.
- D) Tamanho da família, sexo, estado civil, estacionamento próprio.

13. Numere a coluna da direita de acordo com a sua correspondência com a da esquerda.

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Informações a serem colhidas. | () Dados primários |
| (2) Pesquisa de Opinião Pública. | () Teste de mercado |
| (3) Método Experimental | () Documento final |
| (4) Informações já existentes | () Pesquisador versus pesquisado |
| (5) Entrevista | () Perguntas abertas |
| (6) Relatório | () Dados secundários |

Com base na numeração efetuada, de cima para baixo, assinale a seqüência correta:

- A) 4, 2, 5, 6, 3, 1.
- B) 1, 3, 6, 5, 2, 4.
- C) 4, 6, 5, 3, 2, 1.
- D) 1, 2, 5, 6, 4, 3.

14. O Sistema de Informações de Marketing (SIM) é uma forma _____ de oferecer informações à empresa, de maneira _____. Já a Pesquisa de Mercado é adotada para solucionar um problema _____ cujas informações o SIM não pode _____.

A alternativa que preencha correta e, respectivamente, as colunas é:

- A) planejada / alternada / constante / elaborar
- B) específica / alternada / pontual / suspender
- C) específica / sistemática / cooperativo / adotar
- D) planejada / constante / específico / proporcionar

15. “Configurar a imagem da empresa e de seus produtos de forma que os clientes possam entender o que a empresa proporciona em relação a concorrência”, é uma definição de:

- A) Posicionamento.
- B) Segmentação Demográfica.
- C) Segmentação em geral.
- D) Codificação em pesquisa de mercado.

16. Um processo de PFOA envolve a compreensão, análise e identificação de elementos básicos internos e externos à empresa, os quais podemos concentrar nos quatro elementos:

- A) oportunidades, ameaças, fundamentação e alternativas.
- B) oportunidades, ameaças, potencialidades e fragilidades.
- C) potencialidades, fragilidades, ouvidoria e alternativas.
- D) ouvidoria, alternativas, fundamentação e potencialidades.

17. Em um Plano de Marketing, uma estratégia de preços diferenciados para diferentes quantidades de venda caracteriza-se por:

- A) preços negociados.
- B) fretes Variados.
- C) preços de Linha.
- D) descontos.

18. Se em uma análise ambiental a empresa constata que sua imagem perante o mercado precisa ser melhorada, estrategicamente, deve, como prioridade, adotar uma propaganda:

- A) de oportunidade.
- B) institucional.
- C) promocional.
- D) cooperativa.

- 19.** Podemos adotar, na Pesquisa, uma amostragem probabilística ou uma amostragem não probabilística.
Na lista a seguir, indique com o número 1 as amostragens probabilísticas e com o número 2 as amostragens não probabilísticas.

- () Amostragem Sistemática.
- () Amostragem por Julgamento.
- () Amostragem por Quota.
- () Amostragem Simples.
- () Amostragem Estratificada.

Assinale a alternativa que contém a seqüência correta, de cima para baixo:

- A) 2, 2, 1, 1, 2.
- B) 1, 1, 2, 2, 1.
- C) 2, 2, 1, 2, 1.
- D) 1, 2, 2, 1, 1.

- 20.** Uma prefeitura do Pará, em seu Plano Mercadológico, determinou como um de seus objetivos “melhorar a qualidade de atendimento do seu usuário em todas as suas secretarias municipais”. Nas estratégias adotadas neste mesmo Plano, qual a mais adequada para atender ao objetivo criado?

- A) Na Secretaria de Educação, implantar e desenvolver um treinamento de relações humanas para os seus funcionários.
- B) Na Secretaria de Saúde, realizar diariamente, no máximo 5 atendimentos em contraposição aos 10 atendimentos adotados até o momento.
- C) Na Secretaria de Obras, recuperar todas as principais vias do centro do município que necessitam ser recapeadas.
- D) Na Secretaria de Assistência Social, adquirir 2 veículos para aumentar as opções de atendimento nos bairros.

- 21.** Os administradores devem selecionar, dentre um conjunto de opções, as ferramentas de marketing que proporcionem o melhor resultado na comunicação mercadológica. Essa escolha envolve decidir sobre o melhor composto promocional. São métodos promocionais:

- I- Grupo de foco.
- II- Propaganda.
- III- Venda pessoal.
- IV- Relações públicas.

O correto está somente em:

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

22. No planejamento de comunicação de marketing, é essencial a compreensão das formas como o consumidor decide pela compra. O modelo de comunicação de marketing, que declara que, um comprador ou consumidor alvo movimentar-se ao longo de um espectro, partindo do estado de ignorância ou de desconhecimento de uma organização e/ou de seus produtos ou serviços para, finalmente, fazer uma compra, identifica como estágios progressivos os seguintes:

- I- Cognitivo.
- II- Afetivo.
- III- Conativo.
- IV- Reflexivo.

O correto está somente em:

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

23. Considerada uma ferramenta abrangente, as promoções de vendas compreendem: cupons, concursos, amostras, demonstrações, shows, desfiles, entre outras. No Brasil, observa-se um gradativo aumento de verbas destinadas a esse tipo de ação mercadológica. São características das promoções de vendas:

- I- Produzir resposta imediata do consumidor.
- II- Permitir o aumento de vendas de curto-prazo.
- III- Atrair a atenção e criar conhecimento do produto.
- IV- Não permitir fácil medida de resultados.

O correto está somente em:

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

24. Existem muitas definições de ética. A palavra tem origem no grego *éthos*, que significa caráter, referindo-se a índole de uma pessoa. Partindo-se do entendimento que a definição de ética tem o mesmo significado do termo moral, que provem do latim (*mos, moris*), a ética em marketing pode ser analisada sob vários prismas, dependendo da doutrina ética que dá suporte aos tomadores de decisão e do modelo socioeconômico ou psicológico adotado. São modelos que fundamentam decisões éticas:

- I- Modelo de hierarquia de efeitos.
- II- Modelo de desenvolvimento moral de Kohlberg.
- III- Modelo de contingência.
- IV- Modelo da ação racional.

O correto está somente em:

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

25. A expressão *Jingle* é muito utilizada em meios de comunicação e é correto afirmar que:

- I- Origina-se na expressão americana *jingle Bells*.
- II- Define-se como um comercial musicado para rádio.
- III- Caracteriza-se por conter música e texto
- IV- Corresponde a um método padrão de transmissão radiofônica.

O correto está somente em:

- A) I e II
- B) II e III
- C) I, II e III
- D) II, III e IV

26. Na solução de problemas mercadológicos de uma localidade, uma das técnicas utilizadas consiste em reunir um grupo de pessoas com o objetivo de produzir o maior número de idéias, “o que vier à cabeça”, e depois selecioná-las para achar a solução do problema proposto. Essa técnica caracteriza-se por uma reunião descontraída, livre de críticas, onde o participante tem o direito de emitir qualquer idéia, por mais absurda que seja. Essa técnica é conhecida como:

- A) Briefing.
- B) Brainstorming.
- C) Broadcast.
- D) Branch office.

27. Na elaboração do plano de comunicação de marketing, o planejador deve manter o foco em seu público-alvo. Para tanto, deve optar entre diversos tipos de mídia. A mídia que tem por características principais reunir: seletividade, flexibilidade, grande capacidade de personalização e custo elevado por unidade de circulação é conhecido (a) como:

- A) Outdoor.
- B) Rádio.
- C) Mala direta.
- D) Jornal.

28. Suas atribuições compreendem a criação de boas relações com vários públicos da empresa, através da obtenção de publicidade favorável, a criação de uma ‘imagem corporativa’ e o controle ou afastamento de rumores, histórias ou eventos desfavoráveis. Suas ações envolvem o público interno e externo e baseiam-se em ferramentas como: comunicação corporativa, lobbyng e aconselhamentos. Essa definição refere-se a (ao):

- A) Endomarketing.
- B) Relações Públicas.
- C) Propaganda.
- D) Venda pessoal.

29. Caracteriza-se pela comunicação impessoal em forma de notícia, que envolve uma organização e/ou seus produtos e serviços, transmitida por meio de mídia de massa, sem qualquer pagamento para o veículo, tem como principal vantagem sua credibilidade tipicamente atribuída a uma fonte independente. Essa definição compreende o (a):

- A) Propaganda.
- B) Publicidade.
- C) Modelo de fluxo em uma etapa.
- D) Modelo de fluxo em duas etapas.

30. O documento escrito onde o anunciante expressa seu consentimento à empresa de comunicação, para a veiculação de peça publicitária, é conhecido como:

- A) Autorização de inserção.
- B) Plano de mídia.
- C) Plano de comunicação.
- D) Controlled circulation.