

ITAIPU BINACIONAL

CARGO 20: PROFISSIONAL DE NÍVEL UNIVERSITÁRIO JÚNIOR FUNÇÃO: RELAÇÕES PÚBLICAS

Prova Discursiva

Aplicação: 21/01/2024

PADRÃO DE RESPOSTA DEFINITIVO

2.1 – O(A) candidato(a) deve apresentar, pelo menos, duas abordagens integradas e consistentes que podem ser adotadas para fortalecer a identidade de uma empresa e suas estratégias de comunicação, a exemplo das seguintes:

- clareza na identidade corporativa: definir e comunicar claramente os valores, a missão e a visão da empresa para estabelecer uma identidade sólida e consistente. Isso permite a construção de uma base sólida para as estratégias de comunicação;
- consistência na mensagem: manter uma mensagem consistente em todos os canais de comunicação, garantindo que a empresa transmita uma voz unificada e alinhada com sua identidade e seus valores;
- engajamento e transparência: fomentar o engajamento com o público, ouvindo seus *feedbacks* e comunicando-se abertamente, principalmente em momentos críticos, o que ajuda a construir confiança e a demonstrar transparência;
- personalização e adaptação: adaptar as estratégias de comunicação de acordo com as necessidades e as preferências dos diferentes públicos, demonstrando que a empresa valoriza e entende suas necessidades individuais;
- inovação e atualização: permanecer atualizado com as tendências e as tecnologias emergentes para garantir que as estratégias de comunicação sejam relevantes e inovadoras, mantendo uma empresa em sintonia com seu público-alvo;
- treinamento e alinhamento interno: garantir que todos os membros da equipe compreendam e personifiquem a identidade e os valores da empresa, o que é fundamental para garantir a consistência nas interações com os clientes e demais *stakeholders*;
- gestão proativa de crises: desenvolver planos de gerenciamento de crises detalhados, antecipando possíveis cenários adversos e respondendo rapidamente para minimizar o impacto negativo na confiança.

Ao implementar essas estratégias de forma integrada e contínua, as empresas têm mais chances de fortalecer sua identidade e suas estratégias de comunicação, o que resultará em uma atuação positiva diante de seus diversos públicos. Essa abordagem não só fornece uma vantagem competitiva, mas, também, atua como uma proteção crucial em momentos difíceis, preservando a confiança depositada na empresa.

2.2 e 2.3 – O(A) candidato(a) deve, ainda, relacionar essas abordagens com o conceito de reputação corporativa – que compreende o uso estratégico da comunicação em parceria com as demais áreas da empresa para construir uma relação de confiança positiva – e de comunicação corporativa – uma função recente da administração, concebida para ajudar a empresa a obter e manter uma reputação favorável no processo de comunicação com seus públicos.

2.4 – Outros aspectos importantes da comunicação são a identificação e o conhecimento dos públicos com os quais as empresas se comunicam: distribuidores e consumidores de seus produtos ou serviços, funcionários, fornecedores, concorrentes, investidores do mercado de capitais, acionistas, órgãos governamentais, organizações não governamentais, comunidades e, em especial, a mídia formada por inúmeros meios de comunicação.

QUESITOS AVALIADOS

QUESITO 2.1

Conceito 0 – Não apresentou nenhuma abordagem que as empresas podem adotar para fortalecer proativamente sua identidade e suas estratégias de comunicação ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Apresentou corretamente apenas uma abordagem que as empresas podem adotar para fortalecer proativamente sua identidade e suas estratégias de comunicação.

Conceito 2 – Apresentou corretamente duas ou mais abordagens que as empresas podem adotar para fortalecer proativamente sua identidade e suas estratégias de comunicação.

QUESITO 2.2

Conceito 0 – Não relacionou as abordagens mencionadas com o conceito de reputação corporativa ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Relacionou as abordagens mencionadas com o conceito de reputação corporativa de forma superficial, vaga ou incompleta.

Conceito 2 – Relacionou as abordagens mencionadas com o conceito de reputação corporativa de forma satisfatória, demonstrando domínio do tema.

QUESITO 2.3

Conceito 0 – Não relacionou as abordagens mencionadas com o conceito de comunicação corporativa ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Relacionou as abordagens mencionadas com o conceito de comunicação corporativa de forma superficial, vaga ou incompleta.

Conceito 2 – Relacionou as abordagens mencionadas com o conceito de comunicação corporativa de forma satisfatória, demonstrando domínio do tema.

QUESITO 2.4

Conceito 0 – Não abordou a importância da identificação e do conhecimento dos públicos com os quais as empresas se comunicam ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Abordou a importância da identificação e do conhecimento dos públicos com os quais as empresas se comunicam de forma superficial, vaga ou incompleta.

Conceito 2 – Abordou a importância da identificação e do conhecimento dos públicos com os quais as empresas se comunicam de forma satisfatória, demonstrando domínio do tema.