

-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --

Acerca do *marketing*, processo administrativo e social mediante o qual as pessoas e as organizações obtêm o que precisam e desejam por meio de criação e troca de valor, julgue os seguintes itens.

- 51 No *marketing*, o foco de todas as atividades são os clientes.
- 52 As quatro variáveis do composto de *marketing* são produto, serviço, financeiro e promoção.
- 53 Por motivos éticos, evita-se utilizar estratégias de *marketing* nas atividades religiosas.
- 54 No *marketing*, são chamadas de controláveis as variáveis econômicas e as tecnológicas.
- 55 A logística é uma subdivisão do elemento produto no composto de *marketing*.

Nas decisões de compra, apesar dos desejos dos clientes, o preço é o fator determinante na maioria das vezes. A determinação de preço de um produto deve ser analisada de forma calculada, e algumas variáveis são fundamentais para se estabelecer o preço que possibilite a sobrevivência da organização e a satisfação do cliente.

A esse respeito, julgue os itens a seguir.

- 56 Uma política de preços negociados é prejudicial porque é uma forma de discriminação dos diversos tipos de clientes.
- 57 Chama-se estratégia de desnatação a elevação de preços no lançamento de um produto visando a uma camada da população, para que, posteriormente, sejam reduzidos.
- 58 Os custos totais de um produto são o resultado da soma dos custos fixos com os custos variáveis.
- 59 A demanda é denominada inelástica quando o aumento ou redução de preço do produto afeta significativamente as quantidades vendidas.
- 60 Os preços de linha permitem maior cobertura do mercado com preços diferenciados para diferentes segmentos.
- 61 No estabelecimento dos preços de produtos e serviços, devem ser considerados os objetivos e as políticas de preços da empresa.

Ao se elaborar o plano de *marketing* de uma empresa, tanto o microambiente quanto o macroambiente devem ser levados em conta. Considerando o ambiente de *marketing*, julgue o próximo item.

- 62 Fornecedores e concorrentes fazem parte do microambiente no contexto do ambiente de *marketing*.

No que se refere a planejamento estratégico e segmentação, julgue os itens a seguir.

- 63 A empresa que opta pelo *marketing* de segmento ignora as diferenças e busca o mercado total com uma única oferta.
- 64 Para iniciar um planejamento estratégico em uma empresa, é necessário saber claramente qual é seu propósito geral e sua missão.

No que se refere às técnicas de relações públicas, julgue os itens subsequentes.

- 65 Quanto às funções estratégicas de relações públicas, uma das finalidades da função de pesquisa é verificar o alcance dos objetivos da instituição frente aos públicos.
- 66 A formação do público depende da presença de pessoas ou grupos organizados de pessoas e da procura de uma atitude comum, sem considerar a existência de uma controvérsia ou de uma oportunidade de discussão.
- 67 A conferência é um evento solene de grande porte com um número elevado de participantes, geralmente promovido por entidades de classe, cujo objetivo é a apresentação e o debate de assuntos da atualidade e de interesse específico de determinada categoria profissional.
- 68 No processo de planejamento de relações públicas, a fixação das diretrizes de relações públicas ocorre na etapa de reunião de dados, ligada ao referencial.
- 69 A *newsletter*, também conhecida como jornal da empresa, é um instrumento utilizado em relações públicas que consiste em um veículo impresso ou eletrônico de comunicação institucional dirigido ao público interno.

Com relação à comunicação com o mercado, julgue os seguintes itens.

- 70 A estratégia de penetração de mercado consiste em identificar e desenvolver novos mercados para os produtos atuais de uma empresa.
- 71 A propaganda é uma ferramenta de comunicação do composto de *marketing* cuja principal característica é a expressividade ampliada, que consiste na repetição da mensagem para o mesmo público com o fim de fixá-la na mente dele.
- 72 Como uma das principais ferramentas de relações públicas para a comunicação de mercado, o *buzz marketing*, ao incentivar os próprios consumidores a divulgarem informações relativas a um produto para seus seguidores, utiliza-se do benefício dos processos comuns às redes sociais.
- 73 São veículos de comunicação dirigida aproximativa os serviços de prestação de informações ao público, como os serviços de atendimento ao consumidor (SAC) e as centrais de atendimento.
- 74 O *marketing* de busca, que é uma atividade do *marketing* de conteúdo, consiste em fazer com que o conteúdo publicado esteja na primeira página de resultados de parcela significativa de buscas do seu público-alvo.

Acerca de acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida e de prioridade de atendimento, julgue os itens que se seguem, à luz das legislações de regência.

- 75** A acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida deve ser garantida para serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo.
- 76** Atendimento imediato é aquele prestado às pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida antes de qualquer outra, assim que concluído o atendimento que estiver em andamento.
- 77** Define-se pessoa com modalidade reduzida como aquela que tem dificuldade de movimentação temporária que gere redução efetiva da mobilidade, da flexibilidade, da coordenação motora ou da percepção.

Considerando o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), julgue os itens que se seguem.

- 78** A totalidade dos dados pessoais contidos em banco de dados constituído com a finalidade exclusiva de garantia da segurança pública não poderá ser tratada por pessoa de direito privado, ainda que esta possua capital integralmente constituído pelo poder público.
- 79** Anonimização dos dados pessoais é um direito do titular dos dados, que pode, ainda, requerer o bloqueio ou a eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto na legislação de regência.

À luz do Marco Civil da Internet, julgue os itens que se seguem.

- 80** Apesar do dever de respeito à neutralidade de rede, o responsável pelo roteamento pode fazer distinção dos pacotes de dados com relação à sua origem e ao seu destino, mas não ao seu conteúdo.
- 81** Dado o risco da sua atividade, o provedor de conexão à Internet será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.

Acerca de direito do consumidor, julgue os itens a seguir.

- 82** O comerciante responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes da fabricação do produto que vende, quando o fabricante não puder ser identificado.
- 83** É permitido que produtos que possam acarretar riscos à saúde ou à segurança dos consumidores sejam colocados no mercado de consumo desde que esses perigos sejam normais e previsíveis em decorrência da natureza do bem, bem como sejam informados adequadamente pelo fornecedor.

Nos tempos atuais, surgiram novas mídias que, se comparadas às tradicionais, oferecem valores mais acessíveis e se mostram mais eficazes no *marketing*. Acerca desse tema, julgue os itens a seguir.

- 84** Hoje em dia, as mensagens comerciais na Internet são mais interruptivas e mais invasivas do que as mídias convencionais.
- 85** As taxas de cliques nos anúncios de *banner* das empresas B2B são menores que as das empresas B2C.
- 86** Atualmente, em relação à mídia, é mais difícil chamar a atenção do público jovem, pois seu interesse está fracionado entre vários meios digitais, diferentemente do que ocorria entre a geração anterior e mídia tradicional.
- 87** O Google dispõe de um programa chamado AdSense, que capacita os anunciantes na Internet a colocarem anúncios em diferentes sites, mesmo aqueles que estejam fora do próprio Google.
- 88** Os *podcasts* são arquivos de áudio em formato MP4, disponíveis de graça *online* e acompanhados de *blogs* escritos.

Julgue os itens subsequentes, considerando que, na elaboração de um planejamento da comunicação integrada, determinados conhecimentos são importantes.

- 89** A imagem de uma bebida no balcão do bar em uma cena da novela é um exemplo da ferramenta denominada *product placement*.
- 90** São pilares da comunicação integrada: comunicação adaptada, público-alvo e novas mídias.
- 91** Para realizar um planejamento de comunicação integrada de *marketing*, é necessário ter um tema central único que atenda os objetivos e o contexto, e ainda, adaptar-se a diversas formas de comunicação.
- 92** Uma pessoa que assiste a um comercial de tv no intervalo do jornal, no da novela e no do programa do domingo durante quatro semanas faz parte do alcance dessa mídia.
- 93** O que diferencia a publicidade da propaganda é o fato de a primeira não ser paga, ter mais credibilidade e ser direcionada.
- 94** Na comunicação integrada, ao fazer um planejamento de mídia, o profissional deve atentar para dar respostas, em algum ponto do plano, às seguintes questões: a quem? quando? por quê? o quê? onde?

Um anunciante, na dúvida com relação à mídia social em que colocar seu anúncio, busca orientação de marketing, informando que, por estar com o orçamento limitado, precisa anunciar na mídia cujo custo seja o mais baixo. Considerando essa situação hipotética, julgue o item seguinte.

- 95** O anunciante deve ser orientado a verificar não só o menor custo por clique entre as mídias escolhidas, mas também a avaliar o objetivo do anúncio e a segmentação desejada, pois esses fatores influem no valor total do anúncio.

Julgue os próximos itens, relativos a sistemas computacionais.

- 96** Na arquitetura de computadores conhecida como máquina de Von Neumann, tanto a unidade lógica e aritmética (ALU) quanto a unidade de controle (UC) são localizadas dentro da CPU.
- 97** Na execução de cargas de trabalho na computação em nuvem, o repositório de recursos de tecnologia da informação pode ser provisionado e escalado mediante o acesso via rede.

Com relação a sistemas operacionais, julgue os itens que se seguem.

- 98** No Linux, o comando `mv tlb.txt telebras.txt` permite que o usuário renomeie um arquivo de nome `tlb.txt` para `telebras.txt` sem que a localização desse arquivo seja alterada.
- 99** Tanto o Windows 10 quanto o Linux Red Hat possuem interfaces gráficas; entretanto, diferentemente do Windows 10, no Linux é possível escolher entre ambientes de *desktop*, como, por exemplo, entre o GNOME e KDE.

Julgue os itens subsequentes, relativos a redes de computadores.

- 100** Tanto o protocolo TCP (*Transmission Control Protocol*) quanto o UDP (*User Datagram Protocol*) têm como garantia a integridade e ordem dos dados transmitidos.
- 101** `https://www.telebras.com.br/` é uma URL em que HTTPS indica o protocolo de comunicação, com uma camada de proteção na transmissão de dados, entre o computador de um usuário e o servidor, que permite a obtenção de recursos textuais do sítio da TELEBRAS.

Julgue os próximos itens, relativos a procedimentos de segurança.

- 102** Em uma rede, a instalação de um *firewall* e a atualização frequente desse *firewall* garantem a total proteção da rede contra invasores e dos programas instalados nas estações de trabalho contra vírus e *worms*.
- 103** Uma *backdoor* em um computador é capaz de se propagar automaticamente pelas redes, enviando cópias de si por meio de outras portas, explorando assim vulnerabilidades nos programas instalados.

Com referência a segurança da informação, julgue os itens a seguir.

- 104** Para se criar uma assinatura digital, deve-se gerar um valor de *hash* para a mensagem, cifrando-se esse *hash* com uma chave privada do emissor, e anexá-la à mensagem enviada, que será comparada por meio de cálculo, usando o mesmo *hash* no destinatário, de modo a comprovar o emissor. Esse procedimento garante tanto a autenticidade quanto a confidencialidade da mensagem.
- 105** Na criptografia simétrica, duas entidades se comunicam mediante o compartilhamento de apenas uma chave secreta. Já a criptografia de chave pública envolve a utilização de duas chaves separadas.

Julgue os próximos itens, relativos a edição de textos, planilhas e apresentações.

- 106** Ao se inserir, na célula C5 da planilha do Microsoft Excel 365 mostrada abaixo, a fórmula =SOMA(B2:C4), o valor obtido será 22.

| | A | B | C |
|---|---------|--------------|-------------|
| 1 | Produto | Valor Compra | Valor Venda |
| 2 | P1 | 9 | 10 |
| 3 | P2 | 4 | 5 |
| 4 | P3 | 1 | 7 |
| 5 | | | |

Acerca das tecnologias dos sistemas de comunicação, julgue os itens a seguir.

- 107** A tecnologia IrDA, utilizada em conexões *wireless*, realiza a transmissão de dados por um adaptador infravermelho.
- 108** Os sistemas celulares TDMA apresentam como vantagem a segurança contra clonagem em comparação ao GSM e ao CDMA.
- 109** Cabos metálicos são preferíveis à fibra óptica para transmissão em banda larga, em locais com interferência eletromagnética.
- 110** A latência é um dos parâmetros utilizados para se verificar a qualidade da Internet, situação em que é aferida a latência bidirecional.
- 111** O *Bluetooth*, muito utilizado em celulares, apresenta como vantagem a possibilidade de troca de informação quando os dispositivos estão a grande distância.

Em terreno extremamente acidentado, com diversas montanhas e obstáculos, uma comunidade carente deseja iniciar um serviço de rádio para atender às demandas locais de comunicação. A esse respeito, julgue os itens que se seguem.

- 112** O sinal de rádio, embora possa ser informação para o sistema comunitário, poderá ser ruído para sistemas vizinhos, como o de comunicação entre aeroportos e aeronaves.
- 113** Para melhorar a transmissão, a antena de rádio deve ser instalada em um ponto mais alto, que não pode ultrapassar trinta metros de altura.
- 114** Caso o sinal da rádio realize uma propagação por multipercursos, o receptor poderá ter problema de desvanecimento seletivo.
- 115** A outorga do poder público é necessária para o funcionamento do serviço de radiodifusão comunitária.
- 116** As rádios comunitárias devem utilizar como tecnologia de transmissão preferencial a modulação em amplitude.

No que se refere à comunicação via satélite, julgue os itens seguintes.

- 117** A banda Ka é a utilizada para a comunicação via satélite que tem a frequência mais baixa, razão por que não apresenta problemas de absorção dos sinais de rádio por chuva ou neve.
- 118** O serviço de rastreamento veicular, pelo qual é possível desligar remotamente o automóvel, utiliza comunicação via satélite unidirecional.
- 119** Os sensores de satélite atuais apresentam como limitação a cobertura de nuvens na atmosfera, o que reduz o grau de detalhamento e a precisão das informações.
- 120** O satélite é considerado o canal de comunicação entre o transmissor e o receptor.

Espaço livre