



PREFEITURA MUNICIPAL DE CARIACICA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO



SEGUNDO 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 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 ambientes. 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 meios de comunicação**. Planejamento de mídia. Marketing organizacional, institucional e empresarial. Comunicação e tecnologia”

Art. 2º Este Termo entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições contrárias.

Cariacica/ES, 23 de abril de 2012.

Helder Salomão
Prefeito Municipal