



T0605006N

Concurso Público

REF. EDITAL Nº 04

NÍVEL SUPERIOR - TARDE

Cargo
**ANALISTA ADMINISTRATIVO -
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Nome do Candidato _____

Inscrição _____

ATENÇÃO

O Caderno de questões possui 50 (cinquenta) questões objetivas, numeradas sequencialmente, de acordo com o exposto no quadro a seguir:

MATÉRIA	QUESTÕES
Língua Portuguesa	01 a 10
Raciocínio Lógico e Matemático	11 a 15
Legislação Aplicada à EBSERH	16 a 20
Legislação Aplicada ao SUS	21 a 25
Conhecimentos Específicos	26 a 50

INSTRUÇÕES

1. Na sua Folha de Respostas, confira seu nome, o número do seu documento e o número de sua inscrição. Além disso, não se esqueça de conferir seu Caderno de Questões quanto a falhas de impressão e de numeração, e se o cargo corresponde àquele para o qual você se inscreveu. Preencha os campos destinados à assinatura e ao número de inscrição. Qualquer divergência comunique ao fiscal.
2. O único documento válido para avaliação da prova é a Folha de Respostas. Só é permitido o uso de caneta esferográfica **transparente** de cor azul ou preta para o preenchimento da Folha de Respostas, que deve ser realizado da seguinte maneira: ■
3. O prazo de realização da prova é de 4 (quatro) horas, incluindo a marcação da Folha de Respostas. Após 60 (sessenta) minutos do início da prova, o candidato estará liberado para utilizar o sanitário ou deixar definitivamente o local de aplicação. A retirada da sala de prova dos 3 (três) últimos candidatos só ocorrerá conjuntamente.
4. Ao término de sua prova, comunique ao fiscal, devolvendo-lhe a Folha de Respostas devidamente preenchida e assinada. O candidato poderá levar consigo o Caderno de Questões, desde que aguarde em sala o término da aplicação.
5. As provas e os gabaritos preliminares estarão disponíveis no site do Instituto AOCP - www.institutoaocp.org.br - no dia posterior à aplicação da prova.
6. Implicará na eliminação do candidato, caso, durante a realização das provas, qualquer equipamento eletrônico venha emitir ruídos, mesmo que devidamente acondicionado no **envelope de guarda de pertences**. O NÃO cumprimento a qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno ou na Folha de Respostas, incorrerá na eliminação do candidato.

------(destaque aqui)-----

FOLHA PARA ANOTAÇÃO DAS RESPOSTAS DO CANDIDATO

Questão	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Resp.																										

Questão	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	
Resp.																										

O gabarito oficial preliminar e o caderno de questões da prova objetiva estarão disponíveis no endereço eletrônico www.institutoaocp.org.br no dia seguinte à aplicação da prova.

Aumentar idade mínima para compra de cigarro evita vício em jovens

UOL, 03/04/2015

Aumentar a idade mínima permitida para comprar legalmente cigarros pode ter um efeito drástico no uso do tabaco por adolescentes, especialmente de 15 a 17 anos, segundo um estudo da Universidade de Michigan, divulgado pelo Institute of Medicine. O impacto na saúde pública também seria relevante.

O levantamento aponta que usuários mais jovens são, geralmente, mais suscetíveis a pegar carona nos hábitos dos amigos e conseguir cigarros com eles, sendo que poucos compram cigarros ilegalmente. Apenas quando atingem a idade adulta, por volta dos 25 anos, é que passam a fazer mais escolhas por conta própria.

“Embora o desenvolvimento de algumas habilidades cognitivas seja atingido aos 16 anos, as partes do cérebro mais responsáveis pela tomada de decisão, controle de impulsos e susceptibilidade dos colegas e conformidade continuam a desenvolver-se até os 25”, explicou o professor Richard Bonnie, responsável pela pesquisa.

Dos fumantes pesquisados, 90% dizem ter começado a fumar antes dos 19 anos. A maioria dos outros experimentou o primeiro cigarro antes dos 26, o que sugere que dificilmente uma pessoa se tornará fumante após os 25 anos.

Segundo simulações apresentadas no relatório, se o aumento na idade mínima ocorresse hoje nos Estados Unidos, haveria mudanças significativas na quantidade de jovens fumantes em 2100. Mais precisamente, se a idade mínima passasse para 19 anos, haveria uma diminuição de 3% no total de fumantes. Se passasse para 21, cairia 12%. E, caso fosse para 25 anos, o número de fumantes diminuiria 16%.

Nos Estados Unidos, onde a pesquisa foi realizada, a maioria dos Estados permite a compra do cigarro a partir dos 18 anos. Alguns (Alabama, Alasca, Nova Jersey e Utah) permitem a partir dos 19, e a cidade de Nova York aumentou a idade mínima para 21 anos.

Considerando, portanto, que o aumento da idade mínima diminui a taxa de iniciação no vício, os pesquisadores concluem que a medida resultaria em queda nas doenças e mortes relacionadas ao tabaco.

Se a idade mínima aumentasse para 21 anos nos Estados Unidos, haveria menos 249 mil mortes prematuras entre pessoas nascidas entre 2000 e 2019 e pelo menos 45 mil mortes a menos por câncer de pulmão no período, segundo o relatório.

“Ao avaliar as implicações na saúde pública pelo aumento da idade mínima para acessar os produtos do tabaco, este relatório tem como objetivo fornecer a orientação científica de que Estados e municípios precisam ao avaliar novas políticas para atingir o objetivo final, que é a redução e a eventual eliminação do uso de tabaco por crianças e pelos jovens”, disse Victor Dzau, presidente do Institute of Medicine.

Fonte: <http://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2015/04/03/permitir-cigarro-depois-dos-21-anos-evita-vicio-em-adolescentes-diz-estudo.htm>

QUESTÃO 01

De acordo com o texto, é correto afirmar que

- (A) o aumento da idade mínima permitida para comprar tabaco não é bom para a saúde da humanidade, pois pode ter um efeito drástico.
- (B) se houver aumento na idade mínima permitida para comprar cigarros haverá também menos jovens fumantes e, conseqüentemente, menos doenças e mortes.
- (C) em Nova York é possível que as doenças aumentem e haja mais mortes, pois a cidade aumentou a idade mínima para 21 anos.
- (D) Morrem em torno de 249 mil pessoas por ano nos Estados Unidos devido ao câncer de pulmão causado pelo tabaco.
- (E) é impossível uma pessoa se tornar fumante após os 25 anos de idade.

QUESTÃO 02

Assinale a alternativa correta referente à pesquisa realizada sobre a idade mínima para comprar cigarros.

- (A) A pesquisa foi realizada pelo Institute of Medicine.
- (B) Conforme a pesquisa, usuários mais velhos têm mais facilidade de se convencerem a fumar do que os jovens.
- (C) A maioria dos Estados, nos Estados Unidos, permite a venda do cigarro a jovens que têm a partir de 16 anos.
- (D) A pesquisa foi realizada na Inglaterra.
- (E) O responsável pela pesquisa é o Professor Richard Bonnie.

QUESTÃO 03

Assinale a alternativa em que uma das palavras está grafada inadequadamente.

- (A) agredir – agregção.
- (B) amor – amoroso.
- (C) imprimir – impressão.
- (D) responsável – responsabilidade.
- (E) viajar – viagem (substantivo).

QUESTÃO 04

Em “A maioria dos outros experimentou o primeiro cigarro antes dos 26”, o verbo em destaque

- (A) deveria estar no plural para concordar com o sujeito “outros”.
- (B) está no plural por concordar com “outros”.
- (C) deveria estar no singular para concordar com “maioria”, mas não está.
- (D) está no singular por concordar com “maioria”.
- (E) está conjugado no tempo presente do indicativo.

QUESTÃO 05

Em “Considerando, portanto, que o aumento da idade mínima diminui a taxa de iniciação no vício, os pesquisadores concluem que a medida resultaria em queda nas doenças e mortes relacionadas ao tabaco”, o termo em destaque NÃO pode ser substituído, sem prejuízo semântico, por

- (A) dessa forma.
- (B) assim.
- (C) destarte.
- (D) entretanto
- (E) pois.

QUESTÃO 06

Em “Se passasse para 21, cairia 12%”, a vírgula foi empregada para separar

- (A) aposto.
- (B) orações coordenadas.
- (C) oração adverbial e oração principal.
- (D) termos de mesmo valor sintático.
- (E) data.

QUESTÃO 07

Assinale alternativa cuja palavra NÃO apresenta encontro consonantal.

- (A) Objetivo.
- (B) Cérebro.
- (C) Compra.
- (D) Pública.
- (E) Pessoa.

QUESTÃO 08

Em “Segundo simulações apresentadas no relatório, se o aumento na idade mínima ocorresse hoje nos Estados Unidos, haveria mudanças significativas na quantidade de jovens fumantes em 2100”, a oração em destaque expressa

- (A) condição.
- (B) tempo.
- (C) comparação.
- (D) finalidade.
- (E) consequência.

QUESTÃO 09

Em “90% dizem ter começado a fumar antes dos 19 anos”,

- (A) o verbo “fumar” faz parte da locução verbal “dizem ter começado a fumar”.
- (B) “fumar antes dos 19 anos” complementa o sentido de “dizem ter começado”.
- (C) “90%” é o complemento verbal.
- (D) os dois verbos: “ter” e “começado” encontram-se conjugados.
- (E) “dizem” está na forma nominal infinitiva do verbo.

QUESTÃO 10

Assinale a alternativa cuja palavra NÃO apresenta a mesma regra de acentuação gráfica da palavra “música”.

- (A) Mínima.
- (B) Drástico.
- (C) Também.
- (D) Pública.
- (E) Informática.

RACIOCÍNIO LÓGICO E MATEMÁTICO

QUESTÃO 11

Em um baralho com 52 cartas, $\frac{4}{13}$ do total correspondem a cartas com letras. Destas cartas com letras, $\frac{3}{4}$ são consoantes. O número de cartas com vogais corresponde a que fração do baralho?

- (A) $\frac{1}{13}$
- (B) $\frac{2}{13}$
- (C) $\frac{3}{13}$
- (D) $\frac{4}{13}$
- (E) $\frac{5}{13}$

QUESTÃO 12

Uma pesquisa de opinião foi feita com certo grupo de pessoas. 30% dos entrevistados responderam SIM à pesquisa e 140 pessoas responderam NÃO. O número de pessoas pesquisadas é

- (A) 60.
- (B) 70.
- (C) 120.
- (D) 140.
- (E) 200.

QUESTÃO 13

Observe a sequência a seguir em que todos os múltiplos de quatro são omitidos e, em seu lugar, aparece a “palavra” PIM:

(1, 2, 3, PIM, 5, 6, 7, PIM, 9, 10, 11, PIM, ...)

O 20º PIM ocupa o lugar em que deveria aparecer o número

- (A) 20.
- (B) 4.
- (C) 40.
- (D) 80.
- (E) 100.

QUESTÃO 14

Se LEÃO, então VACA. Se VACA, então PORCO.
Se PORCO, então PATO. Sabe-se que NÃO PATO,
então

- (A) PORCO e NÃO VACA.
- (B) VACA e NÃO PORCO.
- (C) LEÃO e VACA.
- (D) VACA.
- (E) NÃO LEÃO.

QUESTÃO 15

Em uma sala de aula de ensino médio, 44 alunos
escrevem com a mão direita e 12 escrevem com
a mão esquerda. Sabendo que o número total de
alunos é 50, o número de pessoas que escrevem
apenas com a mão direita é

- (A) 40.
- (B) 38.
- (C) 35.
- (D) 29
- (E) 17.

LEGISLAÇÃO APLICADA À EBSEERH

QUESTÃO 16

“Compete ao Presidente da EBSEERH convocar
e presidir as reuniões da Diretoria”. Além dessa
competência, o que mais compete ao Presidente?

- (A) Analisar, ao menos trimestralmente, o balancete e demais demonstrações financeiras elaboradas periodicamente pela EBSEERH.
- (B) Assistir à Diretoria e ao Conselho de Administração em suas funções, sobretudo na formulação, implementação e avaliação das estratégias de ação da EBSEERH.
- (C) Editar normas necessárias ao funcionamento dos órgãos e serviços da EBSEERH, de acordo com a organização interna e a respectiva distribuição de competências estabelecidas pela Diretoria.
- (D) Levantar demonstrações financeiras e proceder à apuração do resultado em 31 de Dezembro de cada exercício.
- (E) Autorizar a contratação de auditores independentes.

QUESTÃO 17

Assinale a alternativa que NÃO corresponde à
competência da Diretoria Executiva da EBSEERH.

- (A) Propor os valores dos regimes de alçada para as várias instâncias de gestão da EBSEERH.
- (B) Propor e implementar as linhas orientadoras das ações da EBSEERH.
- (C) Aprovar e submeter ao Conselho de Administração o orçamento e o programa de investimentos da EBSEERH.

- (D) Pronunciar-se em relação às matérias que devem ser submetidas ao Conselho de Administração.
- (E) Autorizar a contratação de empréstimos no interesse da EBSEERH.

QUESTÃO 18

A EBSEERH, respeitado o princípio da autonomia
universitária, poderá prestar os serviços
relacionados às suas competências mediante
contrato com as instituições federais de ensino
ou instituições congêneres. Esse contrato
estabelecerá

- (A) as obrigações dos signatários.
- (B) a prestação de serviços no âmbito da saúde e educação.
- (C) a proibição da divulgação do contrato firmado.
- (D) a respectiva sistemática de acompanhamento e avaliação, sem conter critérios e parâmetros a serem aplicados.
- (E) o exercício de atividades inerentes às suas finalidades, nos termos do seu estatuto social.

QUESTÃO 19

O Conselho Consultivo é o órgão permanente
da EBSEERH que tem a finalidade de oferecer
consultoria e apoio à Diretoria Executiva e ao
Conselho de Administração. Dentre as atividades
que lhe competem, podemos considerar

- (A) propor linhas de ação, programas, estudos, projetos, formas de atuação ou outras medidas, para que a EBSEERH atinja os objetivos para os quais foi criada; acompanhar periodicamente o desempenho da EBSEERH.
- (B) pronunciar-se em relação às matérias que devem ser submetidas ao Conselho de Administração.
- (C) monitorar e avaliar continuamente os processos de serviços e de gestão, assim como as condições para o funcionamento adequado da Sede, das filiais da EBSEERH ou outras unidades descentralizadas.
- (D) deliberar sobre matérias não previstas pelo Estatuto Social da Empresa ou por este regimento.
- (E) denunciar, por qualquer de seus membros, erros, fraudes ou crimes que identificarem no âmbito da EBSEERH, e propor providências corretivas e saneadoras para o que for identificado.

QUESTÃO 20

“O representante dos empregados não participará das discussões e deliberações sobre assuntos que envolvam relações sindicais, remuneração, benefícios e vantagens, inclusive assistenciais ou de previdência complementar, hipóteses em que fica configurado o conflito de interesse, sendo tais assuntos deliberados em reunião separada e exclusiva para tal fim”. Essa afirmação refere-se

- (A) ao Conselho Fiscal.
- (B) à Diretoria Executiva.
- (C) ao Conselho Administrativo.
- (D) ao Conselho Consultivo.
- (E) ao Conselho Deliberativo.

LEGISLAÇÃO APLICADA AO SUS

QUESTÃO 21

Aos Conselhos de Saúde Nacional, Estaduais, Municipais e do Distrito Federal, que têm competências definidas nas leis federais, bem como em indicações advindas das Conferências de Saúde, compete

- (A) discutir, elaborar e aprovar propostas de operacionalização das diretrizes aprovadas pelas Conferências de Saúde.
- (B) garantir a transparência, a integralidade e a equidade no acesso às ações e aos serviços de saúde.
- (C) adequar as ações e os serviços dos entes federativos em relação às atualizações realizadas na RENASES.
- (D) realizar a publicidade dos direitos e deveres do usuário na saúde em todas as unidades de saúde do SUS, inclusive nas unidades privadas que dele participem de forma complementar.
- (E) realizar a oferta de ações e serviços de vigilância em saúde, promoção, proteção e recuperação da saúde em âmbito regional e inter-regional.

QUESTÃO 22

A Relação Nacional de Ações e Serviços de Saúde (RENASES)

- (A) compreende todas as ações e serviços que o SUS oferece ao usuário para atendimento da integralidade da assistência à saúde.
- (B) compreende a seleção e a padronização de medicamentos indicados para atendimento de doenças ou de agravos no âmbito do SUS.
- (C) é o órgão de planejamento da saúde e indutor de políticas para a iniciativa privada.
- (D) expõe que apenas os Municípios pactuarão, nas respectivas Comissões Intergestores, com as suas responsabilidades, em relação ao rol de ações e serviços constantes da RENASES.
- (E) compreende um conjunto de ações e serviços de saúde articulados em níveis de complexidade

crecente, com a finalidade de garantir a integralidade da assistência à saúde.

QUESTÃO 23

O que podemos considerar como Mapa da Saúde?

- (A) O espaço geográfico contínuo constituído por agrupamentos de Municípios limítrofes, delimitado a partir de identidades culturais, econômicas e sociais e de redes de comunicação e infraestrutura de transportes compartilhados.
- (B) O conjunto de ações e serviços de saúde articulados em níveis de complexidade crescente, com a finalidade de garantir a integralidade da assistência à saúde em regiões previamente determinadas.
- (C) Os serviços de atendimento inicial à saúde do usuário no SUS, divididos por cada região geográfica.
- (D) A descrição geográfica da distribuição de recursos humanos e de ações e serviços de saúde ofertados pelo SUS e pela iniciativa privada, considerando-se a capacidade instalada existente, os investimentos e o desempenho aferido a partir dos indicadores de saúde do sistema.
- (E) Os serviços de saúde específicos para o atendimento da pessoa que, em razão de agravo ou de situação laboral, necessita de atendimento especial.

QUESTÃO 24

É permitida a participação direta ou indireta, inclusive controle, de empresas ou de capital estrangeiro, na assistência à saúde nos casos de

- (A) pessoas físicas destinadas a instalar, operacionalizar ou explorar ações e pesquisas de planejamento familiar.
- (B) serviços de saúde mantidos, com finalidade lucrativa, por empresas, para atendimento de seus empregados e dependentes, sem qualquer ônus para a seguridade social.
- (C) prestação de serviços públicos de assistência à saúde, observados os princípios éticos e as normas expedidas pelo órgão de direção do Sistema Único de Saúde (SUS) quanto às condições para seu funcionamento.
- (D) doações de organismos internacionais vinculados à Organização das Nações Unidas, de entidades de cooperação técnica e de financiamento e empréstimos.
- (E) pessoas físicas destinadas a instalar, operacionalizar ou explorar hospital geral, inclusive filantrópico, hospital especializado, policlínica, clínica geral e clínica especializada.

QUESTÃO 25

Qual é o objeto do Contrato Organizativo de Ação Pública da Saúde?

- (A) A organização e a integração das ações e dos serviços de saúde, sob a responsabilidade dos entes federativos em uma Região de Saúde, com a finalidade de garantir a integralidade da assistência aos usuários.

- (B) Estabelecimento de mecanismos de incentivos à participação do setor privado no investimento em ciência e tecnologia e estímulo à transferência de tecnologia das universidades e institutos de pesquisa aos serviços de saúde nos Estados, Distrito Federal e Municípios, e às empresas nacionais
- (C) Definição das atividades permanentes para o controle social no SUS, para que as estratégias adotadas possibilitem o acompanhamento e a avaliação contínuos durante a execução, incluindo a participação dos sujeitos sociais envolvidos nesse processo.
- (D) Estabelecimento das diretrizes a serem observadas na elaboração dos planos de saúde, de acordo com as características sociais e da organização de serviços nos entes federativos e nas Regiões de Saúde.
- (E) Coleta de dados de produção, realizados pela equipe das Unidades de Saúde, e sistematização de dados coletados nas visitas às comunidades, realizadas pelos agentes comunitários de saúde, a pedido do Ministério da Saúde.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

QUESTÃO 26

Ao comprar um produto, o consumidor está exposto a diversos riscos no ato da compra. Qual tipo de risco é percebido ao comprar um produto que gera constrangimento perante os outros?

- (A) Risco físico.
- (B) Risco financeiro.
- (C) Risco social.
- (D) Risco psicológico.
- (E) Risco de tempo.

QUESTÃO 27

A internet tem se tornado um dos principais meios de comunicação para a divulgação das marcas nos dias atuais. Nas plataformas digitais podemos fazer um post de forma gratuita ou de forma paga. Esta última gera um maior alcance, mas se bem trabalhado o conteúdo, a forma gratuita pode gerar um bom engajamento com o público. Como podemos denominar os posts que são trabalhados de forma gratuita sem impulsionamento?

- (A) Impulsionado.
- (B) Orgânico.
- (C) Patrocinado.
- (D) Compartilhado.
- (E) Curtido.

QUESTÃO 28

As empresas precisam pensar a comunicação de forma integrada, onde são trabalhados 4 tipos da comunicação: institucional, mercadológico, interno e administrativo. Qual desses tem por objetivo orientar, atualizar e ordenar o fluxo das atividades funcionais dentro de uma empresa?

- (A) Comunicação institucional.
- (B) Comunicação interna.
- (C) Comunicação mercadológica.
- (D) Comunicação administrativa.
- (E) Comunicação funcional.

QUESTÃO 29

Dentre as variações do termo Mídia, como pode ser denominada a forma de mídia que designa o veículo ou campanha dirigida a determinado público definido por critérios de gênero, classe e faixa etária?

- (A) Mídia de apoio.
- (B) Mídia de massa.
- (C) Mídia segmentada.
- (D) Mídia básica.
- (E) Crossmedia.

QUESTÃO 30

O publicitário ao levantar os dados para a elaboração do briefing deve ter em mente os objetivos de marketing e de comunicação da empresa para que possa direcionar as estratégias de forma adequada. Ao traçar os objetivos de marketing, quais elementos do mix de marketing, definido por McCarthy, devem ser levados em conta?

- (A) Produto e preço.
- (B) Produto e praça.
- (C) Produto, preço e praça.
- (D) Produto e promoção.
- (E) Produto, preço, praça e promoção.

QUESTÃO 31

A qual das entidades a seguir compete a regulação das boas práticas comerciais entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação e é mantida exclusivamente pelo setor privado, tendo atuação nacional?

- (A) ABAP.
- (B) CONAR.
- (C) CENP.
- (D) FENAPRO.
- (E) ABA.

QUESTÃO 32

Como é conhecido o acordo contratual pelo qual empresas podem usar nomes, logotipos ou personagens de outras marcas para promover suas próprias marcas, mediante pagamento?

- (A) Co-branding.
- (B) Branding de ingredientes.
- (C) Licenciamento.
- (D) Endobranding.
- (E) Portfólio de marcas.

QUESTÃO 33

Em uma das etapas do planejamento de comunicação, deve ser definido o perfil e a imagem pelo qual empresa deve ser comunicada ao público-alvo. Esta definição denomina-se

- (A) estratégia de comunicação.
- (B) posicionamento.
- (C) campanha de propaganda.
- (D) campanha institucional.
- (E) briefing.

QUESTÃO 34

Na produção eletrônica, o publicitário deve pensar na forma inicial de como apresentar o filme publicitário para a aprovação do cliente e, a partir deste raciocínio, desenvolver o roteiro do filme. Esta trama de uma história denomina-se

- (A) Storyboard.

- (B) Storyline.
- (C) Roteiro.
- (D) Brainstorming.
- (E) Storytelling.

QUESTÃO 35

O termo que designa, em mídia, a veiculação de menções ou aparições de um produto, marca ou serviço ao consumidor, em programa de televisão, é

- (A) Tie in.
- (B) Branding.
- (C) Comercial.
- (D) Chamada.
- (E) Testemunhal.

QUESTÃO 36

O profissional de comunicação irá definir, de acordo com os objetivos da organização, o tipo de campanha a ser usada na propaganda. Quando opta pela campanha em que será divulgada a linha de produtos/serviços que a empresa comercializa, além de conceituar a empresa e fixar sua imagem, está escolhendo a

- (A) campanha institucional.
- (B) campanha de propaganda.
- (C) campanha guarda-chuva.
- (D) campanha de posicionamento.
- (E) campanha de promoção.

QUESTÃO 37

Os fatores psicológicos são de grande importância para entendermos o comportamento do consumidor e poder, assim, direcionar melhor as estratégias de comunicação. Qual teórico explica porque os indivíduos são determinados por determinadas necessidades em determinados momentos?

- (A) Krugman.
- (B) Freud.
- (C) Maslow.
- (D) Herzberg.
- (E) Ostrow.

QUESTÃO 38

Em um plano de mídia, devemos escolher os meios de comunicação que sejam mais adequados para a divulgação da marca de acordo com a estratégia de mídia definida. Dentre os oito tipos de meios de comunicação definidos pelo Grupo de Mídia nacional, aquele que tem o segundo maior investimento dentre os anunciantes do Brasil (Intermeios), possui resposta rápida, multiplicidade de assuntos, é formador de opinião e é passível de auditoria pelo IVC é

- (A) a televisão aberta.
- (B) o out of home.

- (C) a mídia digital.
- (D) o jornal.
- (E) o entretenimento.

QUESTÃO 39

No estudo das teorias da Comunicação, surge, em 1940, em um ensaio de Horkheimer, o conceito do conjunto das instituições sociais vinculadas à produção e distribuição de bens simbólicos, compostos pelas editoras, gravadoras, jornais, agências de publicidade, redes de rádio e TV e provedores de internet, em que a criação individual é substituída pela coletiva. Este conceito denomina-se

- (A) Escola de Frankfurt.
- (B) Indústria Cultural.
- (C) Agir comunicacional.
- (D) Modelo de David Berlo.
- (E) Modelo Matemático da Comunicação.

QUESTÃO 40

Ao elaborar uma pesquisa de comunicação, deve ser definido um método de pesquisa adequado aos objetivos de se realizar a pesquisa em questão. A pesquisa realizada por meio de testes e grupos experimentais, compostos por pessoas ou produtos em testes, que são avaliados no decorrer de um período estabelecido, avaliando a relação entre causa e efeito, é classificado como

- (A) Exploratória.
- (B) Descritiva.
- (C) Causal.
- (D) Bibliográfica.
- (E) Documental.

QUESTÃO 41

Para o designer Delano Rodrigues, marca não é apenas uma representação visual, mas uma síntese de vivências e experiências memoráveis, despertadas quando se estabelece algum tipo de contato com uma empresa, organização, lugar, pessoa ou produto. A partir desta definição, podemos concluir que o processo de dotar um produto ou serviço com poder de uma marca é denominado

- (A) Branding.
- (B) Brand equity.
- (C) Etnografia.
- (D) Extensão de marcas.
- (E) Arquitetura de marcas.

QUESTÃO 42

Esta geração recebe grande foco nos estudos da sociologia atual devido a sua força e suas peculiaridades no mercado. Também conhecida por millenials, geração digital ou geração 2.0, nasceu e cresceu durante a revolução digital. A

que geração nos referimos?

- (A) Geração X.
- (B) Baby boomers.
- (C) Geração Z.
- (D) Geração Y.
- (E) Geração pós-guerra fria.

QUESTÃO 43

O e-commerce é caracterizado pela compra e venda de produtos e serviços pela internet e ele é classificado de acordo com os agentes envolvidos. Quando o e-commerce compreende transações entre empresas, é classificado como

- (A) B2B – Business to business.
- (B) B2C – Business to consumer.
- (C) B2G – Business to govern.
- (D) B2I – Business to Institutions.
- (E) B2E – Business to Employee.

QUESTÃO 44

Ao clicar em um anúncio na internet e este direcionar para uma página específica, esta página é denominada

- (A) Minisite.
- (B) Hotsite.
- (C) Portal .
- (D) Landing page.
- (E) Rede social.

QUESTÃO 45

Dentre as ações de comunicação que podem ser previstas em um plano de comunicação mercadológico, uma tem por objetivo principal incentivar vendas, além de melhorar o relacionamento entre empresa, equipe de vendas e intermediários. Esta ação de comunicação denomina-se

- (A) propaganda cooperada.
- (B) campanha de incentivo.
- (C) campanha institucional.
- (D) campanha de promoção.
- (E) campanha de promoção de vendas.

QUESTÃO 46

A comunicação nos serviços de saúde deve ser trabalhada de forma estratégica, pois os serviços estão passando por constantes mudanças. Das alternativas a seguir, qual NÃO se refere ao contexto das mudanças que estão ocorrendo nos serviços?

- (A) Oferta excessiva de serviços profissionais.
- (B) Indefinição dos limites dos serviços profissionais.
- (C) Crescente insatisfação com os profissionais.
- (D) Tecnologias com mudanças lentas.
- (E) Contínua revisão do ambiente jurídico e ético.

QUESTÃO 47

O uso integrado das mídias, de forma que uma história ou mensagem ultrapasse os limites de um único meio explorando a força de cada meio, é conhecido como

- (A) Crossmedia.
- (B) Storytelling.
- (C) Branding.
- (D) Mídia.
- (E) Portal.

QUESTÃO 48

No mix de comunicação, a ferramenta em que a comunicação de uma pessoa para outra – verbal, escrita ou eletrônica – refere-se aos méritos ou às experiências de compra ou uso de bens e serviços denomina-se

- (A) relações públicas.
- (B) boca a boca.
- (C) marketing direto.
- (D) assessoria de imprensa.
- (E) promoção de vendas.

QUESTÃO 49

Os eventos tornaram-se uma excelente ferramenta para estar associando a marca da empresa ao seu público-alvo, fortalecendo a comunicação. A participação da empresa pode ser promovendo o evento ou estando presente como apoio ou patrocinadora. Patrocinar e montar stands em congressos da área é uma das mais fortes ações em eventos para empresas de saúde. O congresso consiste em

- (A) exposição e venda de produtos.
- (B) divulgação de pesquisa científica em determinado segmento.
- (C) divulgação de políticas e estratégias de marketing e vendas dentro de uma organização.
- (D) melhoria do relacionamento com os cliente.
- (E) assessoria aos compradores quanto à utilização dos produtos.

QUESTÃO 50

No segmento de serviços, a comunicação deve ser trabalhada a partir de um tripé que é composto por: empresa, funcionários e clientes. A interação entre estes é que determinará o tipo de comunicação estabelecida. É fundamental que todas as interações sejam trabalhadas para que nenhuma falha ocorra. Quando a interação é feita entre funcionários e clientes, caracteriza a comunicação

- (A) interna.
- (B) externa.
- (C) integrada.
- (D) interativa.
- (E) empresarial.

