



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CARIACICA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**



**PRIMEIRO TERMO DE RETIFICAÇÃO DO
EDITAL DE CONCURSO PÚBLICO Nº 01/2012**

O Prefeito Municipal de Cariacica, Estado do Espírito Santo, no uso de suas atribuições legais, **TORNA PÚBLICO**, mediante as condições estipuladas neste Termo e demais disposições legais aplicáveis, a **RETIFICAÇÃO DO EDITAL DE CONCURSO PÚBLICO Nº 01/2012**, nos seguintes termos:

Art. 1º Conforme o estabelecido na **Lei Municipal 4761 de 7 de janeiro de 2010**, que institui o plano de cargos, carreiras e vencimentos dos servidores municipais de Cariacica - ES estabelece normas de enquadramento, e dá outras providências, fica RETIFICADA a Tabela 2.1 do Edital de Concurso Público nº 01/2012, no que se refere a exclusão da exigência de Especialização como requisito para investidura no cargo de **FISCAL DE TRIBUTOS MUNICIPAIS – FISCALIZAÇÃO TRIBUTÁRIA**, passando a conter a seguinte redação:

Onde se lê:

“Ensino Superior Completo em Economia ou Administração de Empresas ou Ciências Contábeis ou Direito, Especialização em Administração Pública ou Gestão Pública ou Contabilidade Pública ou Administração Tributária e registro no respectivo Conselho de Classe.”

Leia-se:

“Curso de Nível Superior completo nas áreas de economia ou direito ou Administração ou Ciências Contábeis e registro no respectivo Conselho de Classe.”

Art. 2º Fica RETIFICADO o ANEXO II do Edital de Concurso Público nº 01/2012, no que se refere aos **conhecimentos específicos do conteúdo programático do cargo ANALISTA MUNICIPAL DE NÍVEL SUPERIOR – COMUNICAÇÃO SOCIAL**, passando a conter a seguinte redação:

Onde se lê:

“Teoria da Comunicação e a publicidade: O campo da comunicação e as ciências sociais. Principais teorias sobre o fenômeno da comunicação. Estudos sobre mídias. Comunicação e Indústria Cultural. A atuação integrada dos profissionais de comunicação. As ações de comunicação e a sua interdisciplinaridade com outras áreas de conhecimento e outros campos: artístico, político, econômico. Teorias sobre publicidade e propaganda. Função da Propaganda. Abordagem crítica da comunicação publicitária. As teorias psicológicas da comunicação e da propaganda no comportamento humano. Princípios de Marketing: Introdução ao marketing. Conceito, evolução, princípios e composto de marketing. Sistemas de informações de marketing: ambiente e pesquisa de mercado. Segmentação do marketing. Relações da empresa com os cenários ambientais. Análise ambiental: pontos fortes e fracos. Recursos empresariais. Análise ambiental externa. Ameaças e oportunidades. Criação e Redação Publicitária: Mecanismos de motivação e objetivo de criação. Produção de textos publicitários para peças gráficas e eletrônicas. Elementos icônicos e linguísticos. Diferença das linguagens. O texto persuasivo. Relação texto, som, imagem e movimento. Técnicas de criação e redação para os diferentes meios e consumidores. Linguagem visual. Os vocabulários visual e verbal. Elementos de Comunicação visual. Comunicação visual e comunicação persuasiva. Linguagem Gráfica: A linguagem impressa aplicada à publicidade. Aplicação de cores, texturas, marcas. estudos sobre programas de identidade visual. Planejamento e normalização de informações visuais. Linguagens Eletrônicas: A linguagem de áudio e vídeo aplicada à publicidade. A comunicação na televisão. Técnicas de criação, produção e veiculação de informações publicitárias através do rádio e da televisão. Função e relações entre textos, som e imagem. Planejamento estratégico da comunicação integrada. Planejamento aplicado à propaganda de serviços, produtos, organizações. Briefing, identificação de públicos, definição de problemas de comunicação. Estratégia de mensagem e de mídia. Planos de veiculação. Administração e controle de mídias. Planejamento financeiro. Comunicação mercadológica. Políticas de Comunicação. Estratégias de veiculação e público alvo. Cobertura, frequência sustentação. Ética e Legislação da Comunicação. Códigos de ética publicitária. Códigos de autoregulação publicitária: normas padrão do CONAR - Conselho Nacional de Auto-regulamentação. Legislação dos meios de comunicação. Legislação das profissões de comunicação. Democratização da Comunicação. Entidades de classe. Entidades de representação.”

leia-se:

“Teoria da Comunicação: O campo da comunicação e as ciências sociais. Principais teorias sobre o fenômeno da comunicação. Estudos sobre mídias. Comunicação e Indústria Cultural. A atuação integrada dos profissionais de comunicação. As ações de comunicação e a sua interdisciplinaridade com outras áreas de conhecimento e outros campos: artístico, político, econômico. As teorias psicológicas da comunicação no comportamento humano.

Princípios de Marketing: Introdução ao marketing. Conceito, evolução, princípios e composto de marketing. Sistemas de informações de marketing: ambiente e pesquisa de mercado. Segmentação do marketing. Relações da empresa com os cenários ambientes. Análise ambiental: pontos fortes e fracos. Recursos empresariais. Análise ambiental externa. Ameaças e oportunidades. Produção de textos publicitários para peças gráficas e eletrônicas. Elementos icônicos e linguísticos. Diferença das linguagens. O texto persuasivo. Relação texto, som, imagem e movimento. Técnicas de criação e redação para os diferentes meios e consumidores. Linguagem visual. Os vocabulários visual e verbal. Elementos de Comunicação visual. Comunicação visual e comunicação persuasiva. Linguagem Gráfica: A linguagem impressa aplicada à publicidade. Aplicação de cores, texturas, marcas. estudos sobre programas de identidade visual. Planejamento e normalização de informações visuais. A comunicação na televisão. Técnicas de criação, produção e veiculação de informações publicitárias através do rádio e da televisão. Função e relações entre textos, som e imagem. Planejamento estratégico da comunicação integrada. Planejamento aplicado à propaganda de serviços, produtos, organizações. Briefing, identificação de públicos, definição de problemas de comunicação. Estratégia de mensagem e de mídia. Planos de veiculação. Administração e controle de mídias. Planejamento financeiro. Comunicação mercadológica. Políticas de Comunicação. Estratégias de veiculação e público alvo. Cobertura, frequência sustentação. Ética e Legislação da Comunicação. Legislação dos meios de comunicação. Legislação das profissões de comunicação. Democratização da Comunicação. Entidades de classe. Entidades de representação. Conselho de comunicação. Funções dos de comunicação. Planejamento de mídia. Marketing organizacional, institucional e empresarial. Comunicação e tecnologia”

Art. 3º Fica RETIFICADO o ANEXO II do Edital de Concurso Público nº 01/2012, no que se refere aos conhecimentos específicos do conteúdo programático do cargo FISCAL DE TRIBUTOS MUNICIPAIS – FISCALIZAÇÃO TRIBUTÁRIA, passando a conter a seguinte redação:

Onde se lê:

“Código Tributário Nacional.Direito Tributário. Conceito e Classificação dos Tributos. Competência Tributária. Limitações do Poder de Tributar. Normas Gerais de Direito Tributário: Fontes do Direito Tributário, Vigência, Aplicação, Interpretação e Integração da Legislação Tributária. Obrigação Tributária. Crédito Tributário: Lançamento, Suspensão, Exclusão do Crédito Tributário e Extinção da Obrigação Tributária. Repetição do Indébito Tributário. Infrações Tributárias. Noções do Processo Administrativo Tributário. Impostos Municipais. Lei Municipal 725/2007 - IPTU, ISS e Imposto sobre Transmissão Inter Vivos de bens imóveis e direitos. Noções em Direito Administrativo e Constitucional: Princípios Fundamentais: Direitos e garantias fundamentais: Organização do Estado: Administração Pública. Ato administrativo: conceito, requisito, atributos, classificação, espécie e invalidação. Anulação e revogação. Prescrição. Poderes da Administração Pública, Controle da Administração Pública: Controle Administrativo, Controle Legislativo: Controle Judiciário. Agentes Administrativos: investidura e exercício da função pública. Direitos e deveres dos servidores públicos. Regimes Jurídicos. Processos administrativos: conceito princípios, fases e modalidade. Princípios da administração pública. Lei no 8.429, de 2 de junho de 1992: improbidade administrativa. Lei nº 8.112 de 11 de dezembro de 1990 e suas alterações. 8. Lei 9.784 de 29 de janeiro de 1999: O processo Administrativo no âmbito da Administração Público Federal.”

Leia-se:

“Código Tributário Nacional.Direito Tributário. Conceito e Classificação dos Tributos. Competência Tributária. Limitações do Poder de Tributar. Normas Gerais de Direito Tributário: Fontes do Direito Tributário, Vigência, Aplicação, Interpretação e Integração da Legislação Tributária. Obrigação Tributária. Crédito Tributário: Lançamento, Suspensão, Exclusão do Crédito Tributário e Extinção da Obrigação Tributária. Repetição do Indébito Tributário. Infrações Tributárias. Noções do Processo Administrativo Tributário. Impostos Municipais. IPTU, ISS e Imposto sobre Transmissão Inter Vivos de bens imóveis e direitos. Noções em Direito Administrativo e Constitucional: Princípios Fundamentais: Direitos e garantias fundamentais: Organização do Estado: Administração Pública. Ato administrativo: conceito, requisito, atributos, classificação, espécie e invalidação. Anulação e revogação. Prescrição. Poderes da Administração Pública, Controle da Administração Pública: Controle Administrativo, Controle Legislativo: Controle Judiciário. Agentes Administrativos: investidura e exercício da função pública. Direitos e deveres dos servidores públicos. Regimes Jurídicos. Processos administrativos: conceito princípios, fases e modalidade. Princípios da administração pública. Lei no 8.429, de 2 de junho de 1992: improbidade administrativa. Lei nº 8.112 de 11 de dezembro de 1990 e suas alterações. 8. Lei 9.784 de 29 de janeiro de 1999: O processo Administrativo no âmbito da Administração Público Federal.”

Art. 4º Este Termo entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições contrárias.

Cariacica/ES, 18 de abril de 2012.

Helder Salomão
Prefeito Municipal