

ASSISTENTE DE MARKETING


INSTRUÇÕES




FENAC S/A – Feiras e Empreendimentos Turísticos
Concurso Público 01/2026


PROVA TEÓRICO-OBJETIVA

 3 horas

 40 questões

 5 alternativas

 Saída permitida somente após 1 hora de prova

 O candidato só poderá levar este Caderno após 2 horas de prova



Confira se esse Caderno de Prova contém a quantidade de questões indicadas. A substituição deste Caderno de Prova ocorre apenas antes de iniciar a prova.

▮ O tempo de prova inclui o preenchimento do Cartão-Resposta.

▮ Nenhuma informação acerca do conteúdo das questões será fornecida pelo Fiscal de Sala, pois é parte integrante da prova.

▮ Antes de sair da Sala de Prova, entregue o Cartão-Resposta ao Fiscal de Sala, **devidamente assinado**, e, após, se desloque imediatamente para a saída do local de prova.

▮ Ao final da prova, os 02 (dois) últimos candidatos deverão permanecer na Sala de Prova até que o último termine a sua prova, devendo ambos testemunhar a devolução e o lacre dos documentos.

▮ A divulgação do gabarito preliminar se dará conforme Cronograma de Execução do certame.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS AO INSTITUTO LEGALLE. PROIBIDO REPRODUÇÃO.

RASCUNHO PARA GABARITO

01		06		11		16		21		26		31		36
02		07		12		17		22		27		32		37
03		08		13		18		23		28		33		38
04		09		14		19		24		29		34		39
05		10		15		20		25		30		35		40

Para responder às questões 01 a 10, leia o texto abaixo.

Setor de eventos mantém recordes de emprego e consumo no início de 2026

O setor de eventos de cultura e entretenimento segue em trajetória sólida de crescimento em 2026. De acordo com o mais recente Radar Econômico, boletim elaborado pela Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (ABRAPE) com base em dados do IBGE, do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e da Receita Federal, o consumo no setor de recreação somou R\$ 25,33 bilhões no primeiro bimestre do ano, o maior nível da série histórica iniciada em janeiro de 2019.

Na comparação anual, o resultado reforça a expansão contínua da demanda por atividades ligadas à cultura, ao entretenimento e aos eventos, consolidando o setor em patamar superior ao observado no período pré-pandemia. A estimativa de consumo considera o peso mensal do item Recreação no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), calculado pelo IBGE, associado à massa de rendimento real dos trabalhadores com 14 anos ou mais, conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) mensal.

Além do avanço do consumo, o desempenho do mercado de trabalho formal segue como um dos principais destaques do setor. Dados do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) e da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), compilados no Radar Econômico, mostram que o estoque de empregos (total de vagas disponíveis em um mercado de trabalho) no core business do setor de eventos atingiu 205.538 vínculos formais em fevereiro de 2026.

Em 2019, período pré-pandemia usado como referência para avaliação do desempenho do segmento, o setor empregava 111.401 trabalhadores formais. O resultado atual representa um acréscimo de 94.137 postos de trabalho, o equivalente a um crescimento de 84,5% no período. Todos os segmentos que compõem o core business do setor operam hoje em nível superior ao observado antes da crise sanitária.

Entre as atividades, o maior avanço foi registrado no segmento de organização de eventos, que apresentou expansão de 149,1% no número de vínculos formais em relação a 2019. Também tiveram crescimento expressivo as atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental (64,5%), atividades artísticas e espetáculos (58,0%), produção e promoção de eventos esportivos (52,0%) e recreação e lazer (21,9%).

No acumulado do primeiro bimestre de 2026, o setor de eventos registrou saldo positivo de empregos, ainda que em ritmo mais moderado na comparação com o forte crescimento observado ao longo de 2025, movimento que reflete uma fase de acomodação após a intensa expansão pós-pandemia.

O impacto do setor de eventos também se reflete no chamado hub setorial, que reúne atividades diretamente impactadas pelo segmento, como turismo, hospedagem, alimentação, publicidade, infraestrutura para eventos, segurança privada e serviços gerais. Nesse conjunto de atividades, o estoque de empregos formais passou de 3,45 milhões em 2019 para 4,27 milhões em fevereiro de 2026, um aumento de 820.490 postos de trabalho, equivalente a um crescimento de 23,8%.

Entre os destaques do hub setorial estão os segmentos de Publicidade e Propaganda, com crescimento de 95,9% no estoque de empregos em relação ao período pré-pandemia, e Infraestrutura para promoção de eventos (palcos, estandes e coberturas), que avançou 84,3% no mesmo intervalo.

Na comparação com outros grandes setores da economia, o setor de eventos mantém o maior crescimento proporcional do estoque de empregos. Enquanto o core business de eventos registra expansão de 84,5%, setores como construção cresceram 44,5%, serviços 25,0%, comércio 20,2% e indústria geral 17,7%.

“Os números mostram que o setor de eventos não apenas se recuperou, mas atingiu um novo patamar estrutural. Esse desempenho reforça a importância de políticas públicas que garantam previsibilidade e segurança jurídica, permitindo que a cadeia produtiva continue investindo, gerando empregos e movimentando a economia em todo o país”, destacou o presidente da ABRAPE.

Adaptado de: <https://www.abrape.com.br/setor-de-eventos-mantem-recordes-de-emprego-e-consumo-no-inicio-de-2026/>.

Questão 01. O relatório Radar Econômico, elaborado pela ABRAPE, utiliza uma segmentação técnica para diferenciar o núcleo das atividades de entretenimento de sua cadeia de valor estendida. A partir da análise criteriosa dos dados de emprego, consumo e desempenho setorial apresentados no texto, analise as assertivas que seguem:

- I. O setor de Publicidade e Propaganda é um dos destaques do core business, registrando o maior crescimento de empregos entre as atividades listadas.
- II. O core business do setor de eventos demonstrou uma recuperação expressiva, com um incremento de 84,5% no estoque de postos de trabalho formais quando comparado ao período pré-pandemia.
- III. O conceito de hub setorial, que abrange atividades economicamente vinculadas ao setor de eventos, apresentou um crescimento de 23,8% no volume de vínculos formais no mesmo período.

Está CORRETO o que se afirma em:

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

Questão 02. A análise dos indicadores de mercado de trabalho contidos no Radar Econômico revela uma mudança na dinâmica de contratações do setor de eventos no início de 2026. Sobre esse comportamento, assinale a alternativa que descreve CORRETAMENTE a atual fase do setor no acumulado do primeiro bimestre.

- (A) O setor vivencia um processo de estagnação setorial, caracterizado pela estabilidade no estoque de empregos em comparação ao último quadrimestre de 2025.
- (B) Verifica-se uma crise estrutural de oferta de mão de obra qualificada, o que tem impedido que o setor de eventos atinja, em 2026, os níveis de absorção de trabalhadores registrados no biênio pós-pandemia.
- (C) O segmento apresenta saldo positivo na geração de empregos formais, embora esse resultado reflita uma tendência de acomodação do mercado, com um ritmo de crescimento menos intenso quando confrontado com a expansão registrada ao longo de 2025.
- (D) O setor mantém uma trajetória de expansão ininterrupta, registrando, no primeiro bimestre, aceleração superior à observada em todo o ano anterior, consolidando um ciclo de crescimento sem precedentes.
- (E) Os dados indicam uma reversão da curva de empregos, com a ocorrência de saldos negativos que sinalizam uma retração técnica frente ao patamar observado no período pré-pandemia.

Questão 03. A comparação do setor de eventos com outros segmentos da economia (construção, serviços, comércio e indústria) é fundamental para a tese defendida no texto. Sobre essa comparação, é CORRETO afirmar que:

- (A) O crescimento dos setores de comércio e indústria equipara-se ao crescimento do hub setorial, tornando a diferença entre os setores irrelevante para a análise.
- (B) O desempenho do setor de eventos superou o de todos os outros setores elencados, consolidando-se como o de maior expansão no estoque de empregos.
- (C) O setor de serviços cresceu mais que o setor de eventos, superando os 84,5% registrados no core business.
- (D) A indústria geral registrou o maior crescimento proporcional, superando o setor de eventos e demonstrando a resiliência produtiva do país.
- (E) O setor de eventos apresentou o menor crescimento proporcional entre os setores mencionados, o que justifica o alerta do presidente da ABRAPE.

Questão 04. Com base no comparativo de vínculos formais entre 2019 e 2026 apresentado no boletim da ABRAPE, assinale a alternativa que indica CORRETAMENTE o segmento que apresentou a maior expansão percentual no número de vínculos formais.

- (A) Recreação e lazer.
- (B) Organização de eventos.
- (C) Patrimônio cultural e ambiental.
- (D) Produção de eventos esportivos.
- (E) Atividades artísticas e espetáculos.

Questão 05. A análise morfossintática e a compreensão das regras de regência e pontuação são fundamentais para o domínio da norma-padrão da língua portuguesa. Com base nos trechos extraídos do texto, analise as assertivas, julgando-as V, se Verdadeiras, ou F, se Falsas:

- () Em **ligadas à cultura, ao entretenimento e aos eventos**, no segundo parágrafo, o emprego de crase é facultativo, visto que a regência permite a omissão da preposição diante de substantivos femininos.
- () O acento no vocábulo **mantém**, presente no título do texto, é um acento diferencial de tonicidade, utilizado para diferenciar o verbo do substantivo **mantem**.
- () Na frase **No acumulado do primeiro bimestre de 2026, o setor de eventos registrou saldo positivo de empregos**, no sexto parágrafo, a vírgula é utilizada para separar o sujeito do predicado.

Qual alternativa preenche, CORRETAMENTE, de cima para baixo, os parênteses acima?

- (A) F – F – F.
- (B) F – V – F.
- (C) V – F – V.
- (D) F – F – V.
- (E) V – V – F.

Questão 06. A análise sintática, morfológica e ortográfica de uma oração permite compreender as relações de dependência entre os termos e as regras que regem a escrita na norma-padrão. Diante disso, analise a oração **O resultado atual representa um acréscimo de 94.137 postos de trabalho** e, com base nela, assinale a alternativa INCORRETA.

- (A) O verbo **representa** é um verbo de ligação, cuja função é conectar o sujeito a uma característica do predicativo.
- (B) A palavra **acrécimo** é acentuada por ser uma proparoxítona, já que a antepenúltima sílaba é a tônica.
- (C) O termo **O resultado atual** exerce a função de sujeito simples, cujo núcleo é o substantivo **resultado**.
- (D) O vocábulo **de**, em sua segunda ocorrência na frase, é classificado gramaticalmente como preposição.
- (E) O termo **atual** funciona como adjunto adnominal, pois qualifica o vocábulo **resultado**.

Questão 07. No trecho **o resultado reforça a expansão contínua da demanda por atividades ligadas à cultura**, no segundo parágrafo, o verbo **reforça** estabelece uma relação de confirmação entre os dados apresentados e a tendência observada. Sabendo disso, assinale a alternativa que, ao substituir o termo original, preserva essa carga de validação e estabilidade do fenômeno.

- (A) contesta.
- (B) consolida.
- (C) interrompe.
- (D) condiciona.
- (E) subestima.

Questão 08. O texto articula dados quantitativos e recursos de coesão para sustentar sua tese central. A partir de uma leitura crítica do gênero textual, da organização das ideias e dos mecanismos de sentido empregados, analise as partes que seguem:

(1ª parte): O texto apresenta uma estrutura expositiva-narrativa, iniciando com dados estatísticos de consumo e progredindo para a análise do mercado de trabalho formal.

(2ª parte): A frase **o setor de eventos não apenas se recuperou**, no último parágrafo, pressupõe que houve um momento de queda ou crise anterior (a pandemia).

(3ª parte): A expressão **Além do avanço do consumo**, no terceiro parágrafo, introduz uma relação de adição, conectando o desempenho financeiro ao desempenho do mercado de trabalho.

Pode-se afirmar que:

- (A) Apenas a 2ª parte está correta.
- (B) Apenas a 1ª e a 2ª partes estão corretas.
- (C) Apenas a 2ª e a 3ª partes estão corretas.
- (D) Apenas a 3ª parte está correta.
- (E) Todas as partes estão corretas.

Questão 09. A conclusão do texto traz a manifestação do presidente da ABRAPE, que articula o desempenho recente do setor de eventos com demandas específicas para o ambiente econômico e institucional do país.

Com base na leitura do trecho, depreende-se que a argumentação defendida pelo representante setorial consiste em:

- (A) Argumentar que a independência do setor em relação à regulação estatal foi o fator determinante para a recuperação, sugerindo que o modelo de livre mercado é a única via para a sustentabilidade da economia.
- (B) Sustentar que o avanço do setor de eventos, embora expressivo, é insuficiente para mover a economia, sendo necessário que o governo priorize o entretenimento como motor central da reindustrialização.
- (C) Interpretar o crescimento do setor como um movimento conjuntural de ajuste pós-pandemia, o que, por natureza, dispensa a formulação de novas diretrizes governamentais de longo prazo.
- (D) Defender a tese de que o novo patamar estrutural alcançado pelo setor exige a implementação de políticas públicas que assegurem segurança jurídica e previsibilidade para a continuidade dos investimentos e da geração de empregos.
- (E) Relativizar a importância da intervenção estatal, sob o argumento de que a capacidade produtiva da cadeia de eventos é autossuficiente e capaz de absorver choques econômicos sem a necessidade de arcabouços de previsibilidade jurídica.

Questão 10. Considere a seguinte oração extraída do texto: **o setor de eventos mantém o maior crescimento proporcional do estoque de empregos**. Ao transpor essa oração para a voz passiva analítica, assinale a alternativa que apresenta a construção gramaticalmente CORRETA, preservando o sentido original e a concordância verbal.

- (A) Mantinha-se, pelo setor de eventos, o maior crescimento proporcional do estoque de empregos.
- (B) Pelo setor de eventos, o maior crescimento proporcional do estoque de empregos era mantido.
- (C) O maior crescimento proporcional do estoque de empregos mantém-se pelo setor de eventos.
- (D) O maior crescimento proporcional do estoque de empregos é mantido pelo setor de eventos.
- (E) O setor de eventos é mantido pelo maior crescimento proporcional do estoque de empregos.

RACIOCÍNIO LÓGICO

Questão 11. Em um sorteio promocional realizado durante o encerramento de uma feira de máquinas, uma urna contém 20 bolas numeradas de 1 a 20. Um participante retira uma bola ao acaso.

Sabendo que o prêmio principal só é entregue caso o número sorteado seja, simultaneamente, um múltiplo de 3 e um número par, qual é a probabilidade exata de o participante ganhar o referido prêmio? Considere que todas as bolas possuem a mesma probabilidade de serem retiradas da urna durante o processo.

- (A) 10%.
- (B) 15%.
- (C) 20%.
- (D) 25%.
- (E) 30%.

Questão 12. No regulamento interno de utilização dos pavilhões, consta a seguinte afirmação: "Se o expositor ultrapassar o limite de ruído permitido ou se não apresentar o plano de segurança, ele será multado pela administração". Durante a vistoria de um estande, constatou-se que o expositor foi multado.

Com base exclusivamente nas regras da lógica proposicional, qual conclusão pode ser extraída sobre as condições do estande, sem que haja margem para interpretações subjetivas ou externas?

- (A) Ele ultrapassou o limite de ruído.
- (B) Ele não apresentou o plano de segurança.
- (C) Ele cometeu as duas infrações citadas.
- (D) Pelo menos uma das infrações ocorreu.
- (E) Nenhuma das infrações ocorreu de fato.

Questão 13. Um marceneiro precisa dividir três vigas de madeira de reflorestamento para construir balcões de atendimento. As vigas medem 240 cm, 360 cm e 480 cm. Ele deseja cortar as vigas em pedaços de mesmo comprimento, sendo este o maior tamanho possível, de modo que não haja nenhuma sobra de material ao final dos cortes. Considerando que ele deve aproveitar toda a madeira disponível para a montagem dos móveis, qual será o comprimento de cada um dos pedaços obtidos após esse processo?

- (A) 60 cm.
- (B) 120 cm.
- (C) 80 cm.
- (D) 140 cm.
- (E) 100 cm.

Questão 14. Em uma pesquisa realizada com os expositores de um setor específico, verificou-se que 70 empresas utilizam redes sociais para divulgação, 45 empresas utilizam anúncios em revistas técnicas e 20 empresas utilizam ambas as estratégias de marketing. Se todas as empresas consultadas utilizam pelo menos uma dessas duas formas de divulgação mencionadas, qual é o número total de empresas que participaram dessa pesquisa estatística organizada pelo departamento comercial do complexo?

- (A) 90.
- (B) 100.
- (C) 135.
- (D) 115.
- (E) 95.

Questão 15. Uma mistura asfáltica para reparos rápidos no pátio de manobras de carga e descarga utiliza areia e brita na proporção de 4 para 5, respectivamente. Se a equipe de infraestrutura dispõe de 360 quilogramas de areia e deseja utilizar todo esse material para produzir a maior quantidade possível da mistura, respeitando rigorosamente a proporção técnica estabelecida pelo engenheiro responsável, qual será a quantidade total de brita que deverá ser adicionada ao composto final?

- (A) 400 kg.
- (B) 420 kg.
- (C) 450 kg.
- (D) 480 kg.
- (E) 500 kg.

Questão 16. O custo do aluguel de um auditório principal sofre um reajuste mensal fixo de 5% sobre o valor do mês anterior devido à alta demanda em períodos de congressos médicos. Se em março o valor do aluguel era de R\$ 20.000,00, qual será o valor cobrado para um evento que será realizado no mês de maio do mesmo ano, considerando que o reajuste é aplicado de forma composta pela administração para cobrir os custos operacionais crescentes de energia e manutenção do ar-condicionado?

- (A) R\$ 21.000,00.
- (B) R\$ 22.050,00.
- (C) R\$ 22.000,00.
- (D) R\$ 22.500,00.
- (E) R\$ 23.000,00.

Questão 17. Considere as seguintes premissas lógicas sobre o funcionamento de um pavilhão: "Se a subestação de energia falhar, os geradores de emergência serão ativados" e "Se os geradores de emergência forem ativados, o sistema de climatização funcionará em modo reduzido". Sabendo que a subestação de energia falhou durante um temporal, qual é a conclusão logicamente válida que deve ser apresentada no relatório técnico da equipe de manutenção sobre o estado da climatização?

- (A) O sistema funcionou normalmente.
- (B) O sistema de climatização parou.
- (C) Os geradores não foram ativados.
- (D) O sistema funcionou em modo reduzido.
- (E) A energia foi restabelecida logo após.

Questão 18. Para a demarcação de 40 vagas de estacionamento em linha reta, um funcionário deve pintar faixas transversais no piso. Cada vaga possui 2,5 metros de largura e as faixas de separação possuem 10 centímetros de espessura cada uma. Sabendo que deve haver uma faixa no início da primeira vaga e uma faixa no final da última vaga da sequência, qual será a extensão total percorrida pelo funcionário, do início da primeira faixa até o final da última, para completar o serviço?

- (A) 100,1 metros.
- (B) 104,0 metros.
- (C) 105,1 metros.
- (D) 106,0 metros.
- (E) 104,1 metros.

Questão 19. A ocupação de um pavilhão de feiras cresce conforme uma progressão geométrica nos primeiros dias de montagem. No primeiro dia, há 4 estandes prontos. No segundo dia, o número sobe para 12 estandes e, no terceiro dia, para 36 estandes. Mantendo esse ritmo de trabalho ininterrupto das montadoras e considerando que o pavilhão comporta um total de 324 estandes, em qual dia a montagem será totalmente finalizada, atingindo a capacidade máxima planejada para a abertura do evento?

- (A) 4º dia.
- (B) 5º dia.
- (C) 6º dia.
- (D) 7º dia.
- (E) 8º dia.

Questão 20. Três letreiros luminosos na fachada do centro de eventos piscam em tempos diferentes. O primeiro acende a cada 15 segundos, o segundo a cada 20 segundos e o terceiro a cada 25 segundos. Se, exatamente às 18 horas, os três letreiros acenderam simultaneamente para marcar o início das atividades noturnas, qual será o próximo horário, após as 18 horas, em que os três voltarão a acender juntos novamente, garantindo o efeito visual planejado pelo departamento de marketing?

- (A) 18h05min.
- (B) 18h10min.
- (C) 18h04min.
- (D) 18h08min.
- (E) 18h20min.

As questões 21 a 27 se referem ao Estatuto Social da FENAC S/A.

Questão 21. Considerando o capital social e as ações, analise as afirmações que são apresentadas nas assertivas que seguem:

- I. A transferência de ações nominativas, desde que a título oneroso, para a empresa ou terceiros, deverá seguir algumas normas indicadas no Estatuto Social.
- II. A Sociedade poderá emitir certificados de múltiplos de ações.
- III. A ação é divisível em relação à Sociedade.

Está(ão) CORRETA(S):

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

Questão 22. Deve a Sociedade completar, dentro de _____ dias do pedido do acionista ou interessado, os atos de registro, averbação, conversão ou transferência de ações, bem como o desdobramento de títulos múltiplos efetuado a preço não superior ao custo; assim como, salvo deliberação em contrário da Assembleia Geral, pagar o dividendo no prazo de _____ dias da data em que for declarado e, em qualquer caso, dentro do exercício social.

Preenche, CORRETA e respectivamente, as lacunas:

- (A) quinze; quinze.
- (B) trinta; sessenta.
- (C) trinta; trinta.
- (D) vinte; trinta.
- (E) quinze; sessenta.

Questão 23. Tem-se que os administradores e conselheiros fiscais, inclusive os representantes de empregados e minoritários, devem participar, na posse e anualmente, de treinamentos específicos disponibilizados direta ou indiretamente pela empresa sobre o previsto em quantos dos seguintes itens, por exemplo?

- I. Normas de conduta;
- II. Legislação societária;
- III. Controle Interno;
- IV. Divulgação de informações.

- (A) Nenhum deles.
- (B) Apenas 1 deles.
- (C) Apenas 2 deles.
- (D) Apenas 3 deles.
- (E) Todos os 4.

Questão 24. Analise o texto a seguir:

O mandato do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva são de dois anos, mas estender-se-á automaticamente até que seja publicada no Diário Oficial da União a certidão de arquivamento, na Junta Comercial, da ata da Assembleia Geral que aprovou a gestão e as contas da Diretoria, bem como, se for o caso, até a investidura dos novos membros eleitos, admitida a reeleição.

Acerca do texto, pode-se afirmar que ele está:

- (A) Plenamente adequado, visto que observa o Estatuto Social da FENAC S/A.
- (B) Plenamente inadequado, visto que em nada observa o Estatuto Social da FENAC S/A.
- (C) Parcialmente adequado, visto que o Diário Oficial para publicação é do Estado, e não da União.
- (D) Parcialmente adequado, visto que o mandato do Conselho de Administração é de três anos.
- (E) Parcialmente adequado, visto que não é admitida a reeleição.

Questão 25. O Conselho Fiscal tem as atribuições e os poderes que a Lei lhe confere e deve deliberar com a presença da maioria de seus membros efetivos ou suplentes. Ainda, tem-se que o mandato do Conselho Fiscal é de _____, admitida a reeleição de seus membros, os quais permanecerão obrigatoriamente em seus cargos até a realização da subsequente Assembleia Geral que os substituir ou reeleger.

Preenche CORRETAMENTE a lacuna:

- (A) seis meses.
- (B) um ano.
- (C) dezoito meses.
- (D) dois anos.
- (E) cinco anos.

Questão 26. Pode-se afirmar que os requisitos e as vedações exigíveis para o conselheiro fiscal devem ser respeitados por todas as eleições realizadas, inclusive em caso de recondução. A partir dessa premissa, analise as assertivas abaixo:

- I. A ausência dos documentos de comprovação dos requisitos importará em rejeição do respectivo formulário padronizado.
- II. As vedações serão verificadas por meio da autodeclaração apresentada pelo indicado nos moldes do formulário padronizado.
- III. Os requisitos devem ser comprovados documentalmente, na forma exigida pelo formulário padronizado.

Está(ão) CORRETA(S):

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

Questão 27. Analise o texto a seguir, acerca de auditoria interna:

A auditoria interna será atribuição da unidade de controle interno do estado do Rio Grande do Sul, com auxílio de pessoa indicada pelo Conselho de Administração, que prestará serviço auxiliar de auditoria interna, nos termos de legislação estadual específica.

Acerca do texto, pode-se afirmar que ele está:

- (A) Parcialmente adequado, visto que não existe auditoria interna para com a FENAC S/A.
- (B) Plenamente adequado, visto que observa o Estatuto Social da FENAC S/A.
- (C) Parcialmente adequado, visto que a auditoria interna não ocorre com auxílio de pessoa indicada pelo Conselho de Administração.
- (D) Parcialmente adequado, visto que a unidade de controle interno é do Município de Novo Hamburgo, assim como a legislação específica é municipal.
- (E) Plenamente inadequado, visto que em nada observa o Estatuto Social da FENAC S/A.

Questão 28. Sabe-se que qualquer pessoa poderá representar à autoridade administrativa competente para que seja instaurada investigação destinada a apurar a prática de ato de improbidade. Nesse sentido, a representação, que será escrita ou reduzida a termo e assinada, conterá o previsto em quantos dos seguintes itens? **I.** A qualificação do representante; **II.** As informações sobre o fato; **III.** As informações sobre a autoria; **IV.** A indicação das provas de que tenha conhecimento.

- (A) Nenhum deles.
- (B) Apenas 1 deles.
- (C) Apenas 2 deles.
- (D) Apenas 3 deles.
- (E) Todos os 4.

Questão 29. Analise as partes que seguem: Qualquer interessado poderá apresentar pedido de acesso a informações (**1ª parte**) a órgãos e entidades, desde que façam parte do Poder Executivo de uma das esferas de governo (**2ª parte**), por qualquer meio legítimo, devendo o pedido conter a identificação do requerente e a especificação da informação requerida (**3ª parte**).

Acerca das partes, pode-se afirmar que:

- (A) Apenas a 1ª parte está correta.
- (B) Apenas a 2ª parte está correta.
- (C) Apenas a 3ª parte está correta.
- (D) Apenas a 1ª parte está incorreta.
- (E) Apenas a 2ª parte está incorreta.

Questão 30. Sabe-se que toda pessoa natural tem assegurada a titularidade de seus dados pessoais e garantidos os direitos fundamentais de liberdade, de intimidade e de privacidade, nos termos da LGPD. Assim, o titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição, EXCETO:

- (A) Correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados.
- (B) Confirmação da existência de tratamento.
- (C) Informação das entidades públicas e privadas com as quais o controlador realizou uso compartilhado de dados.
- (D) Acesso aos dados.
- (E) Eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, em quaisquer hipóteses.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Questão 31. A pesquisa de mercado é uma ferramenta de marketing para a compreensão das dinâmicas entre indivíduos e organizações. De acordo com a definição técnica desse processo de coleta e análise de dados, o escopo da pesquisa deve abranger quais características?

- (A) Os dados financeiros e de faturamento das empresas concorrentes no setor de atuação.
- (B) A contagem de produtos vendidos em pontos de venda físicos durante períodos promocionais.
- (C) Hábitos, comportamentos, atitudes, valores, necessidades, opiniões e motivações dentro de contextos econômicos e sociais.
- (D) O monitoramento das comunicações privadas de gestores de organizações para fins de *benchmark*.
- (E) A análise de tendências em mercados internacionais em relação com o comportamento do consumidor local.

Questão 32. O discurso deliberativo é um dos tipos de comunicação aplicados às peças publicitárias para atingir objetivos específicos. No contexto da linguagem persuasiva, o objetivo primordial desse tipo de discurso na publicidade é para:

- (A) Analisar fatos pretéritos com o intuito de atribuir responsabilidades ou méritos, focando na dimensão ética de ações já ocorridas.
- (B) Exaltar as qualidades intrínsecas de um objeto ou marca no tempo presente, priorizando o deleite estético, sem um apelo direto à ação.
- (C) Convencer e prender a atenção do leitor para conquistar uma ação futura, geralmente a compra efetiva.
- (D) Estabelecer um diálogo informativo e técnico, cujo propósito é a educação do consumidor sobre o funcionamento de um produto, sem intenção de influência perceptual.
- (E) Refutar argumentos lógicos da concorrência por meio de provas documentais, visando a validação técnica de um serviço em detrimento do convencimento emocional.

Questão 33. Um componente do *brief* criativo é a construção da argumentação que sustenta a mensagem central da marca. Quando o documento especifica o item *Reason why*, ele está fornecendo subsídios para qual finalidade?

- (A) Para a compreensão de quais personagens e trilhas sonoras devem ser inseridos na peça publicitária.
- (B) Para que a audiência seja segmentada por critérios demográficos, como idade e localização geográfica, em detrimento das motivações de consumo.
- (C) Para que o consumidor final encontre justificativas e fundamentos que tornem aceitável a promessa básica do produto ou da marca.
- (D) Para que o planejamento de mídia identifique quais são os melhores horários para a veiculação do anúncio nos canais de maior audiência.
- (E) Para que a necessidade do consumidor seja preenchida por meio de apelos emocionais sobre a razão de mercado.

Questão 34. A genealogia do discurso publicitário estabelece que a persuasão não é um elemento acessório, mas o que estrutura a comunicação mercadológica. Analisando esse conceito das peças publicitárias, conclui-se que a linguagem persuasiva possui capacidade de:

- (A) Evitar que o consumidor realize pesquisas comparativas de preços antes da compra efetiva.
- (B) Convencer e prender a atenção do leitor para a mensagem, visando conquistar uma ação futura de consumo.
- (C) Promover fidelização entre a marca e o público através de uma linguagem estratégica e garantir que ele compre apenas seus produtos.
- (D) Utilizar apenas discursos demonstrativos que despertem a noção de demanda do público-alvo.
- (E) Garantir que a propaganda não evolua, mantendo o foco no incentivo racional às decisões de compra.

Questão 35. Ao definir o ROI (Retorno sobre o Investimento) em marketing, as organizações buscam alocar melhor seus recursos e maximizar resultados. Um dos fatores listados que interfere na mensuração desses resultados e dificulta o processo de conhecimento é a:

- (A) Padronização dos preços entre o produto da organização e os de todos os seus concorrentes diretos.
- (B) Inexistência de promoções sazonais, o que permite uma análise do impacto do conteúdo da comunicação.
- (C) Quantidade e qualidade da mídia utilizada, somadas à existência de diversas atividades ocorrendo ao mesmo tempo.
- (D) Decisão de não utilizar canais digitais, focando na distribuição numérica em pontos de venda físicos.
- (E) Ausência de necessidade de se planejar metas para o negócio, uma vez que o mercado pós-digital é imprevisível.

Questão 36. A redação publicitária utiliza o recurso do *Call-To-Action* (CTA) como uma ferramenta para converter o interesse do público em resultados práticos para a organização. De acordo com as técnicas de adequação da linguagem aos objetivos de marketing e à psicologia do consumo, a característica primordial que define a eficácia de um CTA é:

- (A) A liberdade concedida ao consumidor para que ele decida, de forma autônoma, qual atitude deseja tomar após o contato com a marca.
- (B) O uso de uma linguagem informativa e impessoal que evite convidar o cliente a tomar algum tipo de atitude efetiva ou imediata.
- (C) O controle exercido pelo emissor da mensagem, a fim de guiar qual é a ação específica que o consumidor deve tomar.
- (D) A diluição do apelo ao longo de todo o corpo do texto para garantir que o cérebro não perceba a intenção de venda da peça publicitária.
- (E) A ausência de um convite direto à ação, priorizando a descrição técnica das características físicas do produto anunciado.

Questão 37. Temos que a influência sobre as decisões de compra e sobre a imagem das marcas tornou-se mais complexa. Isso se deve ao fato de que, além das empresas, há outras forças incidentes no planejamento que se tornaram relevantes. Nesse contexto, assinale a alternativa que demonstra CORRETAMENTE essa força.

- (A) O controle exercido pela imprensa tradicional sobre a viralização de opiniões negativas nas redes.
- (B) A redução do número de nichos de mercado, o que simplifica o processo de escolha por parte do consumidor.
- (C) A capacidade do consumidor de viralizar opiniões e exercer seu poder de credibilidade dentro de redes de relacionamentos.
- (D) A eliminação da propaganda de formação de imagem em favor de anúncios informativos.
- (E) O desinteresse do público atual por interatividade e por descobrir as novidades tecnológicas.

Questão 38. Um profissional de marketing precisa aprovar o plano de mídia de uma feira setorial. Sabendo que diferentes veículos atingem públicos distintos (expositores vs. visitantes), como ele deve orientar a distribuição das peças publicitárias?

- (A) O investimento em televisão deve ser feito com meses de antecedência para atrair os expositores, enquanto a mala direta deve focar no público visitante em geral.
- (B) O uso de peças gráficas, como *folders* detalhados, deve ser voltado à captação de potenciais expositores e patrocinadores, enquanto os veículos de massa (rádio/jornal) visam atrair o público visitante.
- (C) Os cartazes devem ser produzidos em massa e distribuídos aleatoriamente nas ruas, sendo a ferramenta necessária para o sucesso de uma feira de negócios.
- (D) A propaganda na internet deve ser evitada por profissionais de feiras, pois o ciberespaço não gera resultados palpáveis para eventos físicos.
- (E) O plano de mídia deve destinar a totalidade da verba para *outdoors* contratados nas proximidades geográficas do evento, além do uso de jornais especializados.

Questão 39. O profissional encarregado de organizar e promover uma feira sabe que a sustentabilidade do evento ao longo dos anos depende da atração contínua de visitantes. Para garantir esse fluxo, como deve ser feita a captação de expositores?

- (A) Selecionando empresas dispostas a pagar pelos estandes, mesmo que o produto não tenha relação com a temática central, focando apenas no resultado a curto prazo.
- (B) Focando o esforço inicial de recrutamento de indústrias internacionais, para agregar à economia local um status internacional.
- (C) Garantindo um *mix* de expositores balanceado, diversificado e adequado à proposta da feira, pois são empresas de real interesse que atraem o público visitante qualificado.
- (D) Limitando a feira ao máximo de empresas do mesmo segmento, monopolizando a oferta para induzir os visitantes a comprarem sem pesquisa de mercado.
- (E) Permitindo que todos os expositores assinem contratos sem um regulamento de feira específico, para uma flexibilidade maior nas regras de comercialização.

Questão 40. Para a equipe de marketing que representa os promotores de uma feira, o cenário pós-feira é o momento para avaliar o sucesso da empreitada e garantir a fidelização das empresas e marcas que investiram na aquisição de estandes. Considerando as boas práticas gerenciais e a necessidade de assegurar a sustentabilidade do evento ao longo dos anos, qual deve ser a estratégia adotada nesta fase de encerramento?

- (A) A organização deve dar suas obrigações por encerradas assim que a desmontagem do pavilhão for finalizada, abstendo-se de realizar avaliações formais, visto que reclamações dos expositores sobre infraestrutura, horários ou fluxo de visitantes são consideradas inevitáveis e não impactam a formulação do orçamento e do plano de mídia das edições futuras.
- (B) A equipe de marketing deve focar seus esforços em aplicar multas e sanções aos expositores que ultrapasaram os horários limites de desmontagem ou violaram regras estruturais, deixando o relacionamento comercial e a captação de novas vendas a cargo das agências de publicidade terceirizadas.
- (C) A equipe deve elaborar e aplicar pesquisas de avaliação junto aos expositores, abordando aspectos como a adequação do local, a organização do evento e o nível de qualificação dos visitantes, pois a compilação e a análise desses dados geram o histórico da feira, permitindo à Entidade corrigir falhas, introduzir melhorias focadas na satisfação dos clientes e, conseqüentemente, garantir que essas empresas retornem para adquirir espaços nas próximas edições.
- (D) A estratégia de retenção consiste em relevar o *feedback* analítico no período de pós-feira e investir o fundo de reserva do evento na cooptação de novas vendas, focando o contato com os expositores atuais para a renovação de contrato para a edição seguinte.
- (E) A entidade organizadora deve transferir a responsabilidade pela pesquisa de satisfação e fidelização para as empresas montadoras, uma vez que a lealdade do expositor se restringe à qualidade da montagem do sistema estrutural dos estandes e independe da capacidade da feira em atrair o público comprador qualificado.