



# Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia do Estado do Maranhão – CREA-MA

## CONCURSO PÚBLICO PARA PROVIMENTO DE VAGAS E FORMAÇÃO DE CADASTRO RESERVA DO QUADRO DE PESSOAL

EDITAL Nº 001/2008, DE 27 DE JUNHO DE 2008

PROVA OBJETIVA

# MARKETING

### INSTRUÇÕES

- Verifique se este caderno contém 40 questões, sendo 10 de Língua Portuguesa, 05 de Noções de Informática, 10 de Legislação do CONFEA/CREA-MA e 15 de Conhecimentos Específicos.
- Verifique na Folha de Respostas se o seu nome e o número do documento de identificação estão corretos.
- Em cada questão, você deve assinalar somente uma das alternativas.
- Será anulada a questão que contiver emenda, rasura ou, ainda, a que apresentar mais de uma alternativa assinalada na Folha de Respostas.
- Ao marcar a alternativa correta na Folha de Respostas, use caneta esferográfica de tinta preta, ponta grossa.

CERTO					ERRADO					
	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	21	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	22	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	23	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	24	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	25	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	26	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Ao final da prova, devolva ao fiscal de sala a Folha de Respostas assinada no local indicado.
- Os 2 (dois) últimos candidatos de cada sala só poderão ser liberados juntos.

Boa prova!

A duração total da prova é de 3 horas. Este tempo inclui a marcação da Folha de Respostas.  
Você só poderá levar o Caderno de Provas após transcorridas 2h 30min (duas horas e trinta minutos) do início das provas.

NOME \_\_\_\_\_

INSCRIÇÃO \_\_\_\_\_

DATA / HORÁRIO \_\_\_\_\_



## Língua Portuguesa

Leia o **Texto 1** e responda às questões de **01 a 05**.

### Texto 1

#### *Construindo para o bem*

*Usar o conhecimento da engenharia para impulsionar o desenvolvimento humano e social. Esse é o alicerce dos Engenheiros Sem Fronteiras, uma rede de OGNs surgida na França, no final dos anos 70, hoje em mais de 40 países. Na linha dos Médicos Sem Fronteiras, os doutores que oferecem serviço de saúde em comunidades carentes mundo afora, dessa vez engenheiros civis, elétricos, mecânicos e químicos, entre outros, extrapolam os limites geográficos de seus países para dar a quem precisa acesso a água limpa e potável, energia elétrica, esgoto e todo tipo de infra-estrutura que possa trazer mais dignidade à vida das pessoas. A idéia é usar e até criar tecnologias auto-sustentáveis, de acordo com a necessidade de cada comunidade, trabalhando com mão-de-obra e materiais locais. Na Guatemala, um grupo de norte-americanos desenhou miniturbinas de energia eólica para substituir o uso de lâmpadas de querosene, prejudicial à saúde e ao meio ambiente. Na Amazônia peruana, os espanhóis instalaram equipamentos de comunicação movidos a energia solar para facilitar o pedido de remédios e de socorro urgente para pacientes. Por aqui, já foram desenvolvidos projetos estrangeiros no litoral paranaense e na Amazônia. Inspirados nas iniciativas, estudantes de engenharia da USP levantam os pilares dos Engenheiros Sem Fronteiras Brasil, que vai atuar exclusivamente em nosso país, pois já há muito o que ser feito por aqui.*

(Revista Vida Simples, julho de 2008)

01

Assinale a opção em que o trecho destacado **NÃO** caracteriza Engenheiros Sem Fronteiras.

- “[...]instalaram equipamentos de comunicação movidos a energia solar[...].”*
- “[...]uma rede de OGNs surgida na França, no final dos anos 70[...].”*
- “[...]extrapolam os limites geográficos de seus países[...].”*
- “[...]criar tecnologias auto-sustentáveis[...].”*
- “[...]oferecem serviço de saúde em comunidades carentes mundo afora [...].”*

02

A expressão que, no texto, condensa um dos objetivos principais dos Engenheiros Sem Fronteiras é:

- doutores.
- alicerce.
- extrapolam.
- engenheiros civis.
- infra-estrutura.

03

Aponta para as semelhanças entre as ações realizadas pelos Médicos Sem Fronteiras e os Engenheiros Sem Fronteiras a expressão

- “tecnologias auto-sustentáveis”*
- “conhecimento de engenharia”*
- “desenvolvimento humano”*
- “Na linha”*
- “Por aqui”*

04

No trecho *“Por aqui, **já** foram desenvolvidos projetos **estrangeiros** no litoral paranaense e na Amazônia.”* os termos sublinhados, de acordo com a gramática normativa, podem ser classificados, respectivamente, como

- advérbio e advérbio.
- adjetivo e substantivo.
- adjetivo e adjetivo.
- advérbio e substantivo.
- advérbio e adjetivo.

05

*“[...]A idéia é usar e **até** criar tecnologias auto-sustentáveis[...].”*

O termo sublinhado no trecho acima pode ser substituído, mantendo o mesmo sentido no texto, por

- no entanto.
- porque.
- ainda.
- embora.
- sempre.

Leia o **Texto 2** e responda às questões de **06 a 10**.

### Texto 2

Mesmo a ocupação planejada da Amazônia, baseada nas premissas do desenvolvimento sustentável, pode ser prejudicada por uma das maiores pragas que grassam no nosso País: a corrupção. Uma investigação da organização ambientalista Greenpeace indica que o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incrá) distribuiu terras da Floresta Amazônica para assentados em reforma agrária que depois venderam direitos de exploração da área para grandes madeireiras.

Segundo o jornal britânico *The Independent*, que divulgou em primeira mão a descoberta, em 2006, o Incra criou 97 “assentamentos de desenvolvimento sustentável em Santarém, no oeste do estado do Pará, em áreas florestais de grande valor para madeireiros”. O jornal informa que “os assentamentos cobrem 2,2 milhões de hectares e foram designados para 33.700 famílias”. Entretanto, os assentados são cartas marcadas, laranjas escolhidos a dedo que estão a serviço dos corruptos. Ao receber as terras, vedem seus direitos de exploração da madeira para grandes madeireiras, as quais obtêm acesso a árvores valiosas.

Além da corrupção, a falta de recursos para patrulhar e proteger as áreas contribuiu com o saque da maior floresta equatorial do planeta. As reservas indígenas são roubadas freqüentemente, à custa, muitas vezes, de massacres de seus proprietários.

(Revista Aquecimento Global, ano 1 – Nº 2)

06

Assinale a opção que apresenta oração na voz passiva

- [...]o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incrá) distribuiu terras[...]
- [...]que grassam no nosso País[...]
- [...]Uma investigação da organização ambientalista Greenpeace indica[...]
- [...]pode ser prejudicada por uma das maiores pragas[...]
- [...]Segundo o jornal britânico *The Independent*[...] o Incra criou 97 “assentamentos de desenvolvimento sustentável[...]

07

No trecho “[...]a falta de recursos para patrulhar e proteger as áreas contribuiu com o saque[...]

- indicar uma ação momentânea que ocorre nesse momento especial da observação do autor do texto.
- expressar ação habitual atribuída a um fato constante.
- designar ação independente e imperativa sob um ponto de vista isolado.
- explicar uma ação fragmentada já ocorrida e concluída.
- narrar de modo atenuado uma ação passível de acontecer somente pela amanhã.

08

Considerando as idéias e a estrutura do texto, bem como as relações de referência nele estabelecidas, julgue as opções a seguir e assinale a **CORRETA**.

- O pronome “que” (antepenúltima linha do primeiro parágrafo) refere-se a expressão “assentados em reforma agrária”.
- O sentido e a correção gramatical do texto seriam mantidos caso o termo inicial **mesmo** fosse substituído por **sobretudo**.
- A correção sintático-gramatical seria mantida se fosse usada uma vírgula em **O jornal, informa que “os assentamentos cobrem...”** (segundo parágrafo).
- Em “[...]**Segundo** o jornal britânico “*The Independent*[...]”, o termo destacado é um numeral, indicando ordem (segundo parágrafo).
- No terceiro parágrafo a expressão **à custa** (muitas vezes) **de** é uma locução verbal que tem como sujeito “massacres de seus proprietários”.

09

Em “[...]os assentados são cartas marcadas, laranjas escolhidos a dedo[...]

- tornar o trecho desvinculado do tom político-social do discurso textual desenvolvido.
- tornar a frase coloquial.
- criar efeitos ideológicos.
- neutralizar a concepção do autor frente ao leitor.
- retificar a idéia de corrupção.

10

De acordo com o texto, pode-se inferir que

- os ambientalistas se acomodam por acreditar que o país faz uma política agrária adequada e justa.
- o governo tem se empenhado, contando com a grande atuação do Inbra no caso dos assentamentos.
- os assentados são todos conscientes e têm se portado com dignidade, cumprindo assim o seu papel.
- a imprensa relata fatos sensacionalistas com intenção de comprometer o programa do governo.
- a Amazônia ainda não foi entendida verdadeiramente como uma das possíveis soluções para engrandecer o Brasil.

## Noções de Informática

11

No Microsoft Office Excel 2003, a Função **SE** verifica se uma condição é satisfeita, retornando um valor, se a condição for verdadeira, ou outro valor, se for falsa.

Considerando a ilustração da planilha abaixo, marque a alternativa com a afirmação **CORRETA**.

	A	B	C	D
1	Nota 1	Nota 2	Média	Situação
2	8,0	6,0	7,0	Aprovado

- Quando a condição se refere a valores numéricos, o resultado deve ser obrigatoriamente um valor numérico, o que torna impossível a obtenção do valor "Aprovado", na célula D2.
- A fórmula **=SE(C2>=7;"Aprovado";"Reprovado")** permite o cálculo da situação(Célula D2).
- Se a célula C2 contiver a fórmula, **=MÉDIA(A2;B2)**, por exemplo, então, a fórmula **=SE(C2>=7;"Aprovado";"Reprovado")** não terá o efeito desejado, por consequência da criação de uma referência circular.
- A fórmula **=SE(C2>=7;Aprovado;Reprovado)** permite o cálculo da situação(Célula D2), já que a utilização das aspas não é obrigatória neste caso.
- A fórmula **=SE("Aprovado";"Reprovado";C2>=7)** permite o cálculo da situação(Célula D2).

12

De acordo com seus conhecimentos básicos de informática, numere a segunda coluna relacionando adequadamente seus itens com os itens da primeira.

- |                      |     |  |
|----------------------|-----|--|
| 1. Windows XP        | ( ) | Gerenciador de Arquivos e Pastas               |
| 2. Word 2003         | ( ) | Planilha Eletrônica                            |
| 3. Excel XP          | ( ) | Processador de Texto                           |
| 4. Internet Explorer | ( ) | Apresentação eletrônica, slides                |
| 5. Outlook Express   | ( ) | Gerenciador de mensagens de Correio Eletrônico |
| 6. Windows Explorer  | ( ) | Sistema Operacional                            |
| 7. Power Point       | ( ) | Browser  |

Marque a alternativa que contém a ordem **CORRETA** de marcação, de cima para baixo.

- 5, 7, 2, 3, 1, 4, 6
- 1, 2, 7, 3, 5, 4, 6
- 6, 2, 3, 5, 7, 1, 4
- 6, 3, 2, 7, 5, 1, 4
- 6, 3, 2, 5, 7, 1, 4

13

Analise as afirmações abaixo sobre a movimentação em uma tabela do Microsoft Word XP e marque V ou F, conforme sejam verdadeiras ou falsas.

- A tecla **TAB** move o ponto de inserção para a célula seguinte. Quando pressionado na última célula, insere uma nova linha na tabela.
- A combinação **SHIFT + TAB** move o ponto de inserção para a célula anterior. Quando pressionado na primeira célula (canto superior esquerdo da tabela), o movimento é feito para a última célula (canto inferior direito da tabela).
- Com o movimento dentro de uma tabela, usando a tecla **TAB**, todo o texto (se houver) da célula de destino é selecionado.
- A tabulação dentro de uma tabela é realizada com a combinação **CTRL + TAB**.
- Como a tecla **TAB** é utilizada para navegação dentro de uma tabela, a tabulação é feita usando-se a combinação **ALT + TAB**.

A seqüência **CORRETA** de marcação, de cima para baixo é:

- V, F, V, V, F
- V, V, F, F, F
- F, F, V, V, V
- F, F, F, V, F
- V, V, V, F, F

14

Analise as afirmações sobre o Microsoft Word 2003, a seguir.

- I. Uma vez configuradas as margens de um arquivo, a área reservada como margem não poderá ser utilizada para impressão, mesmo que seja inserida formatação de parágrafo com recuo menor que zero.
- II. As margens superior e inferior de um arquivo devem ser respectivamente iguais aos tamanhos do cabeçalho e do rodapé.
- III. O Microsoft Word permite que as margens de um arquivo sejam menores que as margens de impressão da página (limites da *impressora padrão*).
- IV. Na configuração de páginas, o tamanho do papel de um arquivo pode ser diferente do tamanho de papel configurado na *impressora padrão*.

Estão **CORRETAS** apenas as afirmações

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

15

Analise as afirmações abaixo sobre a utilização da lixeira no Windows XP e marque V ou F, conforme sejam verdadeiras ou falsas.

- ( ) *Deletar* uma pasta (*Selecionar arquivo com mouse, pressionar a tecla Delete e confirmar a remoção da pasta e de todo o seu conteúdo para a lixeira*) significa apagá-la do Disco Rígido.
- ( ) A combinação de teclas de atalho *SHIFT + DELETE* permite a remoção de arquivos e pastas, sem que os mesmos sejam encaminhados para a lixeira.
- ( ) O *Local de Origem* é uma das informações preservadas quando arquivos ou pastas são encaminhados para Lixeira. Contudo, os arquivos restaurados sempre são movidos para o *Desktop*.
- ( ) Um pasta movida acidentalmente para a lixeira pode ser recuperada em determinadas condições, com a utilização imediata da tecla de atalho *Crtl + Z*.

A seqüência **CORRETA** de marcação, de cima para baixo é:

- a) F, V, V, F
- b) V, F, F, V
- c) F, V, F, V
- d) F, F, V, V
- e) V, V, F, F

## Legislação do CONFEA/CREA-MA

16

A criação do estado do Maranhão do Sul é uma antiga aspiração de munícipes e políticos do sul do estado. Supondo-se que o Maranhão do Sul venha a se tornar realidade, a proposta de criação do CREA nesse novo estado caberá

- a) aos profissionais residentes no Maranhão do Sul, já registrados no sistema CONFEA/CREA.
- b) ao CREA do Maranhão.
- c) ao CONFEA.
- d) ao governo do estado do Maranhão do Sul.
- e) às entidades de classe, escolas e faculdades de atuação na área de abrangência do Sistema CONFEA/CREA, com sede no novo estado.

17

A empresa **E** inicia uma obra que tem o profissional **A** como responsável técnico. Durante a execução da obra, o profissional **A** afasta-se da empresa **E**, admitindo-se o profissional **B** em seu lugar. Nesse caso, cabe à empresa **E**:

- a) solicitar ao CREA permissão para substituir **A** por **B**.
- b) comunicar ao CREA que **B** é o novo responsável técnico pela execução da obra.
- c) solicitar ao CREA a anulação do acervo técnico de **A** relativamente à sua participação na obra.
- d) registrar nova ART de execução.
- e) não se manifestar, pois a obra já tem ART de execução.

18

Dentre as atividades abaixo, qual **NÃO** pode ser exercida pelo Técnico de Grau Médio?

- a) Estudo de viabilidade técnico-econômica.
- b) Execução de instalação, montagem e reparo.
- c) Elaboração de orçamento.
- d) Padronização, mensuração e controle de qualidade.
- e) Ensino, pesquisa e extensão.

19

A empresa **E** projetou e executou uma obra de construção civil. Pouco tempo depois, o contratante acionou na justiça a empresa **E**, alegando que houve erros técnicos na obra e que a mesma corre sérios riscos de desabamento. A justiça intimou o CREA a pronunciar-se na questão. O parecer do CREA deve ser:

- a) A responsabilidade pela obra é da empresa contratada **E**.
- b) A culpa deve ser compartilhada entre o responsável técnico pela obra e a empresa **E**.
- c) A responsabilidade técnica por qualquer atividade no campo da engenharia é sempre do profissional dela encarregado, não podendo ser assumida pela pessoa jurídica.
- d) Quando o contratante recebeu a obra não apresentou reclamações, logo não pode alegar posteriormente a ocorrência de falhas na mesma.
- e) Ao CREA cabe fiscalizar o cumprimento da legislação federal quanto ao exercício profissional nas áreas abrangidas pelo sistema CONFEA/CREA, nada tendo a ver com a satisfação contratual das partes.

20

A empresa JKGT Arquitetura, observadas as condições constitutivas legais, para efeito de registro no CREA, pode ter como sócios paritários em quotas e responsabilidades

- a) três arquitetos, um economista, um acadêmico de arquitetura e um comerciante leigo.
- b) dois arquitetos e um comerciante leigo.
- c) um arquiteto e sua esposa leiga.
- d) três arquitetos e cinco empresários leigos do ramo da construção civil.
- e) um arquiteto, um engenheiro civil e dois empresários leigos.

21

Determinada universidade implanta em São Luís o curso de Engenharia de Bioética. Próximo à conclusão da primeira turma, essa universidade requer registro do curso no CREA e solicita que seja atribuída a competência de **manipulação mecânica de células tronco** aos egressos do curso, atribuição nova no âmbito do sistema CONFEA/CREA. Quanto ao Ato Normativo que disciplina a atribuição requerida,

- a) cabe às câmaras especializadas, em conjunto com a Comissão de Educação, baixarem o Ato Normativo.
- b) cabe à Comissão de Educação do CREA propor o Ato Normativo.
- c) cabe à diretoria do CREA baixar o Ato Normativo .
- d) é vedado aos CREAs dispor sobre atribuições profissionais.
- e) cabe ao plenário do CREA homologar o Ato Normativo.

22

Um profissional que comete, respectivamente, as seguintes infrações:

1. Empréstimo do seu nome a empresas executoras de obras e serviços, sem sua real participação.
2. Suspensão de serviço contratado de forma injustificada e sem prévia comunicação.
3. Má conduta pública.
4. Exercício da profissão após ter solicitado interrupção de registro no CREA.

A alternativa que apresenta, respectivamente, as punições a serem aplicadas a esse profissional é

- a) 1) Enquadramento no código de ética.  
2) Suspensão do registro profissional.  
3) Autuação por exercício ilegal da profissão.  
4) Cancelamento do registro profissional.
- b) 1) Enquadramento no código de ética.  
2) Cancelamento do registro profissional.  
3) Suspensão do registro profissional.  
4) Autuação por exercício ilegal da profissão.
- c) 1) Autuação por exercício ilegal da profissão.  
2) Cancelamento do registro profissional.  
3) Suspensão do registro profissional.  
4) Enquadramento no código de ética.
- d) 1) Cancelamento do registro profissional.  
2) Autuação por exercício ilegal da profissão.  
3) Enquadramento no código de ética.  
4) Suspensão do registro profissional.
- e) 1) Suspensão do registro profissional.  
2) Enquadramento no código de ética.  
3) Cancelamento do registro profissional.  
4) Autuação por exercício ilegal da profissão.

23

O auto de infração é o ato processual que instaura o processo administrativo, expondo os fatos ilícitos cometidos no âmbito do CREA atribuídos ao autuado e indicando a legislação infringida, lavrada por agente fiscal, funcionário do CREA, designado para esse fim. O auto de infração será capitulado, conforme o caso,

- a) unicamente nos dispositivos das Leis nº 4.950-A e 5.194 ambas de 1966 e 6.496 de 1977.
- b) com base nos instrumentos normativos do CREA e CONFEA.
- c) nos dispositivos das leis, decretos e instrumentos normativos do CREA e CONFEA.
- d) somente por resoluções específicas do CONFEA.
- e) por resoluções específicas do CREA.

24

Em determinado ano, certa modalidade profissional não tem número mínimo de conselheiros para constituição da respectiva câmara especializada. Nesse caso, as funções e atribuições dessa câmara são

- a) desempenhadas pelo plenário do CREA.
- b) desempenhadas por outra câmara especializada, indicada pelo plenário do CREA.
- c) distribuídas pelas demais câmaras em funcionamento.
- d) desempenhadas por uma câmara mista temporária, indicada pelo plenário do CREA.
- e) desempenhadas pela diretoria do CREA.

25

Determinado profissional tem mandato de três anos. Nos dois primeiros anos ele ocupa a vice-presidência do CREA e em ambas oportunidades, assume temporariamente a função da presidência. No terceiro ano, ele pretende candidatar-se à presidência. Observadas as demais condições legais, pode-se dizer da sua pretensão que

- a) não pode candidatar-se, há impedimento regimental.
- b) ele pode candidatar-se, não há impedimento regimental.
- c) por legislação federal, conselheiro em exercício é impedido de concorrer à presidência do CREA.
- d) depende de permissão do plenário do CREA.
- e) depende de permissão do plenário do CONFEA.

## Conhecimentos Específicos

26

A Associação Americana de Marketing, em 1960, definiu o marketing como sendo “o desenvolvimento das atividades comerciais que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor”. Podemos afirmar que esta definição

- a) reflete a realidade brasileira.
- b) é perfeitamente aplicável aos dias atuais.
- c) deixa de mencionar o conceito de marketing.
- d) não especifica o que é uma atividade comercial.
- e) destaca a satisfação do consumidor que adquire os bens e serviços.

27

José comprou um condicionador de ar pela internet e, após duas semanas de uso, o mesmo apresentou um defeito no compressor, impossibilitando o seu uso. Considerando o conceito de marketing, qual foi a solução encontrada por José?

- a) José ligou para o SAC da loja e foi rapidamente atendido. Foi agendada a visita de um técnico para o outro dia e a parte com defeito foi consertada sem qualquer custo adicional.
- b) Após várias tentativas, José conseguiu entrar em contato com a loja, que lhe recomendou levar o produto a uma assistência técnica da sua cidade.
- c) José precisou fazer três contatos com a loja para registrar sua reclamação. Informaram-lhe que um técnico faria o conserto em 24 horas. Dois dias depois, o técnico foi à sua casa e consertou o aparelho.
- d) José ligou para um número de telefone, conforme orientação da empresa. Sua reclamação foi registrada em uma secretária eletrônica e o aparelho foi consertado em três dias.
- e) José telefonou para o SAC da loja e conseguiu falar com um atendente que passou sua ligação para mais dois atendentes. Foi prometida a realização do conserto, mas não o cumpriram no prazo.

28

Na tentativa de explicar por que as pessoas são dirigidas por certas necessidades e em ocasiões específicas, Abraham Maslow criou a Teoria da Motivação. Ela ajuda aos profissionais de comunicação entender como vários produtos se ajustam aos planos, metas e vida dos consumidores potenciais. Esta Teoria é baseada em cinco níveis de hierarquia de necessidades, que são:

- a) necessidades individuais, necessidades familiares, necessidades históricas, necessidades culturais, necessidades ambientais.
- b) necessidades de segurança, necessidades sociais, necessidades de amor, necessidades de estima, necessidades de status.
- c) necessidades sociais, necessidades fisiológicas, necessidades individuais, necessidades familiares, necessidades de conquista.
- d) necessidades de segurança, necessidades de amor, necessidades de estima, necessidades de status, necessidades de conquista.
- e) necessidades fisiológicas, necessidades de segurança, necessidades sociais, necessidades de estima, necessidades de auto-realização.

29

Jerome McCarthy, em 1960, resumiu os elementos que interferem nas decisões da empresa ao que hoje se conhece como composto de marketing ou *marketing mix*. Com relação ao composto, assinale a alternativa **CORRETA**.

- a) Preço – refere-se à política de preços, descontos, condições de pagamento, *franchising*, *merchandising*.
- b) Produto – refere-se a testes de produto, qualidade, diferenciação, embalagem, marca, serviços, assistência técnica, garantias.
- c) Praça – refere-se aos canais de distribuição, transportes, armazenagem, logística, centro de distribuição, venda pessoal, *merchandising*.
- d) Promoção – refere-se à propaganda, publicidade, promoção de vendas, *Franchising*, necessidades e desejos.
- e) Pós-compra – refere-se à comunicação da empresa com os clientes para verificar se suas expectativas foram atendidas, desenvolver programas de acompanhamento (marketing de relacionamento).

30

A pesquisa de propaganda pode colaborar na definição e na utilização de conceitos de comunicação e também avaliar peças e filmes publicitários com o intuito de reduzir riscos de veiculação de comunicação ineficaz. Os estudos de comunicação **NÃO** incluem

- a) avaliação de campanhas publicitárias e peças promocionais.
- b) pesquisas de satisfação e perfil de consumo da sociedade e efetividade de propagandas.
- c) pesquisas de recall, que visam obter níveis de memorização.
- d) avaliação de estratégias de comunicação.
- e) pesquisas de mídia, para adequar os melhores veículos e meios de divulgação das campanhas.

31

Quanto ao CRM (*Customer Relationship Management*) ou Gerenciamento do Relacionamento com os Clientes, é **CORRETO** afirmar que

- a) junto com o *database marketing*, o *data mining*, o *data cluster* e o *data travell*, traduz a importância da modernidade no processo de tomada de decisões de marketing.
- b) é exclusiva dos gerentes de marketing de empresas mundiais, permitindo-lhes atuar mais profundamente nas ações direcionadas aos clientes, de forma a aumentar o lucro da empresa.
- c) tem por objetivo prover a empresa de meios mais eficazes e integrados para atender, reconhecer e cuidar do cliente, em tempo real e transformar esses dados em informações que permitam ao cliente ser melhor atendido por todos os funcionários da empresa.
- d) representa a coalizão de diferentes níveis de esforços das áreas-chave de empresas voltadas para atender o interesse de seus *stakeholders*.
- e) prepara a empresa para comprar informações de clientes, formando um repositório de dados transacionais com vistas a vendas e efetuação de lucros.

32

No livro “Princípios de Marketing” (12ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007), Philip Kotler afirma que a administração de marketing deve tomar quatro importantes decisões ao desenvolver um plano de propaganda. São elas:

- determinação dos objetivos da propaganda, estabelecimento do orçamento da propaganda, desenvolvimento da estratégia de propaganda e avaliação das campanhas.
- determinação dos objetivos secundários, estabelecimento do orçamento da campanha, decisões de mensagem e avaliação dos resultados.
- definição das estratégias da propaganda, decisões de mensagem, decisões de mídia e apresentação da campanha.
- definição das estratégias da propaganda, decisões de mensagem e de mídia, avaliação da campanha e divulgação da campanha.
- determinação dos objetivos, definição do orçamento da propaganda, decisões de mensagem da propaganda e avaliação dos resultados.

33

Com relação ao texto publicitário, é **INCORRETO** afirmar que

- qualquer anúncio é e funciona como um discurso, isto porque ele é destinado a comunicar e divulgar informações, que são seu conteúdo significativo, através de uma estrutura codificada, ou forma, que o autor cria e organiza.
- criar uma mensagem publicitária (anúncio) é expressar uma idéia ou alguma informação do mundo objetivo, através de palavras, de imagens ou de sons, meios estes destinados a fazer o público crer no que diz, aceitar o que se apresenta e agir como se propõe.
- qualquer anúncio publicitário tem objetivos específicos, sejam comerciais, sejam ideológicos.
- sua estrutura redacional é composta de título, subtítulo, exposição do produto, lema, caixa de texto descritiva das vantagens do produto.
- quanto ao aspecto comunicativo, o texto deve envolver o enunciador e o público-alvo por meio de uma linguagem criativa e objetiva, dentro de uma situação em que predomine informação referencial e função emotivo-persuasiva.

34

Com relação ao projeto de planejamento visual, é **CORRETO** afirmar que

- reflete a proposição, o delineamento e a análise de princípios e técnicas de concepção visual, de imediata aplicabilidade, respeitantes a uma linguagem de comunicação dirigida.
- representa uma avaliação prévia e estimativa pontual de recomendações, a serem adotadas e executadas, relativas ao uso regrado de uma forma de expressão visual com finalidades institucionais.
- é o processo de concepção, delineamento e execução de instruções, que concernem à prática de uma proposta de comunicação visual, envolvendo um sistema de expressão consistente e múltiplo.
- é a atividade de criação, concepção e registro de atividades e providências a serem adotadas de imediato, que dizem respeito a uma linguagem de comunicação visual sistemática.
- consiste em um conjunto de atividades e informações, a serem postas em prática em um prazo definido, e referentes à utilização de um dado sistema de linguagem coerente e uniforme em seus aspectos visuais.

35

José Carlos Veronezzi, autor do livro “Mídia de A a Z”, destaca que nem todos os planos de mídia são um primor de qualidade e virtudes. Entre as alternativas abaixo, assinale a que representa uma exceção às recomendações do autor sobre um plano de mídia profissionalmente correto.

- Não ser superficial, mas também não se emaranhar na erudição.
- Ser um documento o mais conciso (resumido) possível, semelhante aos charts de audiovisual, para facilitar o entendimento.
- Ser à prova de dúvidas, sem ser didático.
- Ter um raciocínio lógico e coerente, sem se resumir numa única folha de cronograma com resumos de verbas e GRP.
- Ser o conjunto de soluções mais rentáveis e adequadas para veicular às peças da campanha e, principalmente, deixar o cliente e o chefe dele convencidos disso.

36

O significado de penetração em mídia impressa é:

- Número de pessoas que indicam um título de revista ou jornal, em relação ao seu universo, definidas por sexo, idade, classe social e grau de instrução.
- Número de pessoas que compram um título de revista ou jornal, em relação ao seu universo, determinado por sexo, idade, classe social e grau de instrução.
- Número de pessoas por sexo, classe social, idade e grau de instrução, em relação ao total de leitores de determinado título de revista ou jornal.
- Número de pessoas que possuem o hábito de ler um título de jornal ou revista, em relação ao seu universo.
- Número de pessoas de uma praça que ouvem uma emissora, em relação ao total da população da praça.

37

Uma mensagem ou um comercial, quando destinados à televisão, só poderão ser eficientes se

- seguirem o modelo de um folheto eletrônico, sendo explicativo e técnico.
- mostrarem as características específicas do produto, destacando a excelência de sua fabricação.
- descreverem o produto nos mínimos detalhes.
- forem envolventes, inserindo o produto no mundo das coisas reais.
- explicarem claramente como o produto funciona.

38

O advento da Internet resultou em uma revolução, tanto como ferramenta de informação e comunicação, como suporte midiático. Atualmente, há profissionais especializados como os *webdesigners* e *webmasters*. Para uma boa programação visual e editoração na *web*, só **NÃO** podemos afirmar que

- os projetos devem ser testados com diferentes plataformas computacionais (*Windows 95, 98, 2000, XP* etc.), pois as restrições de largura de banda e da linguagem HTML podem gerar problemas de configuração.
- times e arial são fontes que têm boa legibilidade na Internet.
- o sistema de cores usado no vídeo é o RGB – *red, green, blue*.
- as cores utilizadas no site podem tornar a navegação mais rápida ou mais lenta.
- um bom site tem que ter como fundo uma cor quente, só assim chamará a atenção do usuário.

39

Considerando os parâmetros legais do Conselho Nacional de Auto-Regulação Publicitária – CONAR, é **CORRETO** afirmar que

- o uso de expressões como “direto do fabricante”, “preço de atacado”, “sem entrada” e outras de igual teor não deve levar o consumidor a engano e só será admitido quando o anunciante ou a agência puderem comprovar a alegação.
- a publicidade de causas, instituições sociais, fundações ou de quaisquer outras atividades ou entidades sem fins lucrativos têm normas próprias, em tudo que lhe couber.
- por se tratar de técnica comprovada, o CONAR se ocupa da normalização da propaganda subliminar.
- todo anúncio deve ser criado em função do contexto sociocultural, estimulando a utilização ou transposição de contextos culturais, sejam brasileiros ou estrangeiros.
- pode ocorrer, em alguns casos, desrespeito à propriedade privada e seus limites.

40

O Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, instituído por entidades representativas do mercado brasileiro de publicidade, em 05 de maio de 1980, tem como principal objetivo a regulamentação das normas éticas aplicáveis à publicidade e à propaganda, assim entendidas como atividades destinadas a estimular o consumo de bens e serviços, bem como promover instituições, conceitos ou idéias. Com base neste Código de Ética, é **CORRETO** afirmar que

- todo anúncio deve ser preparado com algum senso de responsabilidade social, mesmo que acentue, de forma depreciativa, diferenciações sociais decorrentes do maior ou menor poder aquisitivo dos grupos a que se destina ou que possa eventualmente atingir.
- são capituladas também no Código as atividades de Relações Públicas e “*Publicity*”, por serem ambas correlatas tanto à publicidade quanto à propaganda.
- os padrões éticos de conduta estabelecidos neste Código devem ser respeitados por quantos estão envolvidos na atividade publicitária, sejam Anunciantes, Agências de Publicidade, Veículos de Divulgação, sejam Publicitários, Jornalistas e outros Profissionais de Comunicação participantes do processo publicitário.
- a publicidade indireta ou “*merchandising*” submeter-se-á apenas a algumas normas dispostas neste Código, tais como os princípios de ostensividade (art. 9º) e identificação publicitária (artigo 28).
- conforme determina o artigo 11, a propaganda política e a político-partidária também são capituladas neste Código.