

# RELAÇÕES PÚBLICAS

14/06/2015



## **SÓ ABRA ESTE CADERNO QUANDO AUTORIZADO LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES**

1. Quando for permitido abrir o caderno, verifique se ele está completo ou se apresenta imperfeições gráficas que possam gerar dúvidas. Em seguida, verifique se ele contém **três** questões discursivas.
2. O caderno de respostas será distribuído no início da prova. Ele é personalizado e não será substituído em caso de erro durante o seu preenchimento. Ao recebê-lo, verifique se seus dados estão impressos corretamente; se for constatado algum erro, notifique ao aplicador de prova.
3. As folhas de respostas não poderão ser assinadas, rubricadas nem conter, em outro local que não o apropriado, marcas ou sinais, pois serão despersonalizadas antes da correção. Qualquer símbolo, sinal, desenho, recado, orações ou mensagens, inclusive religiosas, nome, apelido, pseudônimo ou rubrica, serão considerados elementos de identificação do candidato. Apresentando qualquer destes elementos, a prova será desconsiderada, não corrigida e atribuir-se-lhe-á pontuação zero.
4. Questões respondidas em local inadequado, ou seja, fora do espaço destinado a cada questão, mesmo que identificada a troca, e respostas a lápis, **NÃO** serão corrigidas e terão pontuação zero.
5. Esta prova tem a duração de **quatro horas**, incluindo o tempo destinado à coleta de impressão digital, às instruções e à transcrição para o caderno de respostas. Você só poderá retirar-se definitivamente da sala e do prédio após decorridas **duas horas de prova**, e somente será permitido levar o caderno de prova a partir das **16 horas e 30 minutos**, desde que permaneça na sala até esse horário.
6. Os três últimos candidatos, ao terminarem a prova, deverão permanecer juntos no recinto, após a entrega do material, tendo seus nomes registrados em Relatório de Sala e nele posicionadas suas respectivas assinaturas.
7. **AO TERMINAR, DEVOLVA O CADERNO DE RESPOSTAS AO APLICADOR DE PROVA.**

## Prova Teórico-Prática com abordagem discursiva

### CARGO: RELAÇÕES PÚBLICAS

#### \_\_\_\_ Questão 01 \_\_\_\_\_

---

O evento institucional traz inúmeros benefícios às organizações, como: visibilidade da marca, geração de mídia espontânea, captação de novos parceiros e clientes, otimização do relacionamento com os públicos estratégicos. Considere que M.C.G. é parte integrante da equipe de comunicação de uma academia que promoverá um evento para apresentar um novo programa de atendimento especial para a terceira idade. Os públicos-alvo do evento são: os educadores físicos, fisioterapeutas e dirigentes, todos eles pertencentes ao quadro de funcionários da academia, os próprios clientes da terceira idade, bem como aqueles clientes que desejam conhecer o novo programa para recomendar a amigos, parentes, familiares, etc. O evento acontecerá no período matutino, data 01/07, com início às 8 horas e término às 12 horas, com *coffee break* servido às 10 horas nas dependências da própria organização. Para o planejamento desse evento, compete a M.C.G apresentar cinco atividades que devem ser desenvolvidas pelas equipes de divulgação e publicidade do evento e cinco que devem ser de responsabilidade das recepcionistas da secretaria do evento.

**(20 pontos)**

**Questão 02**

---

Leia o texto a seguir.

O público interno de uma organização é um público multiplicador. O empregado será um porta-voz da empresa na sua família e no seu convívio profissional e social, de forma positiva ou negativa. Tudo dependerá do seu engajamento na instituição, da credibilidade que ela desperta nele e da confiança que ele tem nos produtos e serviços da organização. A comunicação interna permitirá que os colaboradores sejam bem informados e que a organização antecipe respostas para suas necessidades e expectativas.

Adaptado de MARGARIDA KUNSCH, 2003, p.159.

H.M.C é responsável pelo departamento de comunicação de uma determinada organização e diagnosticou falta de motivação por parte da equipe de atendimento ao público, que se sentia desvalorizada na função. Nesse sentido, foi solicitada pela direção da organização a elaboração de um programa de comunicação interna. Descreva as seguintes etapas desse programa: objetivo geral, objetivos específicos, justificativa e ações estratégicas, com base no diagnóstico da situação apresentada.

**(20 pontos)**

**Questão 03**

---

A análise aprofundada dos públicos envolvidos no sistema de comunicação da Universidade Federal de Goiás é um item que deve ser tomado como prioridade no planejamento de ações de comunicação a serem realizadas por esta instituição, para que ela possa atuar de forma mais efetiva em relação aos seus objetivos. Identifique seis dos diversos públicos da universidade e aponte para cada um deles o canal e/ou ferramenta de comunicação para o alcance dos objetivos da organização.

**(20 pontos)**





