

QUESTÃO 01

Acerca do sistema operacional Microsoft Windows, analise as seguintes afirmativas:




1. A ferramenta Windows Explorer, parte integrante do Windows, é utilizada para visualizar o conteúdo de pastas contidas no computador. A partir dela, é possível observar a quantidade de espaço em disco disponível em cada unidade de disco do computador.
2. O sistema de Lixeira é responsável por procurar documentos não mais utilizados no computador e removê-los automaticamente, aumentando, assim, o espaço em disco disponível.
3. Para se conectar um dispositivo USB no computador, como por exemplo, um *pen driver*, é necessário que o computador esteja desligado ou então que o mesmo seja reiniciado.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 02

Acerca dos comandos disponibilizados no programa Microsoft Word, analise as seguintes afirmativas:








1. O comando representado por  é utilizado para inserir tabelas no documento.
2. O comando representado por  tem como objetivo inserir um *hiperlink* no documento que, uma vez clicado, pode levar o usuário a uma página HTML na Web.
3. O comando representado por  é utilizado para inserir o número de pi (3,14159), valor da razão entre a circunferência de qualquer círculo e seu diâmetro.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 03

Acerca dos comandos disponibilizados no programa Microsoft Word, analise as seguintes afirmativas:

1. Os comandos representados por  e por  são utilizados para aumentar e diminuir o recuo do texto selecionado.
2. O comando representado por  é utilizado para definir o alinhamento do texto selecionado como à esquerda e à direita (justificado).
3. Os comandos representados por  e por  (ou por  e por , no Word 2007) são utilizados para desfazer e para refazer comandos ou entradas digitadas pelo usuário.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 04

A figura abaixo mostra uma planilha Excel utilizada para se calcular os gastos com compras de determinados produtos.

	B	C	D	E
2	Produto	Quantidade	Preço Unit.	Quantidade x Preço Unit.
3	Resma de papel	2	RS 15,00	RS 30,00
4	Caneta	7	RS 1,20	RS 8,40
5				RS 0,00
6				RS 0,00
7	Total:			RS 38,40
8				

Baseado nessa planilha, analise as afirmativas a seguir.

1. As células **E3** a **E7** precisam ter sua formatação definida como **Texto** para que seus valores possam ser iniciados pelo símbolo **R\$**.
2. A fórmula correta a ser utilizada na célula **E3** para calcular o total gasto com o produto discriminado na célula **B3** é **C3 x D3**.
3. Está correto utilizar a fórmula **SOMA(E3:E6)** na célula **E7** para calcular o total gasto com os produtos que aparecem na lista.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

**QUESTÃO 05**

Acerca dos tipos de gráficos disponibilizados pelo programa Microsoft Excel, analise as seguintes afirmativas:

1. O gráfico de barras é composto por diversas barras verticais, uma para cada valor de entrada.
2. O gráfico de radar exibe alterações em valores relacionados a um ponto central.
3. O gráfico de cone é similar ao gráfico de superfície.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

**QUESTÃO 06**

As mudanças proporcionadas pela emergência da sociedade do conhecimento no mercado de trabalho contemporâneo vêm transformando esse espaço em passo acelerado, assim como as variações proporcionadas pela tecnologia de informação e comunicação (TIC). No que tange a essa temática, seguem as afirmações:

1. A nova ordem global é marcada por um processo político e cultural intenso, a avaliar pelo fim da soberania entre nações e fragilidade dos políticos, emergência de mercados flutuantes e volatilidade das transações e comunicação por satélite, entretanto esses fenômenos não tenham influenciado nas relações de trabalho.
2. O novo sistema produtivo caracteriza-se, sobretudo, pela flexibilidade relacionada à tecnologia, aos formatos de terceirização e à organização da produção. Esses elementos refletem a flexibilização dos mercados de trabalho, das qualificações e das práticas laborais.
3. Essa reestruturação se apóia em um processo de reconfiguração do modo de produção capitalista baseado na geração do conhecimento, do processamento da informação e da comunicação de símbolos como fontes de valor econômico.

A respeito das afirmações acima, assinale a alternativa **correta**:

- A) 1 e 2 estão corretas, 3 está incorreta.
- B) 1, 2 e 3 estão corretas.
- C) 1 e 3 estão corretas, 2 está incorreta.
- D) 1, 2 e 3 estão incorretas.
- E) 2 e 3 estão corretas, 1 está incorreta.

**QUESTÃO 07**

A emergência da economia informacional alterou a forma de atuação das empresas. Se antes atuavam em mercados fechados e protegidos, hoje elas operam em mercados abertos, dinâmicos e competitivos. Esse fato também ocasiona modificações em relação à força de trabalho. Qual das seguintes assertivas **não** representa essa realidade?

- A) Um padrão elevado de excelência tem sido imposto aos novos profissionais, exigindo um perfil renovado que se adapte às exigências e às aspirações dos atores internos e externos às empresas, focando-se nas competências dos indivíduos.
- B) A preocupação com o relacionamento em rede (*networking*), reconhecido como fundamental para o desenvolvimento profissional, expande-se, gradativamente, para o cotidiano das pessoas.
- C) Os profissionais devem buscar maximizar os lucros da empresa, com completa aversão ao risco e inflexibilidade nas suas atitudes.
- D) Passa-se a dar maior atenção à capacidade dos indivíduos de perceberem situações por ângulos diferentes ou de forma positiva, de modo a encontrarem alternativas plausíveis para uma dada questão.
- E) Um profissional eficiente deve ter capacidade de avaliar situações de risco que surgem em decorrência de suas ações.

**QUESTÃO 08**

Houve épocas em que os trabalhadores não tinham o direito a participar de programas que visassem uma melhor qualidade de vida no trabalho e enfrentavam jornadas de laborais exaustivas. Embora esse contexto venha mudando, o trabalho ainda ocupa a maior parte do tempo de nossas vidas e demonstra interdependência em relação às atividades não voltadas para o mundo profissional. Nesse contexto, pode-se afirmar que a atratividade das empresas no que tange à disposição de integração por parte de um indivíduo pode ser exercida de acordo com:

1. A possibilidade de o funcionário expressar claramente o que se pensa e se sente, sem que haja a interferência ou pressão por parte do empregador.
2. A atenção dispendida pela empresa a programas como o de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT).
3. A implementação de horários de trabalho com características mais flexíveis.
4. A presença de programas de cargos e carreiras que definam privilégios direcionados apenas para determinados cargos hierárquicos.
5. O uso exclusivo de técnicas informais de comunicação para com os colaboradores.

Sobre as afirmativas acima, assinale a alternativa **correta**.

- A) 1 e 2 estão corretas, 3 está incorreta.
- B) 1, 2 e 3 estão corretas, 4 está incorreta.
- C) 1 e 3 estão corretas, 2 está incorreta.
- D) 1, 4 e 5 estão corretas.
- E) 2 e 3 estão corretas, 1 está incorreta.

**QUESTÃO 09**

Em meio à busca permanente pela qualidade de produtos e serviços, a maior presença da mulher no mercado de trabalho, a segmentação do consumo e a prática da melhoria contínua para atender a novos mercados mais competitivos e exigentes, surge uma preocupação por parte dos indivíduos relacionada ao Marketing Pessoal. Tendo como temática o Marketing Pessoal, analise as afirmativas a seguir.

1. O conceito parte da idéia de que manter o êxito dentro da organização consiste em aparecer e ganhar visibilidade.
2. Um dos pilares centrais do Marketing Pessoal se refere ao planejamento e à estratégia voltados ao estabelecimento e o alcance de metas.
3. O Marketing pessoal é um instrumento político utilizado tão somente com vistas a determinada conquista dentro da empresa.
4. O Marketing pessoal inclui movimentos como o posicionamento correto da imagem e da comunicação interpessoal, além da montagem de uma rede de relacionamentos.
5. O Marketing pessoal tem como objetivo central a valorização da imagem profissional do indivíduo, utilizando a visibilidade como meio para isso.

Está (ão) incorreta(s)

- A) 1 e 3, apenas.
- B) 2 e 3, apenas.
- C) 2, apenas.
- D) 1 e 2, apenas.
- E) 1, 2, 3, 4 e 5.

**QUESTÃO 10**

Um profissional da gestão de organizações deve trazer consigo algumas características, principalmente, a capacidade de lidar com a mudança. Esse é um ponto crucial para aquele que irá trabalhar em um mercado diversificado, competitivo e dinâmico. Acerca das características e habilidades de um gestor organizacional, analise as afirmativas abaixo.

1. A capacidade de aprender a aprender representa um indicador de autodesenvolvimento, sendo fundamental para a racionalidade limitada dos indivíduos que não têm meios concretos para a escolha da melhor decisão.
2. O tipo exigido de qualificação pelo novo modelo socioeconômico se centra inclusive na preparação intelectual, segundo a qual são valorizados aspectos como a criatividade, a iniciativa e a comunicação.
3. O reconhecimento de oportunidades é uma competência que faz com que o indivíduo identifique cenários favoráveis aos objetivos de seu projeto, podendo assim atuar sobre potenciais chances de êxito, sem que haja qualquer interferência do risco.

Está (ão) correta(s)

- A) 1 e 3, apenas.
- B) 2 e 3, apenas.
- C) 2, apenas.
- D) 1 e 2, apenas.
- E) 1, 2 e 3.

**QUESTÃO 11**

O profissional apto a trabalhar no mercado empresarial competitivo deve apresentar conhecimentos que suplantem as ferramentas de gestão, demonstrando uma postura reflexiva e baseada na cooperação. As empresas vêm adotando novas tecnologias que refletem certa flexibilidade, de modo a lhes permitir se adaptarem à volatilidade do mundo dos negócios. Conscientes desses fatores, os futuros profissionais buscam se capacitar para suprir a demanda por competências diferenciadas. Nesse sentido, analise as assertivas abaixo.

1. A preocupação com o relacionamento em rede (networking), reconhecido como fundamental para o desenvolvimento profissional, expande-se gradativamente para o cotidiano profissional das pessoas.
2. A competência gerencial se refere à eficiente alocação de talentos, recursos físicos, financeiros e tecnológicos. Esse processo se desdobra em mecanismos de planejamento, organização, comando, motivação, delegação e controle.
3. A evolução das inovações tecnológicas se revela como uma característica típica das organizações burocráticas, uma vez que lhes auxiliam a encontrarem soluções integradoras e ágeis para solução de conflitos que vão surgindo em circunstâncias do seu cotidiano.

Está (ão) correta(s)

- A) 1 e 2, apenas.
- B) 2 e 3, apenas.
- C) 1, apenas.
- D) 1, 2 e 3.
- E) 2, apenas.

**QUESTÃO 12**

A competitividade do mercado de trabalho e a necessidade de diferenciação entre as empresas fazem com que as organizações exijam novas habilidades e competências de seus funcionários. De acordo com essa perspectiva, marque a alternativa incorreta.

- A) A noção de competência se assemelha à capacidade de combinar e mobilizar adequadamente conhecimentos, habilidades, atitudes e recursos em uma situação específica.
- B) Indivíduos que preferem a ação colaborativa costumam representar resultados mais significativos que as voltadas para ações competitivas, pois a cooperação permite a otimização dos recursos.
- C) A competência, que corresponde ao desenvolvimento de ações velozes, intuitivas ou baseadas na percepção de situações por ângulos diferentes, tende a não ser a mais desejada na nova configuração do mercado de trabalho.
- D) Uma competência primordial para os profissionais do futuro corresponde à visão estratégica, uma vez que possibilita a compreensão de cenários amplos e de longo prazo, além de estabelecer objetivos alcançáveis.
- E) A emergência da preocupação por parte das empresas para com seu capital intelectual surge em um contexto onde a tecnologia e os processos de trabalho tornaram-se disponíveis e acessíveis globalmente.

**QUESTÃO 13**

Como meio de abordagem à empresa no momento pós-compra, os consumidores dispõem do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), que vem se tornando cada vez mais informatizado e impessoal. De acordo com essa problemática, analise as afirmativas a seguir.

1. Os SACs são reconhecidos pelas empresas e pelos públicos como elemento estratégico para inibir problemas e insatisfações, evitando o desgaste da imagem organizacional.
2. As empresas devem tratar as informações coletadas através do SAC como um indicador qualitativo e de satisfação, sendo assim essencial que a voz do consumidor seja ouvida e decifrada.
3. O SAC está inserido na lógica da melhoria contínua e, assim, revela-se como ferramenta de aplicação corrente da gestão da qualidade.

Está (ão) correta(s)

- A) 1 e 3, apenas.
- B) 2 e 3, apenas.
- C) 3, apenas.
- D) 1 e 2, apenas.
- E) 1, 2 e 3.

**QUESTÃO 14**

A atividade empreendedora representa um dos motores do crescimento econômico e ocorre na maioria dos processos de desenvolvimento de novos negócios. Acerca do fenômeno empreendedor e suas particularidades, assinale a alternativa correta:

- A) A constante busca pela inovação, típica das atividades empreendedoras, possibilita a plena previsibilidade junto ao mercado, segundo a perspectiva das organizações contemporâneas.
- B) O empreendedorismo é um fenômeno que modifica as condições correntes do mercado através da introdução de algo novo e diferente em resposta a necessidades percebidas.
- C) O empreendedorismo emerge como um movimento incentivador do fenômeno denominado “fim do emprego”, de modo a garantir a empregabilidade em grandes corporações.
- D) A forma que os empreendedores raciocinam e enxergam problemas por diferentes perspectivas constituem fatores que podem prejudicá-los no que tange a visualização de oportunidades.
- E) As relações empreendedoras realçam elementos comuns de formas de produção rígidas, uso intensivo da força de trabalho e esforço direcionado para os processos internos da organização.

**QUESTÃO 15**

As dificuldades enfrentadas pelas iniciativas para começar uma atividade produtiva são oriundas de barreiras na dinamização da prática empresarial vigente no contexto nacional, tais como:

1. Alto custo e dificuldade de acesso ao capital.
2. A existência de políticas governamentais que impõem carga tributária excessiva e elevados encargos trabalhistas.
3. Um sistema educacional insuficiente, tanto para a preparação das pessoas com habilidades, quanto para o desenvolvimento do espírito empreendedor entre os estudantes.
4. A distância entre a produção da ciência e a sua aplicação na inovação tecnológica.
5. A forte cultura de se buscar um emprego na esfera pública ou em grandes organizações.

Sobre as afirmativas acima, assinale a alternativa correta

- A) 1 e 2 estão corretas, 3 está incorreta.
- B) 1, 2, 3, 4 e 5 estão corretas.
- C) 1, 3 e 5 estão corretas, 2 está incorreta.
- D) 1, 2 e 3 estão incorretas.
- E) 2 e 3 estão corretas, 4 está incorreta.

**QUESTÃO 16**

Na sociedade atual, o empreendedor é reconhecido como um agente de mudança e o fenômeno do empreendedorismo como uma atividade que envolve a prática da inovação, transformando a realidade vigente em algo favorável as aspirações do empreendedor. Acerca do comportamento empreendedor, analise as seguintes assertivas.

1. O empreendedor costuma enxergar oportunidades onde os outros indivíduos não enxergam, mas esse cenário favorável tem a ver tão somente com os recursos que a organização disponibiliza para desenvolver seus projetos estratégicos e inovadores.
2. Para o planejamento e estabelecimento do novo empreendimento, o sistema é auto-regulado, pois seus membros podem se constatar e se organizar, de modo a ampliar as oportunidades que lhes são disponibilizadas.
3. Os laços sociais provêm o empreendedor de informações sobre experiências positivas de arranjos cooperativos, condicionamentos cognitivos sobre alternativas para resolver incertezas ambientais, competência e confiabilidade dos parceiros alternativos; redução de incertezas quanto ao comportamento oportunístico dos parceiros potenciais; oportunidades de novos acordos cooperativos; funcionamento do arranjo cooperativo para os parceiros; e a solução de problemas em tempo real.

Sobre as assertivas acima, assinale a alternativa correta

- A) 1 e 2 estão corretas e 3 está incorreta.
- B) 2 e 3 estão corretas, mas a 1 está incorreta.
- C) 1, 2 e 3 estão corretas.
- D) 1 e 3 estão corretas, mas a 2 está incorreta.
- E) 1, 2 e 3 estão incorretas.

**QUESTÃO 17**

A venda pessoal é uma técnica de comercialização que movimenta diversos princípios acerca do consumidor pelo fato de envolver a interação direta com este. Nessa abordagem, os vendedores são treinados com métodos de análise e gerenciamento de clientes para atender de forma efetiva os potenciais consumidores. Acerca da venda pessoal e de seus princípios norteadores seguem as afirmações:

1. O processo de venda pessoal pressupõe que os clientes têm necessidades que devem ser exploradas como oportunidades.
2. Os clientes apreciam sugestões construtivas e são fieis aos vendedores que demonstram fidelidade aos seus interesses de longo prazo.
3. Antes da abordagem propriamente dita, faz-se uma prospecção da possível clientela para identificar e qualificar os clientes potenciais.
4. O acompanhamento e a manutenção do cliente são procedimentos que não pertencem ao processo da venda direta eficaz.

Está (ão) correta(s)

- A) 1, 2 e 3, apenas.
- B) 2, 3 e 4, apenas.
- C) 2 e 4, apenas.
- D) 2 e 3, apenas.
- E) 2, apenas.

**QUESTÃO 18**

Numa sociedade de risco, o medo e o sentimento de constante insegurança podem levar as pessoas a terem tanto vidas passivas e transtornadas devido a um sentimento de impotência, quanto pode impulsioná-las a se articular, levando adiante empreendimentos de prevenção a esses riscos. Quanto à postura pessoal e profissional de um indivíduo, é incorreto afirmar:

- A) A proatividade se destaca como fator que impulsiona o indivíduo à resolução de problemas de forma imediata, embora isso não prejudique necessariamente a escolha da decisão.
- B) A convivência com o risco deve motivar o indivíduo na obtenção de informações adequadas para conhecer melhor a situação e, assim, intervir para transformá-la.
- C) A postura profissional de uma pessoa independe de suas atividades sociais ou de sua cultura, levando-se em consideração apenas suas atitudes e ações no ambiente de trabalho.
- D) Os líderes das organizações devem estabelecer uma cultura de confiança e comprometimento de modo que os funcionários possam contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais.
- E) O comprometimento vincula o profissional do mundo empresarial às soluções e aos resultados favoráveis a sua atividade, à rede e à comunidade.

**QUESTÃO 19**

Com o aumento da importância dispendida a subjetividade proporcionada pela Modernidade, aumentou-se o questionamento de valores e crenças até então presentes no cotidiano das pessoas. Na atualidade percebe-se uma crise de valores morais que faz com que os indivíduos exijam justiça e respeitabilidade nas relações interpessoais e profissionais. Como meio de regular atitudes antiéticas dentro do ambiente organizacional, as empresas costumam elaborar códigos de ética de forma a guiar o comportamento dos seus funcionários. A respeito do código de ética nas organizações, assinale a alternativa correta.

- A) A preocupação com o estabelecimento de um Código de Ética advém da necessidade de administrar os comportamentos das pessoas que estabelecem relação direta ou indireta na empresa
- B) Com o estabelecimento do Código de Ética em uma organização, esta não necessita de uma Comissão Ética para a resolução de determinados casos, caso seja necessário.
- C) O Código de Ética especifica obrigações éticas conscientes para a conduta organizacional, não sendo necessário ser formulado com o propósito de ser guiado por padrões morais para condutas éticas.
- D) O Código de Ética da organização é suficiente para moldar o comportamento dos indivíduos pertencentes a ela.
- E) A influência da cultura organizacional sobre a postura ética dos funcionários é apontada como fator secundário, enquanto o Código de Ética é declarado fator primário.

**QUESTÃO 20**

As operações de vendas traduzem um esforço importante do ponto de vista das organizações do ramo produtivo, que desejam se manter competitivas no mercado globalizado cada vez mais competitivo. Acerca do Gerenciamento do esforço de vendas, analise as afirmativas que se seguem.

1. Um processo de gerenciamento de vendas deve abranger a formulação do plano de vendas, sua implementação e posteriormente a avaliação e o controle da força de vendas.
2. O estabelecimento de objetivos é o ponto central do gerenciamento de vendas, porque especifica o que deve ser alcançado, orientando o esforço de venda dos vendedores.
3. Fatores como treinamento pessoal e sistemas de remuneração adequados não produzem efeitos diretos sobre a produtividade da força de vendas
4. A avaliação da força de vendas deve ser fundamentada de acordo com medidas quantitativas.

Sobre as afirmativas acima, assinale a alternativa correta:

- A) 1, 2 e 3 estão incorretas.
- B) 2, 3 e 4 estão incorretas.
- C) 1 e 2 estão corretas.
- D) Apenas 2 está correta.
- E) 1, 2, 3 e 4 estão corretas.

**QUESTÃO 21**

Durante o processo de vendas, um cliente potencial pode apresentar algumas objeções a respeito do produto ou do serviço que lhe está sendo apresentado. Essas objeções podem ser apresentadas em formas de dúvidas, desacordos ou renúncias. Assim, é correto afirmar

- A) As objeções feitas pelos clientes prejudicam os vendedores na demonstração da superioridade competitiva do produto.
- B) Os vendedores não devem se antecipar às objeções dos clientes, preservando sua liberdade de expressão e demonstrando segurança frente ao produto ou serviço que está oferecendo.
- C) As objeções indicam que o cliente potencial não irá realizar a compra, devendo o vendedor demonstrar outras qualidades do produto como meio de fechar a venda.
- D) Uma das objeções mais frequentes está relacionada ao preço. Neste caso, o vendedor deve adiar a resposta e tocar em um outro ponto que atraia o interesse do cliente.
- E) Com uma objeção do cliente, o vendedor deve reconhecer a validade da questão e levantar perguntas para delinear o real questionamento do cliente de forma a demonstrar os benefícios do produto ou justificar o preço.

**QUESTÃO 22**

Quando estamos lidando com a venda pessoal, a condução desse processo passa por etapas primordiais que influenciam diretamente a comercialização do produto ou serviço. Relacione essas etapas com suas respectivas definições e assinale a alternativa correta.

- 1. Prospecção
  - 2. Pré-abordagem
  - 3. Abordagem
  - 4. Apresentação
  - 5. Fechamento
- ( ) Busca produzir clientes potenciais por meio de propaganda, referências e contatos frios.
- ( ) Etapa em que o vendedor obtém um compromisso de compra e transforma o cliente potencial em cliente real.
- ( ) Busca atrair a atenção do cliente estimulando o seu interesse a partir de uma referência oficial ou uma demonstração do produto.
- ( ) Adota a observação pessoal para estabelecer estratégias de como abordar o cliente.
- ( ) Envolve o cliente com o produto ou serviço dando atenção a suas necessidades particulares.

A seqüência correta de cima para baixo é

- A) 1, 4, 3, 2, 5.
- B) 3, 4, 1, 2, 5.
- C) 4, 5, 1, 3, 2.
- D) 1, 5, 3, 2, 4.
- E) 2, 3, 4, 5, 1.

**QUESTÃO 23**

A comunicação mercadológica abrange toda forma de interatividade capaz de atingir um objetivo de marketing. A propaganda constitui um dos instrumentos utilizados para aperfeiçoar esse tipo de comunicação. A respeito da ferramenta propagandística, assinale a alternativa incorreta.

- A) A propaganda tem como função principal informar benefícios, características e atributos de produtos, serviços ou marcas por meio da interação com o consumidor.
- B) A propaganda envolve a difusão junto ao público de anúncios, comerciais na mídia televisiva, outdoors, cartazes, catálogos, informes publicitários, embalagens, rótulos e a venda direta.
- C) A propaganda opera induzindo os consumidores a associar positivamente a informação apresentada no anúncio veiculado pelo intermediário de comunicação de determinada empresa com os benefícios da marca ou categorias de marcas oferecidas pela concorrência, de modo a gerar um efetivo posicionamento de mercado.
- D) A propaganda deve estar orquestrada com informes publicitários, embalagens, rótulos e *merchandising* para gerar uma comunicação integrada de marketing.
- E) Para a cobertura de uma propaganda, faz-se necessário lançar mão de outras técnicas do *mix* promocional junto ao consumidor, tais como brindes, sorteios ou cupons.

**QUESTÃO 24**

As forças sociais do ambiente onde estão inseridas as empresas podem causar um forte impacto nas estratégias de marketing. Assim, marque a alternativa que não corresponde tão somente a fator social influenciador no planejamento estratégico de marketing.

- A) A demografia.
- B) A cultura e suas relações com as diversas esferas da sociedade.
- C) O desenvolvimento tecnológico do produto.
- D) Os valores grupais influenciando as atitudes dos indivíduos.
- E) Os deslocamentos populacionais.

QUESTÃO 25

Os profissionais de marketing compõem um grupo que busca entender o público-alvo, sendo, portanto, treinados para estimular a demanda pelos produtos das empresas para as quais trabalham. No caso de uma prestadora de serviços, os princípios da abordagem de marketing manifestam algumas peculiaridades. Conforme essa aceção, é incorreto afirmar que:

- A) as pessoas constituem os talentos imprescindíveis para as empresas prestadoras de serviço, devendo estas dar-lhes autoridade suficiente para que prestem serviços de qualidade e permaneçam atraindo novos clientes.
- B) os produtos são facilmente avaliados por parte do consumidor durante o processo de decisão de compra. De igual maneira, os serviços são facilmente avaliados pelos consumidores no momento da compra.
- C) a qualidade dos serviços das empresas é avaliada de acordo com a confiabilidade da empresa, sua capacidade de resposta, segurança e empatia.
- D) com a acirrada competitividade do mercado, as empresas de serviços devem manter seu marketing voltado para manter um bom relacionamento com os seus clientes.
- E) no caso das empresas de serviço, elas devem se orientar para os clientes de forma a construir relacionamentos duradouros.

TEXTO

MENSAGEM DE NATAL

Papai Noel é, na banda ocidental deste resto de mundo que nos resta, o velhinho mais poderoso de que se tem notícia. Um deus. Um deus de poder aterrador.

Eta! Papai Noel chegou! Aí, tudo se agita, tudo efervesce, tudo se transforma. Arrasador, o velhinho! Com a sua vinda, aumenta a produção; aquecem as vendas; aumenta, portanto, a poluição atmosférica, aumenta o buraco na camada de ozônio, aumenta o aquecimento da Terra, aumenta a destruição da Terra.

E aumenta a destruição entre os homens, porque o poder do velhinho convence todos da necessidade de comprar... Quem pode, pode... Quem não pode... Atendendo ao apelo de Papai Noel, e para comprar roupa nova, o marginal conclui que tem direito ao 13°. Aí, rouba. Se necessário, mata.

Eta velhinho poderoso! Pois é! Ele faz acreditar nas mais deslavadas mentiras! O lojista anuncia a promoção: de R\$ 80,00 por apenas R\$ 60,00! Só que o preço da mercadoria, antes da chegada do velhinho (mentiroso!), era R\$ 40,00! Papai Noel faz promoção até em casa de parafusos: *a felicidade está bem perto de você! Um quilo de parafuso de todas as medidas por apenas R\$ 20,00!* Um “grande Papai Noel” está na frente de uma funerária, prometendo felicidade na compra de um ataúde de R\$ 800,00 por R\$ 600,00! E os ministros de Papai Noel fazem acreditar em canções *sem-vergonha...* “Como é que Papai Noel não se esquece de ninguém / seja rico seja pobre, o velhinho sempre vem”. Quanto cinismo!

Perde-se, em definitivo, o senso do ridículo: pinheiro é que é nossa árvore, não são mais cajueiros, mangueiras, jambeiros, nossas ricas frutas sazonais deste período! Mais: por aqui, numa temperatura média de 30° C, neva e anda-se de trenó! Ainda: nossos empregados usam gorro cônico (nas cores da coca-cola, perdão nas cores das vestes de Papai Noel, vermelho e branco) e – pasmem! – alguns com pisca-pisca na parte frontal! Em terraços, em parapeitos de edifícios, penduram-se bonecos, ridículos e mal confeccionados *bonecos-papais-Noel-dançarinos-desengonçados...*!

Papai Noel tudo pode! Já está, até, em Bagdá, no Iraque! Lá nas terras do Profeta! Pois é! Inaugurado um *shopping* naquela capital, a *paz americana* ali se instalará! E onde há *shopping*, lá está Papai Noel. Os americanos estão conseguindo empurrar Papai Noel na goela dos iraquianos. Não quiseram engolir Papai Noel por bem, isto é, com coca-cola, então tiveram que engolir, por mal, com bombas, atiradas com alta precisão. Povos com dignidade histórica e cultural não gostam nem de bombas, nem do sabor da coca, menos ainda de Papai Noel. Esses povos..., ora! não têm bom gosto. Bom gosto, sim, temos nós, brasileiros, que chegamos a fazer fila para pôr nossos filhos no colo do velho poderoso! Só vendo a felicidade de Papai Noel...!

Sim, mas onde está um menino cujo Natal se comemorava por estes tempos, menino que, segundo dizem, teria nascido para ensinar aos homens a crença do homem no outro homem, crença cuja denominação mais apropriada é *amor*, e não mercado?!

Lamentável... no lugar de quem – *homem, lenda, mito* ou *Deus* – ensinou a mais humana das lições: **(com)viver**, foi entronizado um ventríloquo do capitalismo, que apenas sabe, mecanicamente, repetir, à exaustão, as palavras: comprar e vender.

(Janilto Andrade)

QUESTÃO 26

Com sua “mensagem”, o autor tem como propósito principal:

- A) convencer as pessoas de que o Natal sem Papai Noel não tem sentido.
- B) denunciar a falta de ética dos comerciantes que fazem publicidade desonesta.
- C) provocar uma reflexão sobre a apropriação de uma tradição religiosa pelo poder do capitalismo americano.
- D) demonstrar que, no Natal, aumenta o número de roubos, porque os marginais acreditam que têm direito ao 13° salário.
- E) mostrar que o povo brasileiro não tem o bom gosto dos povos com “dignidade histórica e cultural”.

QUESTÃO 27

Para apresentar suas idéias, o autor cria:

- A) uma dissertação opinativa;
- B) uma dissertação argumentativa objetiva;
- C) uma narração subjetiva;
- D) uma descrição subjetiva;
- E) um texto injuntivo;

QUESTÃO 28

Em que item o comentário não diz respeito à idéia central do parágrafo indicado?

- A) Segundo parágrafo: no Natal, estimula-se um consumo desenfreado, que contribui para esgotar os recursos naturais e acelerar a destruição do planeta.
- B) Terceiro parágrafo: o estímulo ao consumo é um dos motivos da violência.
- C) Quinto parágrafo: em um país onde a temperatura é muito alta e só neva em alguns estados do Sul, é ridículo que se ande de trenó.
- D) Sexto parágrafo: os americanos tiveram que usar armas na invasão do Iraque, porque não conseguiram inculcar naquele povo a ideologia capitalista, como fizeram com o povo brasileiro.
- E) Último parágrafo: a idéia de Papai Noel, como símbolo do consumismo, substitui a idéia de nascimento do Cristo, símbolo da convivência harmônica entre os seres humanos.



**QUESTÃO 29**

O único item em que não há ironia é:

- A) “Não quiseram engolir Papai Noel por bem, isto é, com coca-cola...”
- B) “... numa temperatura média de 30° C, neva e anda-se de trenó...”
- C) “Inaugurado um *shopping* naquela capital, a *paz americana* ali se instalará...”
- D) “Bom gosto, sim, temos nós, brasileiros, que chegamos a fazer fila para pôr nossos filhos no colo do velho poderoso...”
- E) “Perde-se, em definitivo, o senso do ridículo...”

**QUESTÃO 30**

Verifique, em cada item, se há correspondência de sentido entre os dois segmentos apresentados.

- I - “Ele faz acreditar nas mais deslavadas mentiras!”
  - Ele faz acreditar nas mais descaradas mentiras!
- II - “... prometendo felicidade na compra de um ataúde...”
  - ... Prometendo felicidade na compra de um caixão fúnebre...
- III - “... nossas ricas frutas sazonais deste período...”
  - Nossas ricas frutas saudáveis deste período...
- IV - “... nossos empregados usam gorro cônico...”
  - ... nossos empregados usam gorro ridículo...”
- V - “... foi entronizado um ventríloquo do capitalismo...”
  - ... foi endeusado um boneco do capitalismo...

Há correspondência de sentido em:

- A) I e III
- B) I e II
- C) I, II e IV
- D) II, III e IV
- E) III, IV e V

**QUESTÃO 31**

A ocorrência de muitos sinais de exclamação no texto indica:

- A) subjetividade;
- B) hesitação;
- C) explicação;
- D) dúvida;
- E) alegria.

**QUESTÃO 32**

Em que letra as vírgulas não isolam informação adverbial deslocada?

- A) “Papai Noel é, na banda ocidental deste resto de mundo que nos resta, o velhinho mais poderoso de que se tem notícia.”
- B) “Povos com dignidade histórica e cultural não gostam nem de bombas, nem do sabor da coca, menos ainda de Papai Noel.”
- C) “Perde-se, em definitivo, o senso do ridículo...”
- D) “... apenas sabe, mecanicamente, repetir, à exaustão, as palavras: comprar e vender.”
- E) “Só que o preço da mercadoria, antes da chegada do velhinho (mentiroso!), era R\$ 40,00!”

**QUESTÃO 33**

A única expressão do texto que referencia Papai Noel é:

- A) “o marginal”
- B) “os *ministros*”
- C) “um ventríloquo do capitalismo”
- D) “um menino cujo Natal se comemorava por estes tempos”
- E) “*homem, lenda, mito ou Deus*”

**QUESTÃO 34**

Assinale a letra em que o valor semântico indicado não corresponde ao da conjunção empregada.

- A) “... aumenta, portanto, a poluição atmosférica...”
  - conclusão
- B) “... aumenta a destruição entre os homens, porque o poder do velhinho convence a todos da necessidade de comprar...”
  - explicação
- C) “Se necessário, mata.”
  - condição
- D) “... teria nascido para ensinar aos homens a crença do homem no outro homem...”
  - consequência
- E) “... neva e anda-se de trenó...”
  - adição

**QUESTÃO 35**

Assinale a única opção em que a expressão em destaque não é retomada por um pronome.

- A) “**resto de mundo** que nos resta”
- B) “**velhinho mais poderoso** de que se tem notícia”
- C) “**o marginal** conclui que tem direito ao 13º”
- D) “**um menino** cujo Natal”
- E) “**crença** cuja denominação mais apropriada é *amor*”

QUESTÃO 36

Assinale a única opção em que a alteração do verbo cria um erro de regência:

- A) ...teria nascido para revelar aos homens a crença do homem no outro homem.
- B) ...teria nascido para mostrar aos homens a crença do homem no outro homem.
- C) ...teria nascido para indicar aos homens a crença do homem no outro homem.
- D) ...teria nascido para sugerir aos homens a crença do homem no outro homem.
- E) ...teria nascido para instruir aos homens a crença do homem no outro homem.

QUESTÃO 37

Preencha as lacunas com as preposições necessárias:

- Onde está o menino \_\_\_\_ cujo natal a humanidade já se esqueceu?
- Onde está o menino \_\_\_\_ cujo natal o autor se refere?
- Onde está o menino \_\_\_\_ cujo natal poucos pensam?
- Onde está o menino \_\_\_\_ cujo natal voltam-se as atenções dos cristãos?

De cima para baixo, a seqüência correta é:

- A) de – a – em – para
- B) de – com – para – em
- C) em – de – a – para
- D) em – para – de – para
- E) em – a – em – de

QUESTÃO 38

O verbo deve concordar com o sujeito. O único item em que não se encontra um segmento que comprova essa regra é:

- A) “Perde-se, em definitivo, o senso do ridículo”
- B) “anda-se de tremó”
- C) “penduram-se bonecos”
- D) “cujo Natal se comemorava”
- E) “foi entronizado um ventríloquo do capitalismo”

QUESTÃO 39

Assinale a opção em que a expressão adverbial em negrito não se relaciona com o verbo, também em negrito.

- A) “**Com a sua vinda, aumenta** a produção.”
- B) “**Se necessário, mata.**”
- C) “Um “grande Papai Noel” **está na frente de uma funerária**, prometendo felicidade na compra de um ataúde de R\$ 800,00 por R\$ 600,00!”
- D) “**Já está, até, em Bagdá**, no Iraque!”
- E) “**Chegamos** a fazer fila para pôr nossos filhos **no colo do velho poderoso**”

QUESTÃO 40

Não há um sujeito posposto ao verbo em:

- A) “onde há *shopping*”
- B) “lá está Papai Noel”
- C) “Bom gosto, sim, temos nós, brasileiros”
- D) “E aumenta a destruição entre os homens”
- E) “foi entronizado um ventríloquo do capitalismo”