

PROVA DE CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS – Cód. 17/A**QUESTÃO 16**

Numere a **Coluna II** de acordo com a **Coluna I**, associando os eventos e suas respectivas denominações:

| Coluna I | | Coluna II |
|-----------------|-----|--|
| 1. Convenção | () | Encontro para exposição de assuntos de interesse de grupos. |
| 2. Salão | () | Evento de porte reduzido, circulante e com objetivo de divulgação. |
| 3. Mostra | () | Evento amplo, cujo objetivo principal é a venda. |
| 4. Feira | () | Evento amplo, fixo e visa divulgar idéias e produtos. |

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 1, 3, 4, 2
- b) 2, 4, 1, 3
- c) 3, 1, 2, 4
- d) 4, 2, 3, 1

QUESTÃO 17

Sobre o chamado arcabouço teórico das relações públicas, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) Relações públicas instituem-se como importante campo de atuação dentro da área da administração.
- b) Facilitar as transações com os diversos públicos, além dos clientes, e mantê-los fiéis e multiplicadores está entre as finalidades da atividade.
- c) Como ciência, relações públicas abarcam o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos.
- d) Análise de tendências, previsão de conseqüências e implementação de programas planejados de comunicação explicitam a definição operacional da atividade.

QUESTÃO 18

Sobre as chamadas barreiras da comunicação organizacional, assinale **V** para as afirmativas **verdadeiras** e **F** para as **falsas**:

1. As barreiras administrativas/burocráticas decorrem das formas como as organizações atuam e processam suas informações.
2. As barreiras pessoais dizem respeito às barreiras fisiológicas, como dificuldade de fala etc.
3. O excesso de informação é uma barreira, já que a falta de prioridades acaba confundindo o público.
4. As barreiras por informações incompletas e parciais são resultado exclusivamente das barreiras mecânicas ou físicas na transmissão da informação.

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) V, V, F, F
- b) V, F, V, F
- c) F, V, F, V
- d) F, F, V, V

QUESTÃO 19

Sobre as situações de conflito entre a organização e o público e os níveis possíveis do problema, assinale **V** para as afirmativas **verdadeiras** e **F** para as **falsas**:

1. Numa situação de conflito, as transações desejadas não se realizam porque os canais de comunicação estão fechados.
2. A negociação é o canal de comunicação adequado para superação do conflito.
3. O conflito consiste em um impasse no processo decisório, podendo resultar em desgaste para a organização, com possível perda de espaço perante os públicos e a concorrência.
4. A crise se instala depois de findadas as possibilidades e tentativas de negociação.

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) V, F, F, V
- b) V, F, F, F
- c) F, F, V, V
- d) F, V, V, V

QUESTÃO 20

Numere a **Coluna II** de acordo com a **Coluna I**, associando os diversos tipos de documentos geralmente expedidos pelo setor de relações públicas:

| Coluna I | Coluna II |
|-----------------|--|
| 1. Relatório | () Só é usado quando o interessado se dirige ao serviço público, para solicitação junto à autoridade competente. |
| 2. Memorando | () Documento de caráter informativo, utilizado quase exclusivamente no serviço público. |
| 3. Ofício | () Documento que apresenta prestação de contas de resultado parcial/final de trabalho desenvolvido. |
| 4. Requerimento | () Comunicação dirigida a público interno, geralmente em impresso próprio, de maneira informal, mas conteúdo exclusivamente profissional. |

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 1, 2, 3, 4
- b) 2, 1, 4, 3
- c) 3, 4, 2, 1
- d) 4, 3, 1, 2

QUESTÃO 21

“Trata-se da comunicação entre os pares e as pessoas situadas em posições hierárquicas semelhantes – departamentos, seções, serviços, unidades de negócios etc”

A descrição acima diz respeito a que fluxo comunicativo no processo de comunicação organizacional?

- a) Ascendente.
- b) Horizontal ou lateral.
- c) Descendente ou vertical.
- d) Transversal ou longitudinal.

QUESTÃO 22

Várias teorias substanciam os estudos e marcos conceituais das relações públicas. Numere a **Coluna II** de acordo com a **Coluna I**, associando devidamente as teorias mais importantes da área:

| Coluna I | Coluna II |
|----------------------------------|--|
| 1. Teoria de gerenciamento | () Estudo sobre efeitos, recepção e transações simbólicas. |
| 2. Teoria interorganizacional | () Lida com as incertezas, tarefas e responsabilidades na tomada de decisões. |
| 3. Teoria de conflito-resoluções | () Ajuda a compreender a interdependência entre os indivíduos, grupos e organizações. |
| 4. Teoria da comunicação | () Base para o trabalho de <i>issues management</i> nas relações públicas. |

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 4, 1, 2, 3
- b) 3, 2, 1, 4
- c) 2, 3, 4, 1
- d) 1, 4, 3, 2

QUESTÃO 23

Sobre a organização de eventos pelas relações públicas, assinale **V** para as afirmativas **verdadeiras** e **F** para as **falsas**:

1. Mesmo nos grandes eventos, a presença de um coordenador de mesa torna desnecessária a figura do mestre-de-cerimônias.
2. Não se deve, ao final do evento, solicitar imediatamente aos participantes que façam uma avaliação da organização do mesmo.
3. Na composição da mesa diretiva, quando o lugar de ponta, pela ordem de precedência, for ocupado por uma mulher, este deve ser trocado por alguém do sexo masculino.
4. As bandeiras podem ficar hasteadas externas ou internamente no local do evento.

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) V, F, V, F
- b) V, V, F, F
- c) F, F, V, V
- d) F, V, F, V

QUESTÃO 24

Sobre a apresentação e o hasteamento da bandeira nacional, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) A bandeira nacional pode ser hasteada ou arriada a qualquer hora do dia ou da noite.
- b) É proibida a reprodução da bandeira nacional em paredes, tetos e vidraças e veículos.
- c) Nas Casas Legislativas, o hasteamento da bandeira nacional deve ser feito diariamente.
- d) Pode ser apresentada compondo com outras bandeiras, panóplias, escudos ou peças semelhantes.

QUESTÃO 25

Sobre os instrumentos com que lidam as relações públicas, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) O lobby é um instrumento que liga a esfera da micropolítica à macropolítica.
- b) O planejamento participativo estabelece os objetivos da organização, suas estratégias e metas em acordo com os demais departamentos e setores.
- c) Os círculos de controle de qualidade funcionam como mecanismos de controle de distribuição de poder e ocorrem nas empresas de concepção administrativa verticalizada.
- d) A avaliação de desempenho deve ser um procedimento racional e aberto, possibilitando que as informações entre avaliador e avaliado trafeguem livremente.

QUESTÃO 26

Sobre a fundamentação para o planejamento estratégico, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) Valores são as convicções e princípios morais que estão por trás da cultura da empresa.
- b) A visão expressa a razão de ser de uma organização e o papel que ela exerce na sociedade.
- c) Mediante o estabelecimento de sua missão, as organizações orientam e delimitam suas ações e seu campo de atuação.
- d) A missão, a visão e os valores da organização são considerados elementos focais e norteadores no planejamento estratégico.

QUESTÃO 27

Sobre os aspectos estruturais do processo de emissão e recepção das mensagens dentro da comunicação organizacional, assinale a afirmativa **CORRETA**:

- a) As relações entre o sistema organizacional e os grupos sociais são analisadas dentro do chamado nível interpessoal.
- b) A rede informal de comunicação exclui manifestações espontâneas de pequenos grupos dentro da instituição, como os boatos.
- c) A análise dos fluxos de comunicação tem o objetivo de revelar a funcionalidade dos mecanismos informativos da instituição.
- d) Entre os sistemas que emitem e recebem informação dos públicos interno e externo da comunicação organizacional está o competitivo, que engloba os comportamentos da economia de mercado.

QUESTÃO 28

“Uma organização somente terá condições de atingir os vários públicos se forem utilizados diferentes meios de comunicação, massivos e dirigidos, que lhes possibilitem conhecer as suas propostas e realizações, bem como os seus esforços de integração com eles.”

O texto acima, retirado do livro *Planejamento de Relações Públicas*, diz respeito a que função das relações públicas?

- a) Função política.
- b) Função mediadora.
- c) Função estratégica.
- d) Função administrativa.

QUESTÃO 29

A definição operacional das relações públicas observa a atividade a partir das operações pertinentes à sua execução. Sobre essas operações, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) A prospecção de mercados, oportunidades e investimentos é uma das funções estratégicas das relações públicas.
- b) Implementar os programas e projetos planejados de comunicação para com os vários públicos faz parte das operações das relações públicas.
- c) É função das relações públicas assessorar os líderes da organização, prevenindo-os das possíveis ocorrências de conflito e suas causas.
- d) Faz parte da atividade a predição da resultante do entrelaço da ação organizacional ante as expectativas dos públicos no âmbito da evolução da conjuntura.

QUESTÃO 30

Sobre as formas vocativas e de tratamento para autoridades, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) “Vossa Excelência” é o termo de tratamento para as autoridades políticas.
- b) A forma vocativa correta para prefeitos é “Excelentíssimo Senhor Prefeito”.
- c) “Vossa Excelência Reverendíssima” é a forma de tratamento correta para arcebispos e bispos.
- d) Para diretores de empresas públicas e privadas, assim como pessoas em geral, a forma de tratamento correta é “Vossa Senhoria”.

QUESTÃO 31

Em relação aos paradigmas na pesquisa sobre os meios de comunicação de massa, numere a **Coluna II** de acordo com a **Coluna I**:

| Coluna I | Coluna II |
|-------------------------|--|
| 1. Teoria crítica | () Observa-se nessa teoria o avanço dos estudos das funções do sistema de comunicações de massa na sociedade. |
| 2. Teoria funcionalista | () Estudo da cultura de massa, distinguindo os seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objeto de consumo. |
| 3. Teoria Culturológica | () Tentativa de fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade. |

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 1, 2, 3
- b) 1, 3, 2
- c) 2, 3, 1
- d) 3, 2, 1

QUESTÃO 32

Sobre o conceito de administração estratégica, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) Estabelece um posicionamento em relação ao ambiente.
- b) Compreende o planejamento estratégico, bem como o planejamento de potencialidades e a gestão de mudanças.
- c) É indissociável do planejamento estratégico para que se possa implementar as ações estratégicas de uma organização.
- d) Prevê maior flexibilidade e implica mudanças de atitudes dos dirigentes e do corpo funcional.

QUESTÃO 33

Sobre as práticas de pesquisa e auditoria em relações pública,s assinale **V** para as afirmativas **verdadeiras** e **F** para as **falsas**:

- 1. Examinar, avaliar e reorganizar o sistema de comunicação de uma empresa é a função primordial de uma auditoria de comunicação organizacional.
- 2. Examinar as produções comunicacionais de uma organização, seus símbolos e as falas de seu público interno são atividades de uma auditoria de opinião.
- 3. A auditoria social também é denominada monitoramento ambiental.
- 4. Numa avaliação da imagem corporativa, o quesito imagem pública é o mais importante.

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) F, F, V, V
- b) F, V, F, V
- c) V, V, F, F
- d) V, F, V, F

QUESTÃO 34

Sobre a execução de programas em relações públicas, todas as afirmativas estão corretas, EXCETO:

- a) Deve contribuir para que a organização fixe seus valores e cumpra sua missão e visão.
- b) Deve ter como orientação e diretrizes a filosofia e as políticas de comunicação pré-definidas.
- c) Por ter caráter pontual, pode prescindir da referência e orientação do projeto global de relações públicas.
- d) Para a montagem de um programa, é necessário que se tenham percorrido todas as fases do planejamento.

QUESTÃO 35

Sobre os conceitos relativos à Teoria da Comunicação, assinale a afirmativa CORRETA:

- a) Os chamados valores-notícia são critérios que dizem apenas respeito à seleção de pautas.
- b) *Newsmaking* é uma abordagem empírica do funcionamento dos processos de edição em mídias eletrônicas.
- c) *Gatekeeper* diz respeito aos processos de controle da resposta do público aos produtos publicados e veiculados pelos *mass media*.
- d) O pressuposto do *agenda setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade lhes é emprestada pelos *mass media*.

QUESTÃO 36

Na atualidade, fala-se e investe-se muito em responsabilidade social. Nessas iniciativas, as relações públicas exercem atuação fundamental. Mas é importante distinguir filantropia e compromisso social. Sobre esse assunto, assinale **V** para afirmativas **verdadeiras** e **F** para as **falsas**:

- () Nas ações de filantropia, observa-se a preocupação com a transparência e visibilidade na atuação e busca de multiplicar as iniciativas.
- () As intervenções de compromisso social caracterizam-se por uma participação proativa.
- () Nas ações de compromisso social, complementa-se a ação do Estado, numa relação de parceria e controle.
- () A motivação para a ação filantrópica é o de sentimento de responsabilidade.

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) V, V, F, F
- b) V, F, F, V
- c) F, V, V, F
- d) F, V, F, V

QUESTÃO 37

As auditorias são instrumentos fundamentais para um desempenho estratégico na comunicação organizacional. Sobre este assunto, todas as afirmativas estão **corretas**, **EXCETO**:

- a) A auditoria social também é conhecida como monitoramento do ambiente.
- b) A auditoria de opinião utiliza-se, principalmente, das pesquisas quantitativas.
- c) A auditoria de comunicação organizacional também tem como objetivo examinar as produções comunicacionais da instituição.
- d) A auditoria de imagem corporativa ou institucional tem o objetivo de conhecer como a organização é percebida por seus públicos.

QUESTÃO 38

Numere a **Coluna II** de acordo com a **Coluna I**, associando termos e aspectos da entrada de informação no setor de Relações Públicas:

| Coluna I | Coluna II |
|---------------------|---|
| 1. Clipping | () Instrumento inespecífico que deve ser visto como indício de desagrado e insatisfação. |
| 2. Auditoria social | () Figura que ausculta os públicos, em especial os clientes, quanto às suas expectativas em relação a tudo que diz respeito à organização. |
| 3. Reclamações | () Leitura, identificação e recorte de notícias de interesse da organização. |
| 4. Ombudsman | () Instrumento com o qual se verifica e avalia a função das relações públicas. |

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 1, 2, 3, 4
- b) 2, 3, 4, 1
- c) 3, 4, 1, 2
- d) 4, 1, 2, 3

QUESTÃO 39

Em relação ao planejamento nas organizações, três são as filosofias que o orientam. Numere a **Coluna II** de acordo com a **Coluna I**, identificando-as.

| Coluna I | Coluna II |
|----------------------------|---|
| 1. Filosofia da adaptação | () Postura conservadora. Mínimo de esforços para atingir objetivos. Preocupa-se mais com planejamento de recursos financeiros. |
| 2. Filosofia da otimização | () A característica determinante é a inovação. Preocupação com as incertezas e mudanças sistêmicas e ambientais. |
| 3. Filosofia da satisfação | () Predomina o uso de modelos matemáticos e estatísticos no processo de planejamento |

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 3, 1, 2
- b) 2, 3, 1
- c) 2, 1, 3
- d) 1, 3, 2

QUESTÃO 40

Numere as afirmativas a seguir, identificando-as, **devidamente**, como sendo atribuições das relações públicas ou do marketing:

1. Relações Públicas
2. Marketing

- () Identificar e criar mercados para os produtos e serviços das organizações.
- () Objetivar persuadir o público alvo e satisfazer os clientes/consumidores.
- () Coordenar e supervisionar programas de comunicação mercadológica para criar e manter produtos e serviços.
- () Identificar os públicos, suas reações, percepções e pensar em estratégias comunicacionais.
- () Prever e gerenciar conflitos e crises por que, porventura, passem as organizações.

A seqüência **CORRETA**, de cima para baixo, é:

- a) 1, 1, 2, 1, 2
- b) 1, 2, 1, 1, 2
- c) 2, 1, 2, 2, 1
- d) 2, 2, 2, 1, 1