

RELAÇÕES PÚBLICAS

Prova integrada

Outubro/ 2022

Leia as instruções com atenção!

1. Verifique se, além deste Caderno, você recebeu a FOLHA DE RESPOSTA, destinado à transcrição das respostas das 40 questões de múltipla escolha e das 09 questões de percepção da prova.
2. Confira se este Caderno contém as questões objetivas de múltipla escolha de Formação Geral, de Formação Específica de Comunicação, de Formação Específica de Relações Públicas, e as relativas à sua percepção da prova. As questões estão assim distribuídas:

Partes	Número das questões	Peso na nota
Formação Geral	1 a 05	25%
Formação Específica – Eixo Comunicação	06 a 10	
Formação Específica – Eixo Relações Públicas	11 – 40	75%
Percepção da prova	1 – 9	-

3. O valor total da prova é 2,0 pontos, computados conforme período letivo e número de acertos da seguinte maneira:

1º e 2º Períodos	3º e 4º Períodos	5º e 6º Períodos	7º e 8º Períodos
0,5 – 6 a 10 questões	0,5 – 11 a 15	0,5 – 16 a 20 questões	0,5 – 21 a 25
1,0 – 11 a 15 questões	questões	1,0 – 21 a 25	questões
1,5 – 16 a 20 questões	1,0 – 16 a 20	questões	1,0 – 26 a 30
2,0 – mais de 21	questões	1,5 – 26 a 30	questões
questões	1,5 – 21 a 25	questões	1,5 – 31 a 35
	questões	2,0 – mais de 31	questões
	2,0 – mais de 26	questões	2,0 – mais de 36
	questões		questões

4. Escreva seu nome, RA, período e data no caderno de questões e assine a FOLHA DE RESPOSTA no local apropriado, com caneta esferográfica de tinta preta ou azul.
5. As respostas da prova objetiva e do questionário de percepção da prova deverão ser transcritas, com caneta esferográfica de tinta preta, para a FOLHA DE RESPOSTA que deverá ser entregue ao professor responsável ao término da prova.
6. Você terá **três horas** para responder as questões de múltipla escolha e o questionário de percepção da prova.
7. Ao terminar a prova, levante a mão e aguarde o professor em sua carteira para recolher o seu material de prova e coletar a sua assinatura na Lista de Presença.
8. Você deverá permanecer na sala de aplicação, no mínimo, por uma hora a partir do início da prova e não poderá levar o Caderno de Prova.
9. As questões objetivas foram baseadas e/ ou extraídas de banco de questões de Concursos Públicos e/ou de Enades anteriores.

Boa sorte!

FORMAÇÃO GERAL

Questão 01

Na cerimônia do Oscar 2022, o ator Will Smith deu um tapa no comediante Chris Rock, após este fazer uma piada sobre sua esposa Pinkett Smith. Ela tem alopecia, doença autoimune que causa queda de cabelo, e se apresenta de cabeça raspada. O comediante comparou a atriz com a protagonista de “*Gl Jane: Até o limite da honra*” (1997), no qual a



atriz Demi Moore interpretou uma personagem careca, causando desconforto em Pinkett Smith. O episódio teve uma ampla repercussão colocando em discussão

- A) o preconceito racial e a desigualdade de gênero.
- B) a exclusão política dos afrodescendentes nos Estados Unidos.
- C) o limite do humor e a identidade homoafetiva.
- D) o uso legítimo da violência contra a desigualdade econômica.
- E) a liberdade de expressão e a uniformidade jurídica.

Questão 02

“A tecnologia 5G é um novo padrão para dispositivos móveis que trará mudanças tanto quantitativas quanto qualitativas na forma como as pessoas utilizam esses aparelhos. De acordo com a União Internacional de Telecomunicações, o 5G, ou quinta geração da telefonia móvel, é uma nova tecnologia de transporte de dados em redes envolvendo dispositivos móveis. Ele sucede gerações anteriores, mas autoridades e especialistas apontam que terá melhorias não apenas incrementais, mas qualitativas” (AGÊNCIA BRASIL, 2020). Analise as afirmativas abaixo.

- I. A tecnologia 5G permitirá a interconexão de diversos outros equipamentos em casa ou no escritório.
- II. Ter um aparelho com 5G possibilitará um melhor tempo de processamento de downloads e uploads.
- III. A rede 5G permitirá a possibilidade de estudos e trabalho remoto com maior qualidade nas videoconferências.
- IV. As ondas de 5G têm maior alcance em relação à 4G e, por isso, será preciso a construção de poucas antenas para espalhar o sinal em todo o país.

Estão corretas as afirmativas:

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

E) II, III e IV apenas

Questão 03

“Em julho de 2022, a Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP) divulgou um manifesto em defesa da democracia e do sistema eleitoral brasileiro. A ‘Carta às Brasileiras e aos Brasileiros em Defesa do Estado Democrático de Direito’ denuncia que o Brasil passa ‘por um momento de imenso perigo para a normalidade democrática, risco às instituições da República e insinuações de desacato ao resultado das eleições’” (Adaptado de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-07/>)

Sobre essa iniciativa, analise as afirmativas a seguir e assinale (V) para a verdadeira e (F) para a falsa.

() É uma resposta às declarações de diplomatas norte-americanos que desacreditaram o sistema eleitoral brasileiro, na reunião com os embaixadores promovida pelo Presidente da República em julho.

() É um posicionamento da sociedade civil em defesa do sistema eletrônico de votação no Brasil, considerado legítimo e eficiente para garantir a renovação dos mandatos dos legislativos e executivos estaduais e federais.

() É uma proposta de desacato aos resultados eleitorais, caso o pleito permita a ascensão de candidatos que incitam a violência e a ruptura da ordem constitucional.

As afirmativas são, na ordem apresentada, respectivamente,

A) V – V – F

B) V – F – V

C) F – V – F

D) F – F – V

E) V – F – F

Questão 04

Em julho de 2022, a cantora Anitta se posicionou politicamente. A respeito da relação entre política, redes sociais e agentes da cultura, como Anitta, avalie as afirmativas a seguir.

I. Os seguidores da Anitta têm familiaridade com as redes sociais, que se tornaram um ambiente importante para comunicar posições políticas e de engajamento.

II. Ao apoiar determinado candidato, mas não o seu partido, a artista mostra como a ação política está cada vez mais desvinculada da filiação partidária.

III. A desconexão partidária manifestada pela artista pode ser comprovada por sua campanha pelo fim do voto obrigatório e para jovens de 16 e 17 não tirarem o título de eleitor.

Está correto o que se afirma em

- A) I, apenas.
- B) I e II, apenas.
- C) I e III, apenas
- D) II e III, apenas
- E) I, II e III.

Questão 05

A Rússia encontrou novos clientes para sua poderosa indústria de petróleo e gás. E, graças a eles, tem sido capaz de mitigar os efeitos das fortes sanções econômicas impostas aos produtos russos pela Europa Ocidental e pelos EUA. (<https://www.bbc.com> com adaptações). Considerando o texto acima, assinale a alternativa correta.

- A) A Rússia tem resolvido o problema das sanções econômicas vendendo petróleo e gás mais caros à Europa Oriental e ao continente africano.
- B) Os novos clientes referidos no texto são os países que compõem o Brics, com destaque para o Brasil e a África do Sul, que sinalizaram uma neutralidade quanto à guerra da Ucrânia.
- C) As sanções impostas pela Europa Ocidental e pelos EUA têm feito a Rússia dar sinais de fraqueza de modo similar ao que ocorreu à época da dissolução da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).
- D) O petróleo e o gás russos continuam sustentando energeticamente a Europa, pois não entraram na lista de sanções impostas pelos países ocidentais à Rússia.
- E) O texto se refere à China e à Índia, uma vez que Putin aumentou as exportações para esses dois países asiáticos.

FORMAÇÃO ESPECÍFICA – EIXO COMUM**Questão 06**

Acerca da relação entre tecnologia, comunicação e novas formas de interação, assinale a opção correta.

- A) Ambientes tecnológicos possuem designs que provêm as necessidades de informação das pessoas, o que, por sua vez, necessariamente se transforma em conhecimento.
- B) O humano se constitui como sujeito e adquire significância cultural apenas por meio da linguagem midiática.
- C) A interação entre os mais diversos grupos de internautas no mundo virtual gera consequências sociais e culturais no mundo real.

- D) A complexidade e a diversidade dos fenômenos comunicacionais e culturais são cada dia mais territoriais e sólidas.
- E) Aculturação é o termo usado para definir a união de dois ou mais grupos culturais que interagem sem perder suas culturas originais.

Questão 07

O modelo comunicacional proposto por Harold Lasswell em 1948, em contraposição à teoria hipodérmica, explica que uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas:

- A) O quê? Onde? Para quem? Quando? Em qual canal?
- B) Quem? Diz o quê? Por meio de que canal? Para quem? Com quais efeitos?
- C) Quem? Diz o quê? Onde? Como? Para quem?
- D) Como? Onde? Por quê? Em qual canal? Para quem?
- E) O quê? Como? Onde? Por meio de que canal? Por quê?

Questão 08

A área de Comunicação Integrada redesenhou a arte gráfica de identificação dos sanitários masculinos e femininos, que atendem clientes e funcionários das lojas físicas. Contudo, devido à utilização de ícones desconhecidos nas portas dos banheiros, o SAC da empresa recebeu inúmeras reclamações. Os usuários relataram que era praticamente impossível identificar os ambientes, o que acabava por gerar situações de constrangimento. Daí se infere que o fato ocorreu devido a problemas de recepção relativos ao (à):

- A) meio.
- B) mensagem.
- C) código.
- D) redundância.
- E) ruído.

Questão 09

A não linearidade, a instantaneidade, a dirigibilidade, a acessibilidade e a interatividade são características próprias

- A) do jornal.
- B) da internet.
- C) do rádio.
- D) da televisão.

Questão 10

Quanto às barreiras possíveis de existir no processo comunicativo, assinale a alternativa que associa corretamente os números do primeiro bloco de palavras à(s) letra(s) do segundo bloco.

Bloco I

1. Barreiras mecânicas
2. Barreiras fisiológicas
3. Barreiras semânticas
4. Barreiras psicológicas

Bloco II

- A. Estão relacionadas aos equipamentos, instrumentos e meios de comunicação.
- B. Estão ligadas aos valores, ideias e culturas das pessoas.
- C. Pode-se citar como exemplos a surdez e a gagueira.
- D. Refere-se à incompatibilidade entre o repertório de emissor e do receptor.

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

FORMAÇÃO ESPECÍFICA – EIXO RELAÇÕES PÚBLICAS

Questão 11

De acordo com a Lei 5700/1971 não é um símbolo nacional:

- A) a Fauna Nacional.
- B) a Bandeira Nacional.
- C) o Hino Nacional.
- D) as Armas Nacionais.
- E) o Selo Nacional.

Questão 12

Pelo Decreto 70274/1972, quando para as cerimônias militares for convidado o Governador ser-lhe-á dado:

- A) o lugar à esquerda do de honra.
- B) o lugar à direita do de honra.
- C) o terceiro lugar de honra.
- D) o segundo lugar de honra.

E) o lugar de honra.

Questão 13

A precedência entre os Governadores dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios é determinada pela ordem de constituição histórica dessas entidades. Inicialmente, pelo Decreto 70274/1972, temos o seguinte estado:

- A)** São Paulo.
- B)** Mato Grosso.
- C)** Bahia.
- D)** Rio de Janeiro.
- E)** Minas Gerais.

Questão 14

Analise os itens extraídos do Decreto 70274/1972:

- I.** Em jantares e almoços, nenhum convidado poderá fazer-se representar.
- II.** Nenhum convidado poderá fazer-se representar nas cerimônias a que comparecer o Presidente da República.
- III.** Quando o Presidente da República se fizer representar em solenidades ou cerimônias, o lugar que compete a seu representante é à esquerda da autoridade que as presidir.

Estão corretos:

- A)** I, apenas.
- B)** I e II, apenas.
- C)** I e III, apenas.
- D)** II e III, apenas.
- E)** I, II e III.

Questão 15

Sobre os cerimonialistas, é incorreto afirmar que:

- A)** é o responsável pela organização do cerimonial.
- B)** é responsável checagem das autoridades junto ao receptivo.
- C)** é o profissional responsável pela condução do cerimonial.
- D)** é responsável pela elaboração do script em conjunto com o demandante do evento.
- E)** é o responsável pela condução de sequência de acontecimentos da solenidade.

Questão 16

De modo substantivo, a noção de marketing político assim se deixa definir:

- A)** veiculação e aparecimento regular de mensagens de um candidato a cargo eletivo, de forma discreta, em pautas e programações de incumbência da mídia;
- B)** estratégia mercadológica por cuja execução sistemática se pode chegar a um determinado grupo de eleitores ainda indecisos quanto a seus candidatos;
- C)** tática eleitoreira para se atingir o eleitorado de maneira massiva, permitindo a um candidato a cargo eletivo fazer chegar sua mensagem a distintos eleitores;
- D)** conjunto de atividades planejadas por meio das quais se apresenta e se promove um candidato a cargo eletivo como se de um produto se tratasse;
- E)** agir comunicativo político-eleitoral destinado a promover uma segmentação de mercado orientada para a sensibilização de um grupo de eleitores.

Questão 17

Opinião Pública é o resultado da discussão dos públicos a respeito de questões coletivas. Sobre isso, qual das características descritas abaixo não é verdadeira?

- A)** Não é uma opinião unânime.
- B)** Não é, necessariamente, a opinião da maioria
- C)** É uma opinião composta, formada das diversas opiniões existentes do público.
- D)** Está em contínuo processo de formação em direção a um consenso comum, sendo uma questão de tempo alcançá-lo.
- E)** NDA.

Questão 18

De acordo com o professor Gaudêncio Torquato, quais itens fazem parte dos “seis estímulos do voto”?

- (1) O próprio candidato
- (2) Cenário
- (3) Comunicação
- (4) Estrutura
- (5) Concorrentes
- (6) Causas Sociais

Estão corretos apenas os itens:

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

Questão 19

A respeito de jingle eleitoral, assinale a opção correta.

- A) estratégia política, marketing fundamental, identidade do candidato, arma contra o adversário, essência da campanha eleitoral, prazer ou desgosto do eleitor.
- B) pressupõe a definição de um público específico e predeterminado para que seja efetivo.
- C) os comerciais de televisão, os cartazes e os panfletos utilizam-se desta ferramenta de comunicação.
- D) estratégia do Marketing Governamental.
- E) NDA.

Questão 20

Quando o assunto é sobre a Reta Final de uma campanha eleitoral, podemos afirmar que:

- A) As ações na reta final da campanha merecem estratégia diferenciada, pois esse é um momento em que todo esforço deve ser empreendido para atrair o voto de eleitores indecisos.
- B) As ações na reta final da campanha merecem estratégia diferenciada, pois esse é um momento em que deve apenas divulgar o número do candidato(a).
- C) As ações nos últimos 45 dias da campanha eleitoral merecem estratégia diferenciada, pois esse é um momento em que todo esforço deve ser empreendido para atrair o voto de eleitores indecisos.
- D) As ações nos últimos 45 dias da campanha eleitoral merecem estratégia diferenciada, pois esse é um momento em que deve apenas divulgar o número do candidato (a).
- E) NDA.

Questão 21

Sobre os elementos relacionados ao branding. Assinale a alternativa correta.

- A) Valor de marca apenas.
- B) Ações relacionadas ao propósito, valores, identidade e posicionamento da marca.
- C) Ações de posicionamento da marca apenas.
- D) Ações de identidade de marca apenas.
- E) Valor de produtos apenas.

Questão 22

Toda organização necessita estabelecer certos princípios que são fundamentais para seu posicionamento interno e externo, ou seja, no mercado e perante seus públicos. Portanto, é primordial que toda organização possua missão, visão, políticas e valores previamente definidos. Sobre os temas sublinhados, só **NÃO** é correto afirmar que:

- A) É na definição de missão que uma organização determina seu campo de atuação, tornando visíveis as áreas em que atua ou não.
- B) Missão e visão juntas promovem a orientação e a objetivação dos esforços de todos os colaboradores de uma organização.
- C) É através dos valores que se define a maneira como a organização se relaciona com seus diversos públicos, já que estes estão impregnados em sua cultura organizacional.
- D) As políticas são eficazes na orientação de decisões gerenciais, e também para a supervisão das ações executadas pelos colaboradores.
- E) A visão estabelece os limites decisivos da gestão e são mutáveis, dependendo da evolução da organização no ambiente social em que se encontra inserida no presente.

Questão 23

A identificação dos fatores ambientais que influenciam a atividade empresarial é útil para a orientação mercadológica, como no caso da análise SWOT, que identifica as ameaças, oportunidades, forças e fraquezas dos ambientes interno e externo.

Sob a ótica dessa análise, configura-se como exemplo de oportunidade a(o)

- A) divulgação de resultados positivos no balanço financeiro
- B) reputação positiva da empresa
- C) clima positivo entre os funcionários
- D) lançamento de nova linha de produtos
- E) novo comportamento de compra do consumidor na internet

Questão 24

Assinale a alternativa que sintetiza corretamente o conceito de comunicação integrada.

- A) É a responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas de uma organização.
- B) A comunicação integrada, por meio das relações públicas, enfatiza os aspectos relacionados à missão, à visão, aos valores e à filosofia da organização.

- C) É um conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre a filosofia, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações.
- D) Uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas da comunicação, permitindo uma atuação sinérgica. A junção das atividades forma o mix da comunicação organizacional.
- E) É aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas, por meio de uma confluência de fluxos e redes.

Questão 25

Considerando a importância da comunicação nas organizações no contexto atual, é correto afirmar que

- A) a comunicação exerce um papel subalterno no mundo contemporâneo, pois ainda é considerada, em grande parte das organizações, um instrumento essencial para a divulgação e promoção de produtos e/ou serviços.
- B) concebida como um processo social básico, a comunicação é um fenômeno exclusivo da sociedade arcaica e perpassa por todas as civilizações.
- C) as ações isoladas de comunicação e relações públicas são suficientes para fazer frente aos novos desafios de relacionamento com os públicos.
- D) os públicos estão cada vez menos exigentes e cobram responsabilidade social, transparência e comportamentos éticos das organizações.
- E) no atual contexto, a comunicação passa a atuar com papel estratégico e sua gestão tem de ser vista em uma perspectiva interdisciplinar.

Questão 26

Alto grau de complexidade de organização, com viabilidade e repercussão nacional e/ou internacional, com a participação de um número significativo de público e profissionais para sua realização. O parágrafo discorre eventos de:

- A) Pequeno porte
- B) Médio porte
- C) Grande porte
- D) Megaevento
- E) Nanoevento

Questão 27

A reunião organizada para receber veículos de comunicação, com o objetivo de apresentar ou esclarecer determinado assunto é o evento descrito como:

- A) Coletiva de imprensa

- B) Conferência
- C) Congresso
- D) Convenção
- E) Colóquio

Questão 28

Em comunicação, podemos criar projetos ou fazer parte deles. Saber estruturar e gerir projetos comunicacionais requer o devido conhecimento sobre as etapas de desenvolvimento de projetos. Assim, são consideradas etapas de Gestão de Projetos:

- A) Início, meio e fim
- B) Introdução, desenvolvimento e conclusão
- C) Início, plano de trabalho, entrada e saída e encerramento.
- D) Iniciação, planejamento, monitoramento e controle, execução, encerramento.
- E) Nenhuma das alternativas

Questão 29

Considere as asserções abaixo:

I. As Relações Públicas, nascidas no século XX como práticas profissionais e organizacionais, construindo técnicas comunicacionais em processos, estão se consolidando no século XXI também como uma área do conhecimento, uma ciência social aplicada.

PORQUE

II. As Relações Públicas têm sido institucionalizadas na academia, tanto para formação de profissionais de nível superior quanto para produzir conhecimento em diálogo com outras áreas da comunicação, como a Publicidade e o Jornalismo, sendo estudadas de forma autônoma à luz de teorias da comunicação para oferecer técnicas e instrumentalização para solução de problemas práticos das organizações.

- A) A respeito dessas asserções, é correto afirmar que:
- B) As asserções I e II são proposições falsas.
- C) As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa da I.
- D) A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- E) As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa da I.

Questão 30

James E Grunig, um dos maiores estudiosos de relações públicas, assinala na aristocracia da China, mesmo de forma rudimentar, já se praticava relações públicas há cinco mil anos. Quando falamos das relações públicas como campo de atuação profissional vemos que a

área é estudada desde o Século XX, há 100 anos. Tempo que para muitos autores pode ser classificado como recente. As Relações Públicas tomam corpo nos Estados Unidos da América (EUA) a partir de necessidades apontadas pelas empresas. Assinale a alternativa correta quanto à intenção das empresas em implantar setores de Relações Públicas.

- A) Abrir canais para ampliar vendas e distribuição de produtos
- B) Comunicar com seus públicos para gerar uma imagem positiva
- C) Manter canal para rebater críticas por parte dos consumidores
- D) Comunicar com públicos dos seus oponentes em campanhas agressivas
- E) Ampliar espaços de vendas e debates sobre os produtos

Questão 31

É conhecido como o pai das Relações Públicas e lançou o axioma: "o público deve ser informado". Foi assessor do candidato à presidência dos EUA, Alton Parker, que concorreu contra Theodore Roosevelt. Criou em 1904, com o sócio George Parker, a primeira firma de consultoria de Relações Públicas, que durou quatro anos. Assinale a alternativa que indica o jornalista que é chamado de o pai da Relações Públicas.

- A) Stephen Lee
- B) George Bush
- C) Teobaldo de Andrade
- D) Ivy Lee
- E) Luiz Carlos de Faria

Questão 32

Sobre responsabilidade social das organizações, considere as afirmativas abaixo.

- I. Um balanço social envolve e demonstra as ações de Recursos Humanos com os colaboradores, relatório de benefícios, previdência social e privada e políticas de premiação e valorização.
- II. O balanço social é um instrumento capaz de demonstrar, por meio de indicadores sociais, o montante de investimento das organizações em ações em benefício tanto do público interno, como da cultura, da comunidade local e da sociedade como um todo.
- III. Apesar de ser um instrumento que reflete a responsabilidade social da organização, o relatório também tem como objetivo o retorno da imagem institucional e mercadológica.
- IV. No Brasil, a iniciativa pioneira de elaboração de indicadores sociais foi lançada pelo Ibase – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Hoje, também o Instituto Ethos produz documentos de orientações sobre como elaborar um balanço social.

Está correto o que se afirma APENAS em

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

Questão 33

Numa perspectiva mais abrangente, stakeholders são todos aqueles que afetam e são afetados pelas ações organizacionais; numa perspectiva mais restrita, stakeholders são aqueles grupos que contribuem de forma decisiva para a sobrevivência e o desempenho da organização. (ALMEIDA, A. L. de C; BERTUCCI, J. L. de O. Gestão estratégica de stakeholders: aspectos relevantes na definição de políticas de relacionamento. In: MARCHIORI, M. (Org.). Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão, 2010).

Na atualidade, em busca de relacionamento organizacional consistente, a política para classificação de stakeholders se estabelece da seguinte forma:

- A) rígida, pois o relacionamento com eles é perene
- B) flexível, pois o relacionamento com eles é dinâmico
- C) circunstancial, pois o relacionamento com eles é momentâneo
- D) esporádica, pois o relacionamento com eles é ocasional
- E) todas as alternativas estão corretas

Questão 34

A pesquisa de clima organizacional é uma ferramenta utilizada pelos profissionais de Relações Públicas a fim de:

- A) Definir o conteúdo e diretrizes mencionados no código de ética de uma organização.
- B) Mensurar indicadores de desempenho dos funcionários visando a melhoria dos seus resultados em equipe.
- C) Encontrar dados que possam ser manipulados e servir como fonte de informação para uso exclusivamente na comunicação interna das organizações.
- D) Medir como anda os pontos fortes e fracos da organização, visando encontrar tendências mercadológicas para o desenvolvimento do negócio.
- E) Mapear as características do ambiente de trabalho que são percebidas pelos seus funcionários relacionando o nível de satisfação destes com a empresa.

Questão 35

Quanto ao mapeamento e análise de públicos, assinale a alternativa INCORRETA:

- A)** A classificação tradicional de públicos (interno, misto e externo) deve ser utilizada sempre que se tratar de uma organização de grande porte.
- B)** Contribui para que a organização conheça os diferentes públicos com os quais se relaciona ou venha a se relacionar.
- C)** Existem diferentes formas de classificar e analisar os públicos, sendo recomendável que a escolha da tipologia que considere as características e necessidades da organização-cliente.
- D)** Contribui para que o profissional ou agência de Relações Públicas defina os instrumentos e estratégias de comunicação adequadas para cada público específico.
- E)** O mapeamento e análise de públicos contribuem para que a organização tenha uma visão mais ampla sobre os diferentes grupos que podem influenciar as suas atividades.

Questão 36

Com o objetivo de conhecer o perfil e o comportamento dos frequentadores de casas noturnas na cidade de Sorocaba, você foi contratado para elaborar um projeto de pesquisa. Decidiu-se pela realização de um levantamento de campo (*survey*). Segundo Gil (2014, p. 55) este tipo de estudo caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cuja opinião e comportamento se desejam conhecer. Desta forma, “procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca de um problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados”. A partir destas informações, julgue os itens:

- I.** Neste tipo de estudo é obrigatório o uso da amostra censitária.
- II.** Os roteiros semiestruturados que servem para a condução das entrevistas em profundidade com os indivíduos pesquisados são os instrumentos de pesquisa mais adequados para este tipo de estudo.
- III.** As questões que compõem o instrumento de pesquisa devem ser formuladas de maneira clara e objetiva podendo possibilitar diferentes interpretações acerca do seu conteúdo pelo pesquisado.
- IV.** As perguntas que compõem o instrumento de pesquisa devem referir-se a uma única ideia de cada vez.

- V. As perguntas formuladas no questionário devem estar relacionadas ao problema pesquisado e serem elaboradas considerando os procedimentos de tabulação e análise de dados.

Estão corretas as assertivas:

- A) I, II, III, IV e V
- B) Somente I, II e IV
- C) Somente III e VI
- D) Somente IV e V
- E) Nenhuma das assertivas.

Questão 37

Quanto aos elementos básicos de um projeto de pesquisa científica em Relações Públicas e Ciências Sociais Aplicadas de maneira geral, assinale a alternativa que associa corretamente os números do primeiro bloco de palavras à(s) letra(s) do segundo bloco.

Bloco I

1. Problema
2. Objetivo
3. Metodologia
4. Resultados
5. Conclusão

Bloco II

- A. Destaca as contribuições do estudo para o avanço do conhecimento.
 - B. Define os procedimentos necessários para a coleta de dados.
 - C. Identifica a situação conflito que deve ser investigada.
 - D. Determina a finalidade e os resultados a serem alcançados no estudo.
 - E. Apresenta as constatações obtidas a partir da pesquisa realizada.
- A) 1E – 2C – 3A – 4B – 5D
 - B) 1C – 2D – 3B – 4E – 5A
 - C) 1D – 2A – 3B – 4E – 5C
 - D) 1C – 2D – 3A – 4B – 5E
 - E) 1A – 2B – 3C – 4D – 5E

Questão 38

As relações públicas e a comunicação organizacional, ao se decidirem por uma estratégia de participação ativa nas redes sociais digitais, têm como objetivo:

- A) se relacionar com os usuários e consolidar a marca.
- B) impedir a opinião dos influenciadores digitais.

- C) atuar em canais focados na venda direta.
- D) acessar informações privilegiadas com exclusividade.
- E) impedir ataques à marca, tornando-a um bem tangível.

Questão 39

Ao se avaliar os resultados do trabalho de uma assessoria de comunicação é necessário considerar:

- A) o espaço obtido na mídia
- B) os objetivos previamente definidos
- C) o número de notas em colunas
- D) a produção de releases
- E) NDA

Questão 40

Suponha que um diretor do departamento de comunicação de uma empresa identificou uma série de dificuldades no relacionamento entre a empresa e seus colaboradores, nos diversos postos de venda espalhados por todo o país. Como se não bastasse a distância, o regionalismo e os aspectos culturais parecem ser fatores que comprometem a implementação das políticas de relações públicas traçadas pelo seu departamento. Nesse contexto, a primeira medida a ser tomada é

- A) apresentar o problema à alta administração e exigir novas diretrizes para a formulação da política de comunicação da empresa.
- B) descentralizar o departamento de comunicação para maior aproximação com todos os colaboradores nos diversos postos de venda.
- C) encontrar meios que ajudem a conhecer a realidade dos colaboradores, suas opiniões e percepções, para um diagnóstico prévio da situação.
- D) organizar sessões de vídeo e palestras motivacionais, procurando implementar uma nova cultura comunicacional na Companhia.
- E) reunir todos os colaboradores da empresa para colher subsídios que ajudarão na elaboração de um novo Plano de Relações Públicas.

QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA

As questões abaixo visam levantar sua opinião sobre a qualidade e a adequação da prova que você acabou de realizar.

Questão 01

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?

- A Muito fácil
- B Fácil
- C Médio
- D Difícil
- E Muito difícil

Questão 02

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Específica- Eixo Comunicação ?

- A Muito fácil
- B Fácil
- C Médio
- D Difícil
- E Muito difícil

Questão 03

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Específica- Eixo Relações Públicas ?

- A Muito fácil
- B Fácil
- C Médio
- D Difícil
- E Muito difícil

Questão 04

Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi

- A muito longa.
- B longa.
- C adequada.
- D curta.
- E muito curta.

Questão 05

Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?

- A Sim, todos.
- B Sim, a maioria.
- C Apenas cerca da metade.
- D Poucos.
- E Não, nenhum.

Questão 06

Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Específica – Eixo Comunicação estavam claros e objetivos?

- A Sim, todos.
- B Sim, a maioria.
- C Apenas cerca da metade.
- D Poucos.
- E Não, nenhum.

Questão 07

Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Específica – Eixo Relações Públicas estavam claros e objetivos?

- A Sim, todos.
- B Sim, a maioria.
- C Apenas cerca da metade.
- D Poucos.
- E Não, nenhum.

Questão 08

Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?

- A Desconhecimento do conteúdo.
- B Forma diferente de abordagem do conteúdo.
- C Falta de motivação para fazer a prova.
- D Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.

Questão 09

Considerando as questões objetivas da prova, você percebeu que

- A não estudou ainda a maioria desses conteúdos.
- B estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.
- C estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.
- D estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.
- E estudou e aprendeu todos esses conteúdos.

FOLHA DE RESPOSTA

Nome:	
RA:	
Período:	Data:

FORMAÇÃO GERAL		FORMAÇÃO ESPECÍFICA RELAÇÕES PÚBLICAS	
1		21	
2		22	
3		23	
4		24	
5		25	
FORMAÇÃO ESPECÍFICA COMUNICAÇÃO		26	
6		27	
7		28	
8		29	
9		30	
10		31	
FORMAÇÃO ESPECÍFICA RELAÇÕES PÚBLICAS		32	
11		33	
12		34	
13		35	
14		36	
15		37	
16		38	
17		39	
18		40	
19			
20			

PERCEPÇÃO DA PROVA	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

FOLHA DE RESPOSTA

Nome:	
RA:	
Período:	Data:

FORMAÇÃO GERAL		FORMAÇÃO ESPECÍFICA RELAÇÕES PÚBLICAS	
1		21	
2		22	
3		23	
4		24	
5		25	
FORMAÇÃO ESPECÍFICA COMUNICAÇÃO		26	
6		27	
7		28	
8		29	
9		30	
10		31	
FORMAÇÃO ESPECÍFICA RELAÇÕES PÚBLICAS		32	
11		33	
12		34	
13		35	
14		36	
15		37	
16		38	
17		39	
18		40	
19			
20			

PERCEPÇÃO DA PROVA	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	