

1ª Parte – Português

TEXTO 1

Os benefícios que o chocolate traz à saúde
23 de março de 2010

Considerado um "pecado" para quem está de dieta, o chocolate tem sido saudado como um alimento nutritivo, graças aos altos níveis de antioxidantes contidos nele. Uma outra substância encontrada no cacau, matéria-prima do chocolate, conhecida como teobromina, é vista com otimismo pela comunidade médica, já que auxilia na manutenção do sistema nervoso.

Um estudo recente realizado pela Imperial College London mostrou que o chocolate pode auxiliar no tratamento de tosse frequentes. Um outro composto, a feniletilamina, tem um importante papel na hora de melhorar o humor, enquanto os antioxidantes protegem a pele contra os raios UV.

O chocolate preto, informou a pesquisa, também pode ajudar o sistema cardiovascular, por conta das substâncias contidas no cacau. Os benefícios à saúde são tantos que alguns médicos têm recomendado o consumo de chocolate no tratamento de algumas doenças.

01. O autor afirma que o chocolate tem altos níveis de antioxidantes. Ele quer dizer que esse alimento:

- a) Possui elementos químicos em sua produção.
- b) Contém substâncias que inibem a oxidação.
- c) Inibe a produção de dióxido de carbono pelo organismo.
- d) Cura várias doenças.
- e) Evita várias doenças.

02. Segundo o texto:

- a) O cacau, quando é matéria-prima do chocolate, é responsável pela cura de inúmeras doenças cardiovasculares.
- b) Os antioxidantes que estão presentes no chocolate foram considerados únicos responsáveis pela mudança de aspecto científico do chocolate.
- c) Algumas doenças serão tratadas exclusivamente com substâncias retiradas do cacau.
- d) Pesquisando os benefícios do alimento, cientistas perceberam que uma de suas substâncias auxilia o sistema nervoso.
- e) As doenças do sistema nervoso encontraram sua cura através do uso da teobromina.

03. Quanto aos verbos no texto:

- I. 'contidos', 'encontrada' e 'conhecida', funcionam como adjetivos (qualificadores)
- II. A forma verbal 'mostrou' denota a inconclusividade da pesquisa no período do qual faz parte.
- III. 'tem', no segundo parágrafo, está no modo indicativo tempo presente usado para afirmação de uma verdade.

Marque a afirmação correta sobre os itens I, II e III acima:

- a) III está em desacordo com a norma padrão da língua.
- b) Só I e III estão corretas.
- c) A II está errada porque define incorretamente o emprego da forma verbal.
- d) A I está incorreta por ignorar a conjugação à qual os verbos pertencem.
- e) Todas as afirmações contêm alguma inverdade.

TEXTO 2

O que torna os processadores Intel® Core™ 2010 inteiramente novos tão inteligentes?



Tecnologia Intel® HD Graphics¹

Prepare-se para encher os olhos com uma experiência visual impressionante. A tecnologia Intel® HD Graphics proporciona imagens mais nítidas, cores mais vibrantes e áudio e vídeo que parecem reais. E ela é integrada; não há necessidade de adicionar uma placa gráfica separada.

04. Assinale a alternativa que NÃO contém uma característica da linguagem predominante no texto:

- a) O objetivo da mensagem é persuadir o destinatário, influenciando sua opinião sobre um produto dentre os demais.
- b) A mensagem emprega a linguagem típica da função conativa embora a linguagem mais adequada pra esse tipo de texto seja a apelativa.
- c) É comum empregar-se verbos no imperativo.
- d) Os verbos usados explicitam aquilo que o autor almeja conseguir: a adoção de determinada postura por parte do destinatário.
- e) A mensagem é centralizada no receptor.

05. 'E ela é integrada; não há necessidade de adicionar uma placa gráfica separada.'

Assinale a alternativa que contém uma nova disposição do período sem mudar-lhe o sentido:

- a) 'E ela é integrada e por isso não há necessidade de adicionar uma placa gráfica separada.'
- b) 'E ela é integrada se não há necessidade de adicionar uma placa gráfica separada.'
- c) 'Não há necessidade de adicionar uma placa gráfica separada caso ela seja integrada.'
- d) 'não há necessidade, nem ela é integrada, de adicionar uma placa gráfica separada;'
- e) 'E ela é integrada; mas há necessidade de adicionar uma placa gráfica separada.'

Texto 3



06. A partir da leitura e interpretação do texto podemos concluir que:

- As expressões da língua atuam em dois planos distintos: o figurativo e o literal.
- A incompreensão se dá devido a duas concepções diferentes da mesma língua, provavelmente ligadas à variante social.
- As palavras estabelecem entre si relações de sentido e, no caso da charge revelaram intenções e expectativas opostas dos interlocutores.

Podemos considerar correta(s):

- Todas.
- Apenas a III.
- I e II.
- II e III.
- Apenas II.

07. Marque a alternativa correta acerca da análise linguística do texto:

- Houve desvio da norma padrão no emprego do pronome demonstrativo na fala do motorista por representar um elemento que está próximo de quem se fala.
- Se houvesse a troca da forma verbal 'vai', por alguma das formas do verbo 'chegar', não teria havido incompreensão por parte do interlocutor.
- O emprego da conjunção condicional 'si', está de acordo com a norma padrão da língua.
- No caso de 'mais', em lugar da conjunção adversativa foi empregado um advérbio de intensidade.
- Em lugar de 'vai fazê', o emprego da forma 'fará', solucionaria o problema de incompreensão de todo o enunciado.

TEXTO 4

Somos muitos Severinos
iguais em tudo na vida:
na mesma cabeça grande
que a custo é que se equilibra,
no mesmo ventre crescido
sobre as mesmas pernas finas
e iguais também porque o sangue,
que usamos tem pouca tinta.

E se somos Severinos
iguais em tudo na vida,
morremos de morte igual,
mesma morte severina:
que é a morte de que se morre
de velhice antes dos trinta,
de emboscada antes dos vinte
de fome um pouco por dia
(de fraqueza e de doença
é que a morte severina
ataca em qualquer idade,
e até gente não nascida).

08. 'o sangue,
que usamos tem pouca tinta.'

Qual a melhor análise do período acima?

- O autor criou uma metáfora para caracterizar a anemia do sangue dos retirantes.
- Podemos afirmar que ao referir-se apenas à coloração do sangue com sendo ele todo, o autor empregou o recurso da metonímia.
- Ao afirmar 'sangue que usamos' o autor empregou a figura da personificação.
- O autor empregou para caracterizar o sangue expressão usual no linguajar do povo nordestino criando uma paráfrase da mesma.
- O autor deu uma nova roupagem a um texto já conhecido. É o recurso que denominamos como 'intertexto'.

09. Assinale a alternativa correta acerca do emprego dos vocábulos "Severino" e 'severina' e sua relação.

- 'severina' é um predicativo do sujeito 'Severino' e ambos significam a mesma coisa.
- "Severino" é um adjunto adnominal, palavra que serve para individualizar todos os retirantes. 'severina', é sua forma feminina.
- "Severino" é substantivo próprio e 'severina' um adjetivo, tendo esses termos significados semelhantes já que 'severina' caracteriza todo aquele que vive como "Severino".
- Sintaticamente a palavra 'severina' é um adjunto adnominal e seu significado advém da própria exclusão do sujeito oracional 'Severino.'
- Tanto 'Severino' quanto 'severina' particularizam seres de um único grupo e seus significados se confundem dentro do próprio texto.

10. Assinale a alternativa correta:

- Podemos afirmar que em 'mesma morte severina', o advérbio concorda com o substantivo 'severina'.
- Em 'e se somos severinos', há uma conjunção subordinativa integrante.
- 'que é a morte' 'que' é partícula de realce possuindo função sintática definida.
- 'morte igual'. O adjetivo 'igual' é um predicativo do sujeito.
- 'antes', em todas as vezes que aparece no texto, é adjunto adnominal de tempo.

2ª Parte – Conhecimentos Teoria Geral da Administração

11. A Administração, desde os tempos da antigüidade, teve suas primeiras 'definições' a partir dos pensamentos de filósofos como, *exceto*:

- a) Sócrates
- b) Platão
- c) Aristóteles
- d) Karl Marx
- e) N.d.a.

12. O maior ponto de influência da Igreja Católica para a Administração foi:

- a) Hierarquia de autoridade, um estado-maior e uma coordenação funcional
- b) A Igreja Católica não permitia opiniões e posições contrárias aos seus dogmas.
- c) Os monges franciscanos deixaram de lado a vida material para dedicarem-se aos pobres.
- d) As pinturas, esculturas e livros eram marcados pela temática religiosa na Idade Média.
- e) Sacerdotes católicos, em nome de Jesus Cristo, montaram um gigantesco esquema para matar todos os 'hereges' na Europa durante a Inquisição.

13. A Organização Militar influenciou o aparecimento das Teorias da Administração. Resultam da organização militar daquela época

- I. A organização linear.
- II. O princípio da unidade de comando.
- III. A escala hierárquica.

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

14. A Revolução Industrial teve início no século XVIII, na Inglaterra, com a mecanização dos sistemas de produção, foi decorrente da necessidade dos empresários, de atender a demanda em expansão. A administração deve tão somente à Revolução Industrial o conceito de organização da empresa moderna, graças principalmente:

- a) Ao avanço tecnológico e descoberta de novas formas de energia, substituindo o modo artesanal por um industrial de produção.
- b) Ao custeamento de preços.
- c) Ao desemprego gerado pelas produções.
- d) Às lutas por melhores condições de trabalho.
- e) Às muitas horas de trabalho por dia por parte dos trabalhadores juntamente aos castigos físicos dos patrões.

15. Sobre a Abordagem Clássica da Administração, analise as afirmativas a seguir:

- I. Podemos desmembrar a chamada Abordagem Clássica da Administração em duas escolas principais: Escola da Administração Científica (Taylor) e Teoria Clássica da Administração (Fayol).

- II. O crescimento acelerado e desorganizado das empresas, ocasionando uma gradativa complexidade na sua administração foi uma origem desta abordagem.
- III. Para Taylor, a organização e a Administração devem ser estudadas e tratadas empiricamente e não cientificamente.

É correto afirmar que:

- a) Apenas I está correta.
- b) Apenas II está correta.
- c) Apenas III está correta.
- d) II e III estão corretas.
- e) Há uma afirmativa incorreta.

16. Administração surgiu como ciência, através do surgimento da chamada Escola de Administração Científica (Taylor). Sobre isto, analise as afirmativas a seguir:

- I. A improvisação deve ceder lugar ao planejamento, e o empirismo à ciência.
- II. A Falta de uniformidade das técnicas ou métodos de trabalho era apreciada por Taylor como um fator que contribuía para o melhor desenvolvimento da administração.
- III. O principal objetivo da Administração deve ser o de assegurar o máximo de prosperidade ao patrão e, ao mesmo tempo, o máximo de prosperidade ao empregado (identidade de interesses).
- IV. Taylor concluiu que a racionalização do trabalho operário deveria ser logicamente acompanhada de uma estruturação geral da empresa e que tornasse coerente a aplicação de seus princípios.

É correto afirmar que:

- a) Há uma afirmativa incorreta.
- b) II e IV estão corretas.
- c) I e III estão incorretas.
- d) II e III estão corretas.
- e) I, II e III estão incorretas.

17. O Estudo da Fadiga Humana tinha a finalidade de identificar os principais causadores da fadiga humana, uma vez que a fadiga era responsável por uma intensa queda de produtividade, e predispõe o trabalhador a, EXCETO:

- a) Diminuição da Produtividade.
- b) Perda de Tempo.
- c) Fortalecimento dos músculos.
- d) Acidentes.
- e) Diminuição da Capacidade de Esforço.

18. A análise do trabalho consistia em decompor cada tarefa e cada operação da tarefa em uma série ordenada de movimentos simples. Essa análise apresentou as seguintes vantagens:

- I. Eliminar os movimentos inúteis e substituí-los por outros mais eficazes;
- II. Tornar mais racional a seleção e treinamento de pessoal;
- III. Melhorar a eficiência do operário e o rendimento da produção;
- IV. Distribuir uniformemente o trabalho, para que não haja períodos de falta ou excesso de trabalho;

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

19. O desenho de cargos é a maneira pela qual um cargo é criado, projetado e combinado com outros cargos para execução das tarefas maiores. A simplificação no desenho de cargos manuais permite as seguintes vantagens, EXCETO:

- a) Admissão de empregados com qualificações mínimas e salários menores.
- b) Aumento dos custos de treinamento.
- c) Redução da possibilidade de erros na execução.
- d) Facilidade de supervisão.
- e) Aumento da eficiência do trabalhador.

20. A Teoria Clássica da Administração foi idealizada por Henri Fayol. Ele tentou definir os Princípios Gerais de Administração. Segundo Fayol, o princípio que consiste em visualizar um plano e assegurar seu sucesso recebe a seguinte denominação:

- a) Divisão do trabalho.
- b) Unidade de direção.
- c) Iniciativa.
- d) Cadeia escalar.
- e) Centralização.

3ª Parte – Conhecimentos Específicos

21. Sobre Marketing, analise as afirmativas a seguir:

- I. Marketing é a parte do processo de produção e de troca que está relacionado com o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor.
- II. Marketing é despertar nos consumidores suas necessidades reprimidas e demonstrar como supri-las através de produtos e/ou serviços.
- III. Marketing é o conjunto de estratégias e ações que provêm o desenvolvimento, o lançamento e a sustentação de um produto ou serviço no mercado consumidor.

O(s) conceito(s) de Marketing está (estão) correto(s) em:

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

22. Sobre Conceito e ambiente de marketing, considere (V) para afirmativa verdadeira e (F) para falsa.

- () Enquanto os produtos satisfazem economicamente os desejos do consumidor, pode-se dizer que têm utilidade e continuarão a ser produzidos.
- () Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros, pois o pensamento de marketing começa com as necessidades e os desejos humanos.

- () Com o passar dos anos, muitas empresas reconheceram as diferenças de conceitos e se orientaram para o cliente.
- () Por imposição do próprio consumidor, muitas empresas foram forçadas a mudar sua filosofia de atuação.

A seqüência correta, de cima para baixo, é:

- a) F – F – V – F.
- b) V – V – F – F.
- c) V – V – V – V.
- d) F – V – V – V.
- e) F – F – V – V.

23. Assinale a alternativa INCORRETA sobre a satisfação do consumidor.

- a) A satisfação do serviço é formada pela interseção da experiência, expectativa e desejo.
- b) A experiência do serviço é simplesmente a qualidade percebida pelo cliente no encontro do serviço, tendo como base as características mais salientes para este cliente.
- c) As expectativas são as suposições antecipadas com relação ao encontro do serviço.
- d) Os clientes formam expectativas com base em experiências prévias através de informações importantes e por inferência.
- e) Para medir a satisfação, examine as qualidades críticas de experiência de pequenos grupos isolados de clientes.

24. A respeito do consumidor, considere (V) para afirmativa verdadeira e (F) para falsa.

- () Uma empresa que trabalha com um modelo adequado de satisfação de serviço constrói um sistema de medição que constitui um instrumento acurado para medir a satisfação do cliente.
- () Estudos periódicos usando instrumentos dirigidos a modelo de satisfação, podem estabelecer nítidos *benchmarks* para uma companhia.
- () Através das medidas expectativas e desejos dos clientes, uma empresa pode decidir como estrategicamente exceder as expectativas assim como influir na satisfação do serviço.

A seqüência correta, de cima para baixo, é:

- a) F – V – V.
- b) V – V – F.
- c) F – F – F.
- d) V – F – V.
- e) V – V – V.

25. Sobre o Marketing de serviços, assinale a alternativa incorreta.

- a) Os setores de serviço variam muito, o setor governamental presta serviços através dos tribunais, agências de empregos, hospitais, agências de empréstimo, serviço militar, departamentos de polícia e de bombeiros, correios, órgãos legais e escolas.

- b) Grande parte do setor de negócios oferece serviços através de empresas aéreas, bancos, hotéis, companhias de seguros, empresas de consultoria, médicos, advogados, empresas de entretenimento, empresas imobiliárias, agências de propaganda e pesquisa e varejistas.
- c) Vender serviços apresenta alguns problemas especiais, que exigem soluções especiais de marketing.
- d) A empresa deve examinar características principais dos serviços ao elaborar programas de marketing.
- e) n.d.a.

26. Considere (V) para afirmativa verdadeira e (F) para falsa.

- () Para aumentar a incerteza, os compradores procuram 'sinais' de qualidade de serviço.
- () Um banco que queira transmitir a idéia de que seu serviço é rápido e eficiente deve tornar seu posicionamento estratégico tangível em todos os aspectos de contato com o consumidor.
- () Os produtos físicos são fabricados, estocados, mais tarde vendidos e, por fim, consumidos.

A seqüência correta, de cima para baixo, é:

- a) F – V – V.
- b) V – V – F.
- c) F – F – F.
- d) V – F – V.
- e) V – V – V.

27. Os serviços são intangíveis pois:

- a) Não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados.
- b) Não podem ter seus preços diminuídos.
- c) Não podem ser vendidos no exterior.
- d) Não podem ser divulgados em rede nacional.
- e) Impedem a existência de promoções.

28. Os serviços são perecíveis. Sobre isto, analise as afirmativas a seguir.

- I. Alguns psicólogos cobram dos pacientes consultas às quais eles não compareceram porque o valor do serviço existe até o fim da hora marcada.
- II. Quando a demanda não é constante, o fato de os serviços serem perecíveis não causa maiores problemas.
- III. As empresas de transporte público são obrigadas a manter muito mais equipamento devido à demanda na hora do *rush* do que manteriam se a demanda fosse uniforme durante todo o dia.

É correto afirmar que:

- a) Apenas I está correta.
- b) Apenas II está correta.
- c) Apenas III está correta.
- d) I e III estão corretas.
- e) Todas estão corretas.

29. São funções principais dos profissionais de marketing, EXCETO:

- a) Gerência de Produto
- b) Definição de Preço
- c) Distribuição
- d) Publicidade
- e) Doação

30. Fazem parte dos 4 PS do marketing, exceto:

- a) Preço
- b) Produto
- c) Ponto de venda
- d) Promoção
- e) Pesquisa

31. Todo o esforço de comunicação persuasiva a respeito de uma organização e seus produtos recebe o nome de:

- a) Ponto de venda
- b) Participação
- c) Promoção
- d) Queima de estoque
- e) Preço

32. Assinale o exemplo e persuasão.

- a) Estimular a troca de marca.
- b) Informar o mercado sobre um novo produto.
- c) Sugerir novos usos para um produto.
- d) Informar o mercado sobre mudança de preço.
- e) Corrigir falsas impressões.

33. O comércio eletrônico (e-commerce) possui uma série de características que o diferenciam do comércio tradicional. Assinale a alternativa não pertinente a este comércio.

- a) Aumento do faturamento.
- b) Aumento da participação de mercado.
- c) Divulgação da marca.
- d) Redução do alcance das vendas.
- e) Redução de custos.

34. Trata-se de leis imutáveis do Marketing, exceto:

- a) Você nunca vai ter dados perfeitos do consumidor.
- b) Você nunca vai analisar todos os seus dados de consumidores.
- c) Você vai controlar todas as interações com o consumidor.
- d) Você nunca vai ter expertise suficiente em marketing dentro de casa.
- e) Você nunca vai estar satisfeito com sua expertise interna de pesquisa de informações.

35. Analise as afirmativas a seguir:

- I. Marketing utiliza-se da criatividade e bom senso dos profissionais que, aliados a suas experiências, auxiliam a obter resultados para as organizações, coordenando as pessoas e as ferramentas disponíveis, estimulando a demanda e favorecendo o crescimento social e econômico de uma região.

- II. A prática do marketing exige o controle rígido das variáveis internas das organizações, de modo a permitir adaptações da máquina empresarial, ajustando-se às mudanças externas, ou melhor, antecipando-se a elas.
- III. O termo marketing verde, ecológico ou ambiental, surgiu nos anos setenta, quando a AMA (American Marketing Association) realizou um Workshop com a intenção de discutir o impacto do marketing sobre o meio ambiente.
- b) II está correta, mas I não.
c) I e II estão corretas.
d) II está correta assim como III.
e) III não está correta embora I esteja.

É correto afirmar que:

- a) Apenas I e II estão corretas.
b) Apenas II e III estão corretas.
c) Apenas I e III estão corretas.
d) Todas estão incorretas.
e) Todas estão corretas.

36. São os serviços e benefícios adicionais que a instituição acrescenta ao serviço básico e real para torná-lo mais atrativo, com soluções completas para as necessidades e expectativas dos consumidores. São soluções que são adicionadas ao serviço para encantar os clientes.

- a) Produto básico
b) Produto ampliado
c) Produto real
d) Produto líquido
e) Produto sustentável

37. Um plano de marketing, após classificar o produto, analisar alguns pontos da pesquisa de mercado realizada com clientes, apresenta uma análise do mercado, com suas principais mudanças de cenário e tendências, como também características do ambiente competitivo onde pode se utilizar a Matriz de _____ (concorrentes, fornecedores, entrantes, substitutos, compradores em potencial) e a análise Swot (ameaças e oportunidades, pontos fortes e fracos).

O termo que deve completar a frase acima é:

- a) Porter
b) Jackes
c) Steven
d) Oswald
e) Alfred

38. Com relação à auditoria de Marketing, analise os itens a seguir.

- I. A auditoria de marketing insere-se, a grosso modo, dentro das linhas de baliza de um qualquer tipo de auditoria, onde deveremos, numa fase preliminar, debater com os responsáveis da organização os objetivos da auditoria, o tipo de cobertura, a sua profundidade, o formato do relatório, o período de duração, fazendo uma primeira aproximação às fontes de dados.
- II. A auditoria de marketing limita-se ao simples diagnóstico de um problema corrente.
- III. Ao auditor de marketing compete conhecer os mais modernos métodos da Gestão.

É correto afirmar que:

- a) I está correta, mas II não.

39. Com relação ao Enquadramento técnico da auditoria à estratégia de Marketing, considere (V) para afirmativa verdadeira e (F) para falsa.

- () Especialmente em ambientes de negócio instáveis, a auditoria funciona meio de análise em situações.
() Para analisar a estratégia de marketing de uma empresa, torna-se necessário elaborar uma ferramenta metodológica.
() Para os marketeers, o marketing deverá estar no coração do processo estratégico, já que este será o negócio de qualquer organização.

A seqüência correta, de cima para baixo, é:

- a) F – F – V.
b) V – F – F.
c) V – V – V.
d) F – F – F.
e) V – F – V.

40. Merchandising é uma ferramenta de Marketing, formada pelo conjunto de técnicas responsáveis pela informação e apresentação destacada dos produtos no ponto-de-venda, de maneira tal que acelere sua rotatividade. Sobre o Merchandising, assinale a alternativa incorreta.

- a) Merchandising é o conjunto dos estudos e das técnicas de aplicação utilizados, separada ou conjuntamente, pelos distribuidores e pelos produtores com vista a aumentar a rentabilidade do local de venda e o escoamento de produtos, através de uma adaptação permanente dos aprovisionamentos às necessidades do mercado e da apresentação apropriada das mercadorias.
b) O merchandising de sedução centra-se na rentabilidade do espaço do local de venda.
c) Em nível de merchandising é o distribuidor detém o maior poder de decisão.
d) Atualmente, o merchandising no ponto-de-venda é considerado a “mídia” mais rápida e eficaz, pois é a única em que a mensagem conta com os “três elementos chaves” para concretização de uma venda: o consumidor, o produto, e o dinheiro.
e) N.d.a.

FIM DO CADERNO