

- Nesta prova, faça o que se pede, usando, caso deseje, o espaço para rascunho indicado no presente caderno. Em seguida, transcreva os textos para o **CADERNO DE TEXTOS DEFINITIVOS DA PROVA DISCURSIVA**, no local apropriado, pois **não será avaliado fragmento de texto escrito em local indevido**.
- Qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de linhas disponibilizadas será desconsiderado. Também será desconsiderado o texto que não for escrito na(s) **folha(s) de texto definitivo** correspondente(s).
- No **Caderno de Textos Definitivos**, a presença de qualquer marca identificadora no espaço destinado à transcrição do texto definitivo acarretará a anulação da sua prova discursiva.
- Em cada questão, ao domínio do conteúdo serão atribuídos até **10,00 pontos**, dos quais até **0,50 ponto** será atribuído ao quesito apresentação (legibilidade, respeito às margens e indicação de parágrafos) e estrutura textual (organização das ideias em texto estruturado).

PROVA DISCURSIVA

QUESTÃO 1

Discorra sobre composto de *marketing* (*marketing mix*), abordando os seguintes aspectos:

- 1 conceito e finalidade do composto de *marketing*; [valor: 1,50 ponto]
- 2 variáveis que constituem o composto de *marketing*; [valor: 4,00 pontos]
- 3 três ações relacionadas a cada uma das referidas variáveis. [valor: 4,00 pontos]

RASCUNHO – QUESTÃO 1

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

QUESTÃO 2

Designing advertisements is a process which involves several decisions. Traditional agencies which offer a complete portfolio of services are responsible for creating advertising messages for their clients' brands, as well as for securing advertising space for these messages. One aspect is of great importance: creating a message is a delicate matter, both in terms of the media selected and of the vehicles used to convey it.

Adapted from: Edson Crescitelli; Terence A. Shimp. **Comunicação de marketing:** integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. 8ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012, p. 273.

Please, considering the text above, write an essay in which you define "media" and "vehicle", with examples **[valor: 4,75 pontos]**. In addition, explain how selecting the appropriate media and vehicle influences conveying the intended message and how this selection relates to the media planning process **[valor: 4,75 pontos]**.

RASCUNHO – QUESTÃO 2

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	