

CIBEC/INEP



B0010815

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA
Departamento de Ensino Supletivo

SUPLÊNCIA PROFISSIONALIZANTE

Provas

04

HABILITAÇÕES

HOTELARIA
PUBLICIDADE

1:323.3
23s

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Presidente da República Federativa do Brasil
Ernesto Geisel

Ministro da Educação e Cultura
Ney Braga

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA
DEPARTAMENTO DE ENSINO SUPLETIVO

MEC / INEP
SIBE - CIBEC

SUPLÊNCIA PROFISSIONALIZANTE
PROVAS

HABILITAÇÕES: HOTELARIA
PUBLICIDADE

Departamento de Documentação e Divulgação
Brasília, DF — 1975

APRESENTAÇÃO

Ao se chegar ao término da primeira etapa do Projeto Acesso, o Departamento de Ensino Supletivo do Ministério da Educação e Cultura cumpre o prometido — publica as provas das dez modalidades técnicas concernentes aos Exames de Suplência Profissionalizante, realizados em julho do corrente ano, compreendendo :

Setor Primário

- **Agricultura**
- **Pecuária**

Setor Secundário

- **Edificações**
- **Eletrônica**
- **Eletrotécnica**
- **Mecânica**

Setor Terciário

- **Hotelaria**
- **Publicidade**
- **Secretariado**
- **Turismo**

Acredita-se, assim, que os Sistemas de Ensino, voltados para a implementação do Capítulo IV da Lei n.º 5.692/71, poderão dispor, agora, de instrumentos, até então, inexistentes, na área da suplência profissionalizante, a nível de técnico de 2.º grau.

Caminheemos cautelosamente, porém seguros e escudados com a força do diálogo que supera aparentes barreiras, fazendo todos co-participantes das grandes realizações.

Departamento de Ensino Supletivo
Setembro de 1974

SISTEMÁTICA PARA A ELABORAÇÃO DAS PROVAS

CONSIDERAÇÕES GERAIS

O Projeto Acesso-Exames de Suplência Profissionalizante — teve como objetivo geral promover a habilitação profissional das pessoas sem a devida escolaridade na área profissionalizante, nas modalidades de Técnico constantes do Parecer 45/72 — CFE

Seus objetivos específicos foram :

1. Desenvolver programa de exames de suplência em modalidades técnicas, a nível de 2º grau, em caráter experimental, nos Estados de Minas Gerais e Pernambuco e no Distrito Federal.
2. Unificar as diretrizes e processos de desenvolvimento da atividade, através do Departamento de Ensino Supletivo do MEC.
3. Alocar às Secretarias de Educação e superintender a realização dos exames.

Os procedimentos adotados para a realização dos exames e o caráter centralizado de que se revestiu a iniciativa expressam o cunho experimental que caracterizou as tomadas de decisão e as diretrizes para a efetivação do projeto.

A sistemática de acompanhamento e controle através das interfaces de Elaboração, Coordenação e Aplicação dos exames, reflete a preocupação de prover os sistemas estaduais dos mecanismos adequados para a aplicação de futuros exames. Além disso, o desmembramento do Projeto Acesso em dois outros subprojetos : o de Análise Ocupacional e o de Avaliação Técnica do instrumento utilizado, teve como finalidade oferecer aos sistemas um suporte científico-pedagógico para a elaboração e aplicação de novos exames.

A análise ocupacional permitiu o conhecimento mais detalhado das atividades do técnico, a sua situação no mercado de traba-

lho, as características gerais da ocupação e do pessoal em exercício bem como as habilidades necessárias ao desempenho profissional.

A avaliação técnica possibilitou uma análise das provas como meio de medir o desempenho do técnico cuja aprendizagem tenha ocorrido predominantemente de maneira assistemática através da experiência do trabalho. Através do confronto entre os dados ocupacionais apresentados pela análise e os conteúdos programáticos das áreas de estudo de cada habilitação — tornou-se possível testar a consistência das questões das provas e a forma utilizada como instrumento de medida.

Elaboração de Programas e Provas — Procedimentos

Foram convocados especialistas de cada área para a preparação dos programas e provas. Os procedimentos adotados foram os seguintes :

1. Arrolamento de atividades legais e típicas de cada habilitação.
2. Preparação de programas cobrindo as áreas de trabalho correspondente às atividades legais e típicas.
3. Elaboração das provas cujas questões deveriam, necessariamente, envolver os seguintes aspectos :
 - 3.1 Conhecimentos instrumentais para o exercício da atividade.
 - 3.2 Conhecimentos de equipamentos e processos específicos.
 - 3.3 Capacidade de execução de operação típica da modalidade técnica.
 - 3.4 Capacidade de organização, programação, estimativa orçamentária, controle de custeio e coordenação de atividades típicas da modalidade técnica.

As provas foram organizadas de acordo com a classificação dos setores gerais de atividades e com a modalidade técnica, segundo a pauta que se segue :

1. Para as atividades do setor primário, compreendendo agricultura e pecuária :
 - 1.1 Prova escrita, contendo questões relativas a cálculo técnico, ciências aplicadas à modalidade técnica, equipamentos, métodos de trabalho e instalações.
 - 1.2 Prova teórico-prática.
 - 1.3 Relatório técnico sobre as tarefas desenvolvidas, técnicas

empregadas e cálculos especiais sobre insumos, equipamentos e custos.

2. Para as atividades do setor secundário, compreendendo indústrias e serviços industriais :

2.1 Prova escrita, contendo questões relativas a cálculo técnico, ciências aplicadas à modalidade técnica, equipamentos, métodos de trabalho e instalações.

2.2 Prova de desenho técnico ou de interpretação e detalhamento de projetos.

2.3 Prova teórico-prática ou prática de laboratório, campo ou oficina.

2.4 Relatório técnico sobre as tarefas desenvolvidas, técnicas empregadas e cálculos especiais sobre materiais, máquinas, ferramentas, instrumentos e custos.

3. Para as atividades do setor terciário, exceto área de Saúde :

3.1 Prova escrita contendo questões relativas a cálculo operacional e financeiro, métodos de trabalho, legislação e estatística aplicável à modalidade técnica.

3.2 Prova prática de utilização ou manipulação de equipamentos e instrumental e interpretação de procedimentos peculiares à modalidade técnica.

3.3 Relatório técnico sobre as tarefas desenvolvidas, técnicas empregadas e de conhecimentos sobre o ramo de serviço a que se dedique o candidato.

4. Para as atividades do setor terciário — Saúde:

4.1 Prova escrita, contendo questões relativas a programas de saúde e Fundamentos Científicos da habilitação.

4.2 Prova prática da modalidade técnica

4.3 Relatório técnico sobre as tarefas desenvolvidas, técnicas empregadas e conhecimentos sobre o ramo de serviço a que se dedique o candidato.

Em cada uma das provas foi adotado o critério de graduação de dificuldade e abrangência de acordo com a curva de GAUSS. Além disso, as instruções para a aplicação das provas continham

gabaritos para correção, segundo a mesma curva e a relação de materiais, instrumental, máquinas e equipamentos, bem como as características dos locais a serem utilizados para a aplicação dos exames.

HABILITAÇÃO: HOTELARIA

ELABORADOR : GUIDO DE ALMEIDA

PROVA DE PSICOLOGIA

1. Numere a segunda coluna de acordo com a primeira :

- 1. psicologia animal () estudos da puberdade
- 2. psicologia evolutiva () toxicomania
- 3. psicologia social () os brinquedos próprios do menino e da menina
- 4. psicologia diferencial () dinâmica de grupo
- 5. psicopatologia () experiência com a "Laika" no Sputnik
() prontidão para leitura
() reflexos condicionados

Assinale com um X a resposta certa, nas questões de n.ºs

2 a 6

2. A Psicologia estuda :

- a) a alma
- b) a mente

- | | |
|---------------|------------------|
| () sexo | () realização |
| () afeição | () afiliação |
| () segurança | () criatividade |

9. Assinale com um X, as proposições que refletem mecanismo de defesa :

- a) o marido leva flores para a esposa depois de tê-la traído
- b) assinar o ponto à saída do serviço
- c) o aluno imita irreverentemente o professor
- d) o aluno dirige-se ao restaurante para almoçar
- e) comer doces o dia inteiro descontroladamente.

10. Podemos afirmar que, dentre os itens abaixo, o que melhor representa uma atitude social, é :

- a) comprar produtos anunciados pela televisão
- b) torcer para um time de futebol
- c) ter preconceito racial
- d) jogar na loteria esportiva

11. Assinale com X, as opções que representam fatores de formação de atitudes :

- a) determinantes culturais
- b) exercícios constantes
- c) influência dos pais
- d) memorização
- e) estrutura da personalidade

12. Assinale com um X a opção que melhor caracterize o líder:

- a) João era o funcionário mais querido de uma seção de vendas.

Quando o seu chefe saiu para ocupar um outro cargo de direção, seus colegas de trabalho reuniram-se, e, incorporados, foram ao Diretor do Departamento indicando João para seu novo chefe. Apesar de surpreso, o Diretor acatou a opinião dos funcionários.

- b) Alfredo era jogador de futebol até o dia em que, tendo sido despedido o técnico do seu time, a direção do clube chamou seus colegas de equipe dizendo-lhes : "Apresento-lhes o novo técnico, Alfredo, que tantas qualidades vem demonstrando".

13. Numere a segunda coluna de acordo com a primeira :

1. direção autoritária () o maître de um restaurante decidiu que as gorjetas dos garçons

seriam recolhidas a uma "caixinha" e distribuídas equitativamente no fim do dia.

2. direção democrática () um gerente, sempre que ocorre um problema mais importante de mau atendimento no Hotel que dirige, reúne-se com seus funcionários e procura saber a quem cabe a responsabilidade do fato e quais as medidas a serem adotadas, solicitando as soluções de equipe de trabalho.

 - () um chefe de cozinha, toda vez que um funcionário falha em suas obrigações, afasta-o sumariamente do serviço, colocando-o à disposição da Gerência do Hotel.
14. Assinale com um X, os fatores que interferem essencialmente na comunicação :
 - a) a língua que se fala
 - b) idéias preconcebidas a respeito do assunto
 - c) condições atmosféricas
 - d) a cor dos olhos do interlocutor
 - e) a cor do interlocutor, nos Estados Unidos
 15. Escreva sobre o seguinte tema: "RELAÇÕES HUMANAS NA HOTELARIA"

ENGLISH TEST

Answer the questions :

1. Are you Mr. Sullivan ?
2. Is Paul a boy or a girl ?
3. Do you want some coffee ?
4. Is it raining ?
5. What are the seasons of the year ?

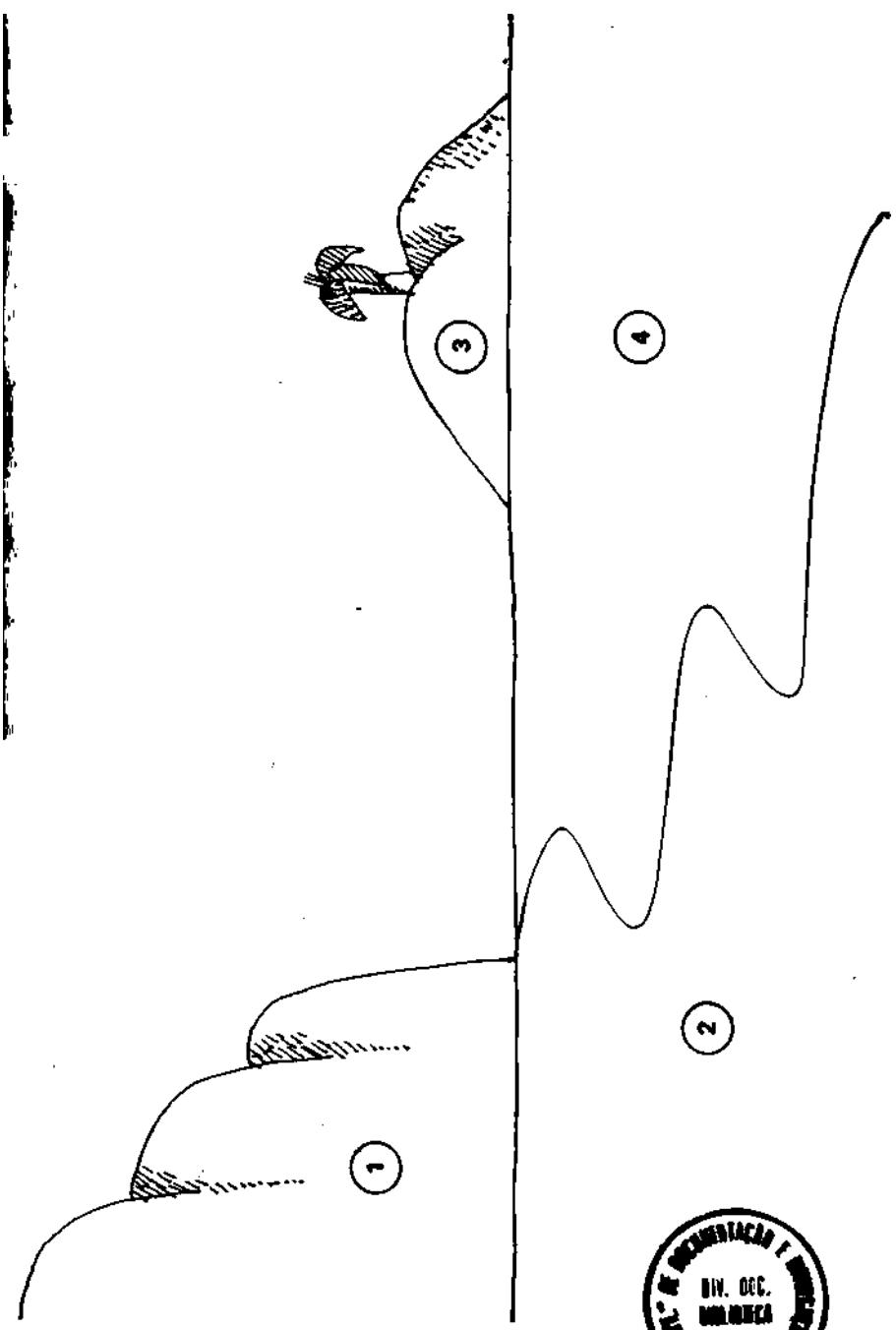
6. What month is this ?
7. What day is today ?
8. What time is it now ?
9. Count from 1 to 12
10. What is your first name ?
11. Where are you from ?
12. How much does an apple cost ?
13. Do you sleep in the afternoon or at night ?
14. Do you like cinema ?
15. Is "dollar" a coin from England or from the United States ?

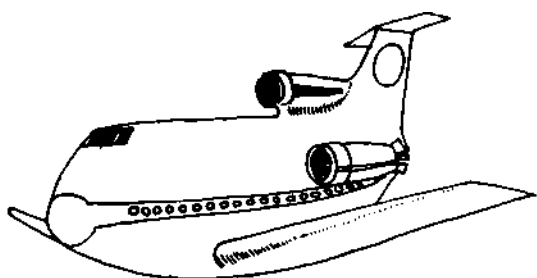
Observe os desenhos das páginas seguintes e nomeie o que eles representam, escrevendo em Inglês :

- | | |
|----------|----------|
| 1 _____ | 34 _____ |
| 2 _____ | 35 _____ |
| 3 _____ | 36 _____ |
| 4 _____ | 37 _____ |
| 5 _____ | 38 _____ |
| 6 _____ | 39 _____ |
| 7 _____ | 40 _____ |
| 8 _____ | 41 _____ |
| 9 _____ | 42 _____ |
| 10 _____ | 43 _____ |
| 11 _____ | 44 _____ |
| 12 _____ | 45 _____ |
| 13 _____ | 46 _____ |
| 14 _____ | 47 _____ |
| 15 _____ | 48 _____ |
| 16 _____ | 49 _____ |
| 17 _____ | 50 _____ |
| 18 _____ | 51 _____ |
| 19 _____ | 52 _____ |
| 20 _____ | 53 _____ |
| 21 _____ | 54 _____ |
| 22 _____ | 55 _____ |
| 23 _____ | 56 _____ |
| 24 _____ | 57 _____ |

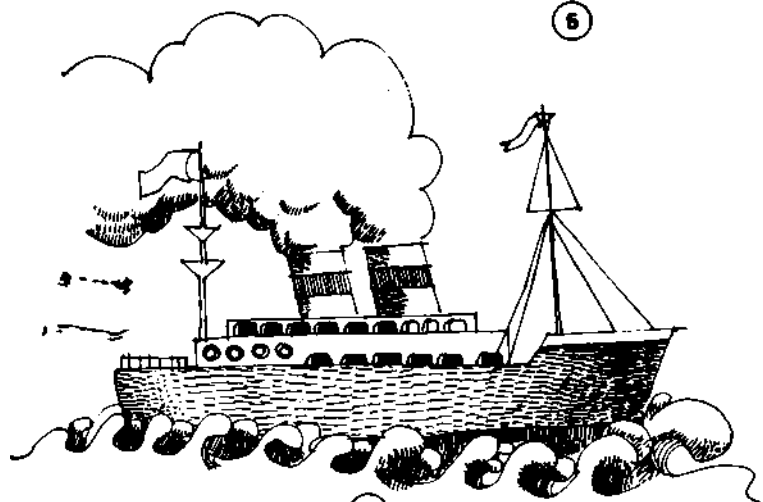
25 _____
26 _____
27 _____
28 _____
29 _____
30 _____
31 _____
32 _____
33 _____

58 _____
59 _____
60 _____
61 _____
62 _____
63 _____
64 _____
65 _____

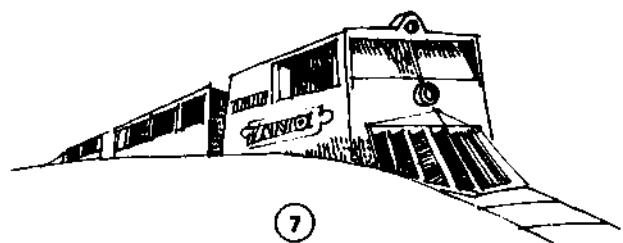




5



6



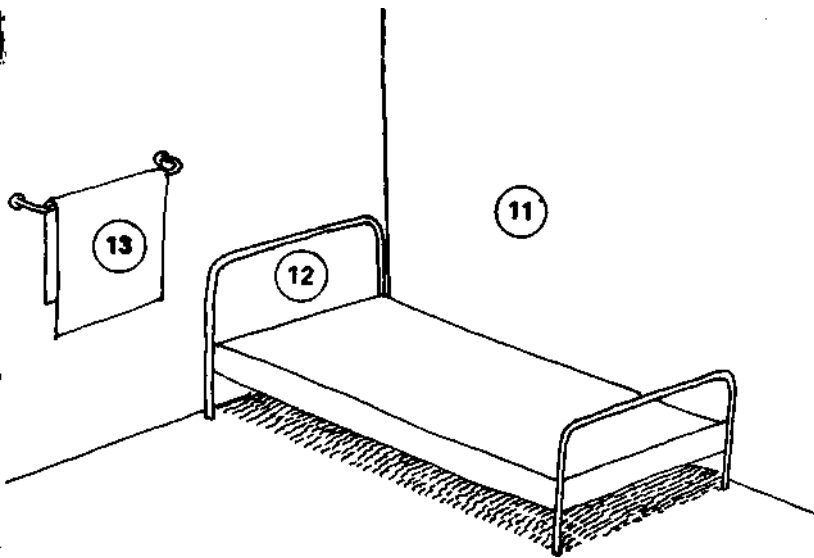
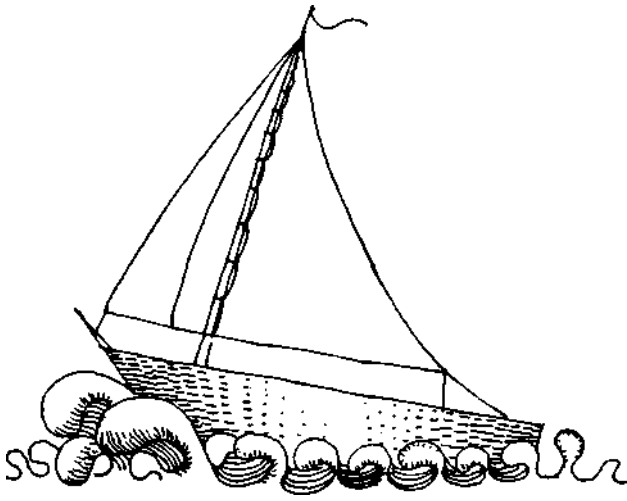
7

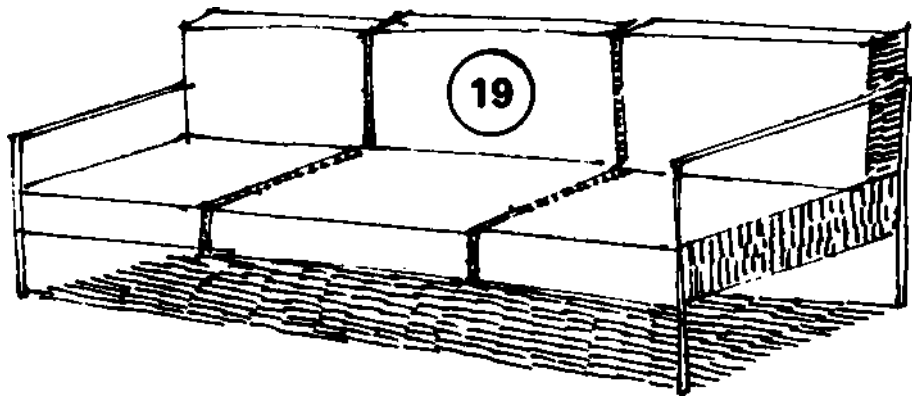
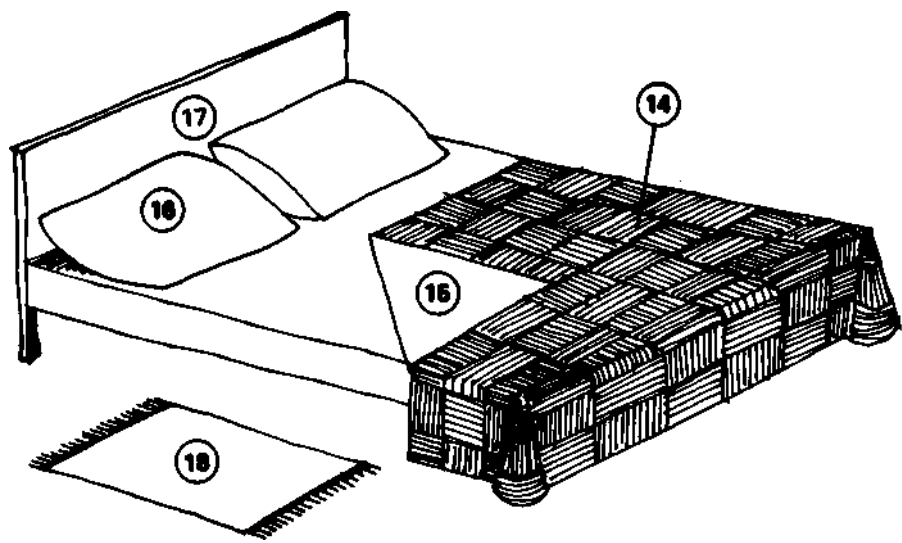


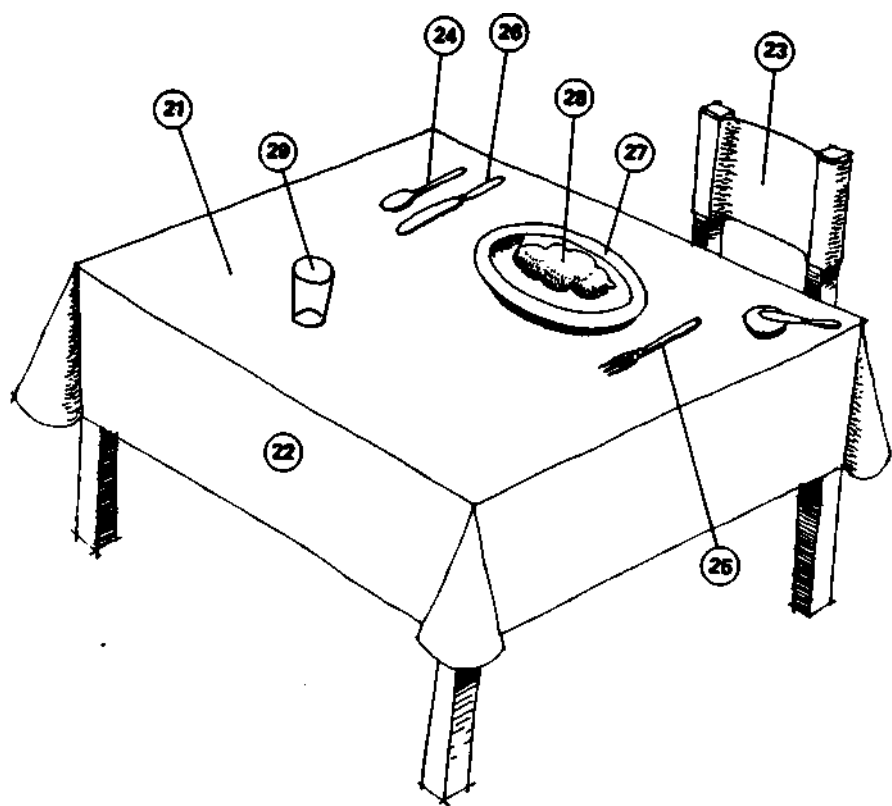
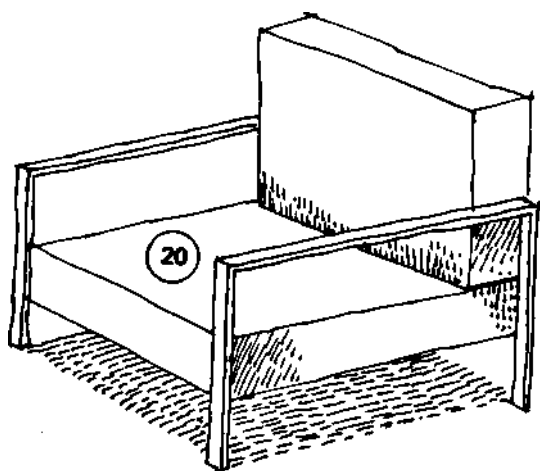
8

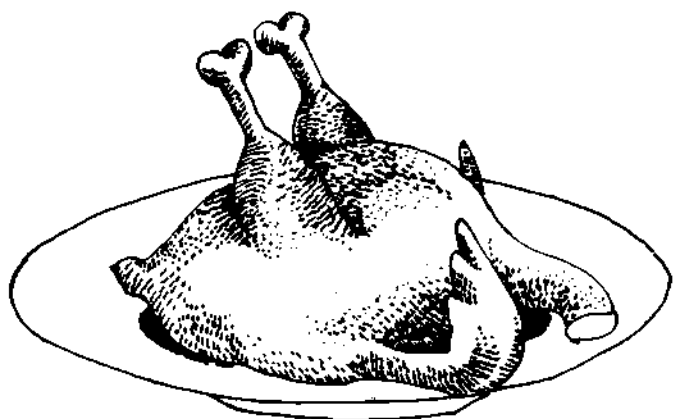


9

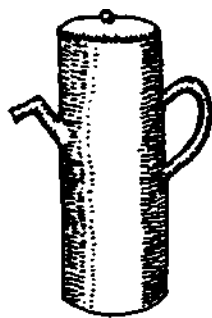








30



32



31



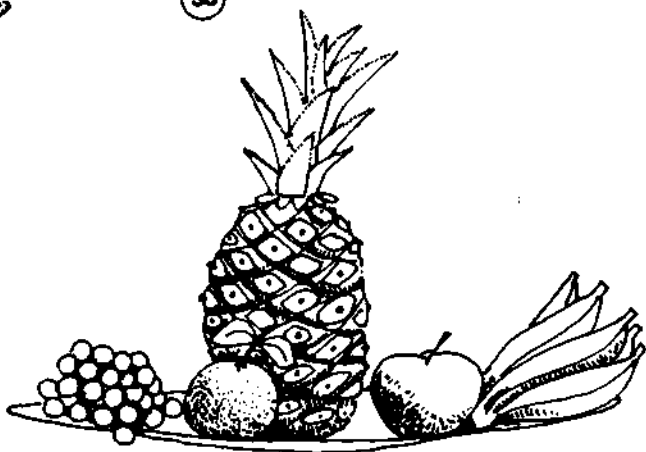
33



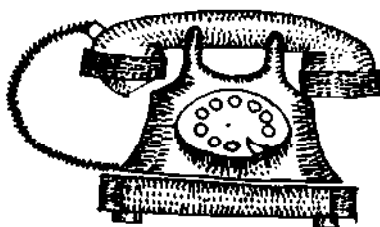
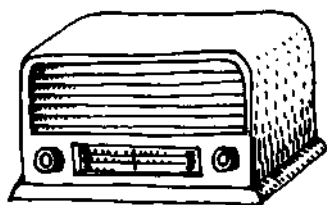
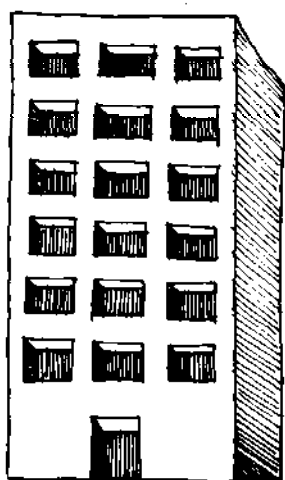
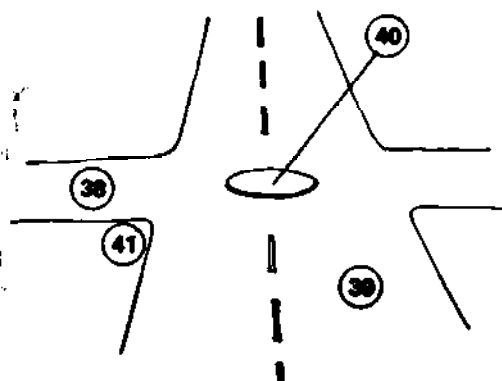
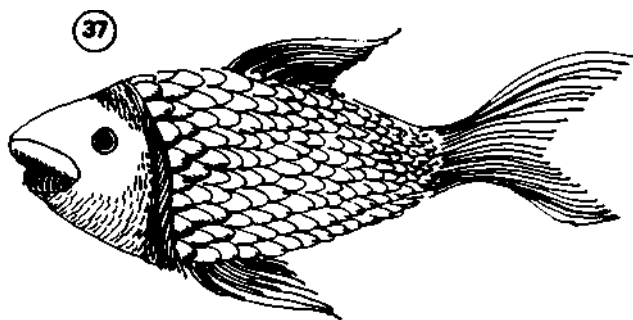
34



35



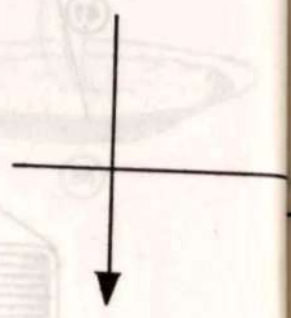
36



46



51



50



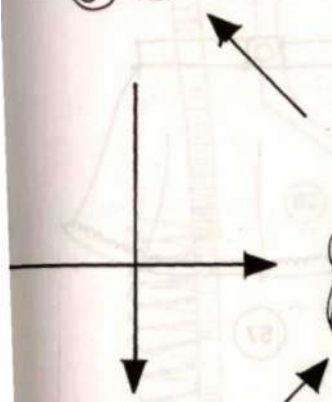
47

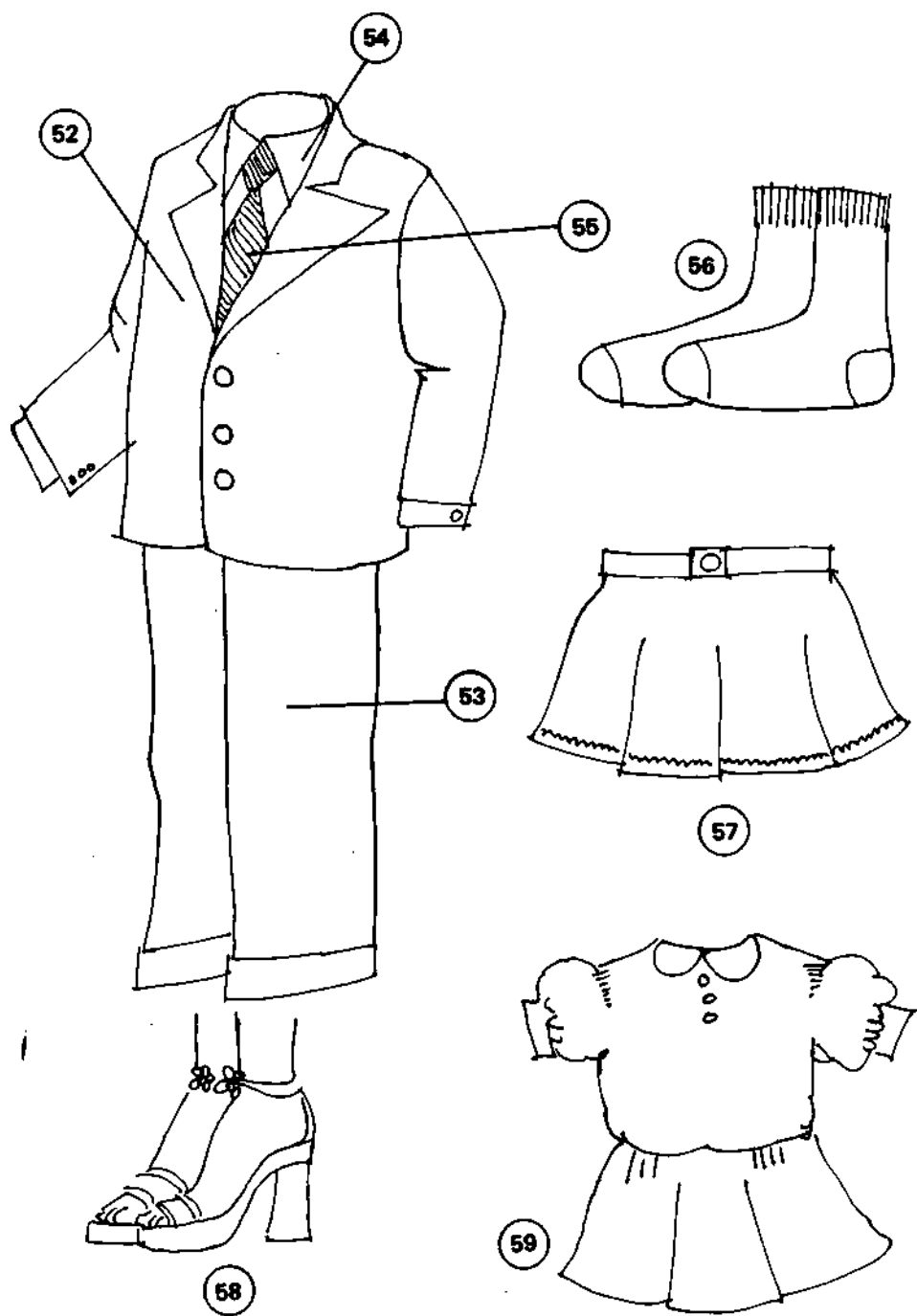


48



49



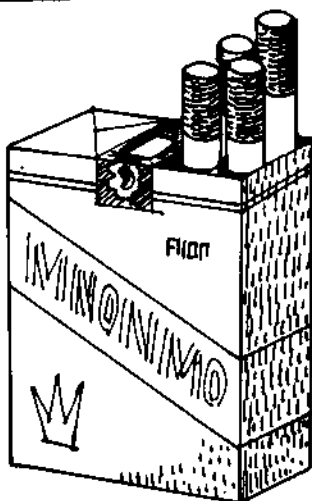
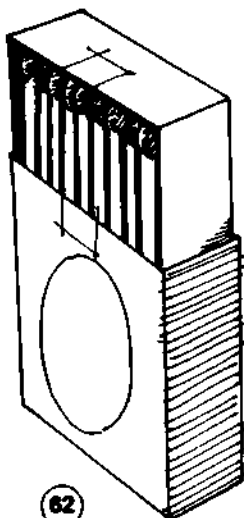




60



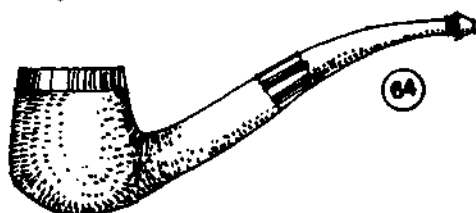
62



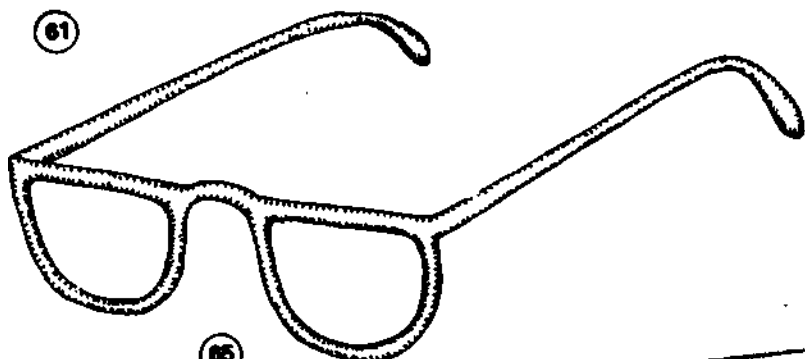
63



61



64



65

DEPOSITARIA
MEC 11 77
SIBE - CIBEC

PROVA DE TÉCNICA DE HOTELARIA

1. Nas questões 1 a 9, enumere os vários setores de um Hotel, indicando a função de cada um deles.
2. As funções (ou praças) de uma cozinha completa, indicando as atribuições de cada uma.
3. Os profissionais da sala do restaurante, indicando a função de cada um.
4. As principais peças do mobiliário de um hotel.
5. O equipamento da cozinha.
6. O material de consumo da cozinha.
7. O equipamento do restaurante.
8. As peças de roupa de cama e mesa de um hotel.
9. Os livros de Registro e Contabilidade usados em um hotel.
10. Faça um modelo de ficha de registro de hóspete
11. Faça um modelo de "comanda" para o restaurante, indicando em quantas vias ela deverá ser tirada e qual a destinação de cada uma destas vias.
12. Elabore um cardápio de almoço com uma "entrada", um "prato principal" e uma "sobremesa".
13. Elabore um cardápio de jantar com uma "entrada", um "primeiro prato", um "segundo prato", uma "sobremesa" e um "digestivo".
14. Numere a segunda coluna de acordo com a primeira :

1. vinho rosé	()	peixe grelhado
2. vinho branco	()	filé chateaubriand
3. champagne	()	maionese de frango
4. vinho tinto	()	coquetel de camarão
5. vinho do porto	()	torta de frutas
15. Cite, em ordem decrescente de complexidade, os quatro tipos de serviço de refeições mais usados :
 - 1.
 - 2.
 - 3.
 - 4.

16. Descreva o "Serviço à Francesa";
17. Descreva o "Serviço à Inglesa Indireto" :
18. Dê o significado dos seguintes termos ingleses comumente empregados na Hotelaria :
 1. Single room
 2. Doubla room
 3. Breakfast
 4. Do not disturb
 5. Central heating
 6. Lunch
 7. Dinner
 8. Vacance
 9. Scotch
 10. Air Mail
19. Dê o significado dos seguintes termos franceses comumente empregados em Hotelaria :
 1. Hors d'oeuvre
 2. Chauffage
 3. Chambre
 4. Boite
 5. Frigidaire
 6. Mise-en-place
 7. Dessert
 8. Sauce
 9. Paté-de-foie-gras
 10. Service D'Etages
20. Desenhe uma "mise-en-place" para uma pessoa, sabendo que a refeição será constituída de : peixe, carne e sorvete. As bebidas serão vinho rosé e água. Numere os utensílios e faça uma legenda para ficar mais claro.

PROVA DE ADMINISTRAÇÃO E ORGANIZAÇÃO

Marque com um X a afirmativa mais adequada

1. Todas as alternativas abaixo indicam nomes de estudiosos em Administração, EXCETO :
 - a) Max Weber
 - b) Fayol
 - c) Taylor
 - d) Lavoisier

2. Planejamento, organização, comando, coordenação e controle são "elementos de direção" ou "componentes do processo administrativo", enumerados por:
 - a) Max Weber
 - b) Gregg
 - c) Fayol
 - d) Gulick

3. Em administração a sigla "DO" significa :
 - a) demonstração de objetivos
 - b) desenvolvimento organizacional
 - c) descrição de objetivos
 - d) determinação de operações

4. A sigla "POSDCORB" indica como um trabalho deve administrativamente ser organizado e foi sugerida por :
 - a) Gregg
 - b) Taylor
 - c) Drucker
 - d) Gulick

5. A romântica expressão "não se pode despetalar uma rosa sem perturbar uma estrela" nos oferece uma perfeita dimensão da teoria administrativa baseada na :
 - a) orientação "Pert"
 - b) orientação sistêmica
 - c) orientação por objetivos
 - d) orientação de Parkinson

6. As linhas gerais do método de Peter Drucker são :
 - a) tomar decisões, programar, estimular, coordenar e informar
 - b) quantificar objetivos, metas e planos,, relevantes e compatíveis
 - c) entrada (insumos), processamento (controle e ação) e saída (exsumos)
 - d) planejar, orientar e controlar, dando relevância aos meios.

7. "O trabalho se expande por todo o tempo disponível". "Se há uma pessoa fazendo uma tarefa, há sempre uma tendência a solicitar outra pessoa para ajudá-la". Estas expressões caracterizam :
 - a) a lei de Parkinson
 - b) a teoria de Freud
 - c) a administração por objetivos
 - d) a administração de Taylor.

8. As expressões "diagrama", "atividades", "eventos" nos possibilitam identificar um método científico de planejamento denominado :
- a) administração por objetivos
 - b) sistema PERT
 - c) orçamento programa
 - d) administração **SISTÊMICA**
9. O método de administração por objetivos representa uma contribuição de :
- a) Fayol
 - b) Parkinson
 - c) Wolf
 - d) Drucker
10. O instrumento que nos permite visualizar a estrutura formal de uma organização denomina-se :
- a) fluxograma
 - b) diagrama
 - c) organograma
 - d) visiograma
11. Todos os termos abaixo figuram em uma administração contábil, EXCETO:
- a) plano de contas
 - b) partidas dobradas
 - c) estorno
 - d) retratação
12. Ao elaborar o orçamento financeiro contábil inicial de uma empresa, a primeira medida a se tomar, entre as opções abaixo, é:
- a) elaborar o plano de contas
 - b) levantar o ativo e o passivo
 - c) fazer uma análise do balanço
 - d) verificar o plano de compras
13. O ramo hoteleiro conta com inúmeros incentivos financeiros, sobretudo os provenientes :
- a) da EMATUR
 - b) da EMBRATEL
 - c) da EMBRATUR
 - d) do SENAC

14. Uma administração poderá tornar-se mais eficiente quando os seus recursos humanos são analisados cientificamente, à luz das informações oferecidas por um programa sistemático de :
- exame de currículos
 - avaliação de desempenho
 - estimativa operacional
 - validação de méritos
15. Um contrato de trabalho, firmado com base no FGTS, concede ao empregado, quando dispensado sem justa causa, os direitos abaixo, EXCETO :
- pagamento do FGTS
 - aviso prévio
 - 13.º salário
 - indenização
16. Um administrador de pessoal deve preocupar-se com os seguintes assuntos típicos de sua área, EXCETO :
- classificação de cargos
 - avaliação de mérito
 - orçamento programa
 - recrutamento
17. A "atividade desenvolvida pelo órgão de pessoa, nas áreas próprias, visando a atrair os elementos mais qualificados para concorrer ao processo de seleção, tornando-os habilitados para o provimento dos cargos vagos", é uma definição típica de:
- seleção
 - avaliação de desempenho
 - recrutamento
 - chamamento às rotinas
18. Todos os termos abaixo se referem a movimento de pessoa, EXCETO :
- reversão
 - readaptação
 - remoção
 - avaliação
19. São tipos de liderança, EXCETO :
- democrática
 - autocrática
 - "laissez-faire"
 - avaliativa

20. As Relações Humanas no Trabalho preocupam-se com os seguintes aspectos, EXCETO :
- a) adaptação do homem ao homem
 - b) adaptação do trabalho ao homem
 - c) adaptação do grupo ao homem
 - d) adaptação do homem à produção
21. Todas as opções abaixo são tarefas de um setor de desenvolvimento de pessoa, EXCETO:
- a) recrutamento
 - b) demissão
 - c) treinamento
 - d) seleção
22. As relações empregatícias são disciplinadas pela CLT que, por extenso, significa :
- a) consolidação legal do trabalho
 - b) consolidação legal dos trabalhadores
 - c) consolidação das leis do trabalho
 - d) consolidação das leis trabalhistas
23. "Ajustamento do empregado" não se confunde com "adaptação do empregado" porque ajustamento tem por objetivo resolver:
- a) os desequilíbrios internos e externos do empregado
 - b) os problemas de desequilíbrio externo do empregado
 - c) os problemas de adequação do trabalho externo do homem
 - d) os desequilíbrios gerados por fatores culturais do homem.
24. São vantagens da delegação de autoridade, EXCETO :
- a) resolver as questões próximas às ocorrências
 - b) dinamizar a administração
 - c) valorizar os vários níveis de chefia
 - d) caracterizar o altruísmo do dirigente da empresa.
25. Na formação do capital de uma empresa são elementos constituintes, 7 EXCETO :
- a) integralização do capital
 - b) subscrição de capital
 - c) retratação do capital
 - d) constituição de fundos e reservas.

HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE

ELABORADORES : DÉCIO DE OLIVEIRA FALCI
ARTHUR VIANNA NETO

PROVA DE MECANOGRRAFIA E PROCESSAMENTO DE DADOS

Leia as questões de n.º 1 a 8 e marque com um X a alternativa adequada.

1. O processo de transformação de determinada massa de dados brutos ou experimentais em sua forma útil, denomina-se :
 - a) silogismo
 - d) dado digital
 - c) redução de dados
 - d) incógnita
 - e) dado experimental

2. Uma série de operações lógicas e matemáticas efetuadas sobre um conjunto de dados, chama-se :
 - a) teorema
 - b) raciocínio
 - c) equação experimental
 - d) pesquisa redutiva
 - e) processamento de dados

3. Os computadores digitais operam :
 - a) trabalhando diretamente com letras, símbolos especiais e números
 - b) fazendo analogias quantitativas
 - c) medindo quantidades análogas da realidade a ser computada
 - d) perfazendo operações aritméticas de natureza analógica
 - e) acionados permanentemente com dados totalmente conhecidos

4. Um dos veículos de entrada e saída dos computadores é :
- a) memória
 - b) linguote de grafite
 - c) disco de acetato
 - d) fita magnética
 - a) bobina de carvão
5. O circuito de um computador da terceira geração é constituído de:
- a) válvulas eletrônicas
 - b) circuitos integrados
 - c) relés automáticos
 - d) circuitos transistorizados
 - e) circuitos impressos
6. A arte de empregar máquinas para auxiliar a escrita ou o cálculo chama-se :
- a) mecânica cinemática
 - b) mecânica estática
 - c) mecanografia
 - d) cibernética
 - e) mecânica quântica
7. A função do cartão perfurado é :
- a) captar conclusões finais de pesquisa
 - b) transcrever para o veículo os dados do documento original
 - c) exercer o controle das funções de entrada e saída
 - d) armazenar e fornecer dados
 - e) memorizar as informações
8. A primeira operação a ser realizada para que se possa executar o processamento de dados é :
- a) identificar claramente as informações a serem processadas
 - b) organizar as informações junto com outra previamente processada
 - c) registrar as informações em um veículo qualquer de informação, que transmite de volta ao processador
 - d) receber e ordenar o conjunto de informações
 - e) executar os cálculos desejados sobre as informações fornecidos.
9. Instruções : Responda
- A – se apenas os itens 1 e 3 são certos
 - B – se apenas os itens 1, 3 e 5 são certos
 - C – se apenas os itens 1, 3 e 4 são certos

D — se apenas os itens 1, 2, 4 e 5 são certos

E — se nenhuma das possibilidades acima apontadas corresponde ao que você verificou.

Cartão Perfurador

1. o registro de um número consiste em realizar, coluna por coluna, uma perfuração no lugar dos algarismos correspondentes, sobre o cartão
 2. o registro de uma letra efetua-se mediante uma combinação de duas perfurações na mesma coluna
 3. cartão perfurado não pode ser usado para operações de contabilidade, de estatística ou de cálculo científico
 4. cartão perfurado é um retângulo de cartão fino no qual os dados numéricos ou alfabéticos são registrados sob forma de perfuração
 5. o cartão perfurado pode ser usado indefinidamente, desde que bem arquivado.
10. Os cartões perfurados têm duas zonas de perfurações em sua parte superior e o número fixo de colunas de algarismos, com a seguinte escala :
- a) 0 a 8
 - b) 0 a 10
 - c) 9 a 0
 - d) 1 a 10
 - e) nenhuma das respostas anteriores
11. A média de dados computáveis que afetam as variações acidentais, denomina-se :
- a) lance de dados
 - b) dado corrigido
 - c) dado relativo
 - d) dado variável
 - e) dado regularizado
12. Os "displays" permitem :
- a) imprimir caracteres ópticos
 - b) visualizar um grande conjunto de dados e de figuras
 - c) armazenar, na memória, milhões de informações
 - d) imprimir os caracteres ópticos no papel
 - e) determinar o fluxo de informações que entram e saem da unidade aritmética

PROVA DE ESTATÍSTICA

Leia as questões de n.ºs 1 a 7 e marque com um X a alternativa adequada.

1. O resultado de observações ou de experiências feitas propositalmente e submetidas a métodos científicos, denomina-se :
 - a) coleta
 - b) conceito
 - c) dado
 - d) evento
 - e) pesquisa
2. O número de acontecimentos verificados nos subintervalos do intervalo que se observa na tabela de freqüência denomina-se :
 - a) freqüência acumulada
 - b) freqüência intercalada
 - c) freqüência dinâmica
 - d) freqüência relativa
 - e) freqüência absoluta
3. A representação gráfica de uma série de dados grupados por meio de retângulos justapostos, cujas áreas são proporcionais às freqüências absolutas, denomina-se :
 - a) polígono de freqüência
 - b) histograma
 - c) quartil
 - d) organograma
 - e) estereograma
4. O arredondamento correto para 13,74 é :
 - a) 14
 - b) 13,80
 - c) 13,75
 - d) 15
 - e) 13,70
5. O arredondamento correto para 1.904,25 é :
 - a) 1.904,30
 - b) 1.904,0
 - c) 1.904,5
 - d) 1.904,50
 - d) 1.904,3
6. O arredondamento correto para 79,6% é :
 - a) 79,5%
 - b) 79,65%

- c) 79%
- d) 80%
- e) 79,50%

7. O arredondamento correto para 22,3 é :
- a) 22,5
 - b) 22
 - c) 22,30
 - d) 23
 - e) 25

Nas questões de n.ºs 8, 9 e 10, numerar a segunda coluna de acordo com a primeira :

8. Conceituações:

Primeira Coluna	Segunda Coluna
1. Moda	— É medida separatriz
2. Mediana	— É representação gráfica de séries estatísticas por intermédio de linhas e superfícies.
3. Média aritmética	— É aplicada no cálculo de desvio padrão.
4. Média quadrática	— É representação gráfica de medida separatriz imperfeita
5. Diagrama	— É medida de posição
	— É denominada parâmetro de locação e caracteriza o centro da curva normal.

9. Símbolos-ações e significados

Primeira Coluna	Segunda Coluna
1. Ψ significa	— Escrever
2. \perp significa	— Ação em geral
3. \cap significa	— Conferir
4. U significa	— Corrigir rodapé
5. \circ significa	— Datilografar
	— Anular os dados da linha
	— Arquivar temporariamente

10. Intervalos parciais na distribuição de freqüências

Primeira Coluna	Segunda Coluna
1. Usa-se 0 - 110,	— Para significar que compreende os valores da variável

- a partir de zero (inclusive) e até dez (inclusive).
2. Usa-se $0 | - 10$. Para significar que compreende os valores da variável maiores do que zero (exclusive este) e até dez (exclusive este)
 3. Usa-se $0 | - 10$. Para significar que compreende os valores da variável a partir de zero, inclusive, e até dez, exclusive.
 4. Usa-se $0 - 10$. Para significar que compreende todos os valores da variável maiores do que dez (exclusive este) até quinhentos (inclusive este).
 5. Usa-se $(10;500)$. Para significar que compreende os valores da variável maiores do que zero (excluído este) e até dez, inclusive.

Nas questões 11 e 12 assinalar com um X a proposição errada :

11. As escriturações estão corretas, exceto :
 - a) 35,8 mm
 - b) 28,5 cm
 - c) 10h28m
 - d) 10 horas 28 minutos
 - e) 43 mm,8

12. As proposições estão corretas, exceto :
 - a) a parte da tabela composta de linhas e colunas denomina-se Casa ou Célula
 - b) a informação colocada no rodapé da tabela, referindo-se à entidade que organizou ou forneceu os dados expostos, chama-se Fonte
 - c) a coluna que contém as discriminações correspondentes aos valores distribuídos pelas colunas numéricas, denomina-se Coluna Indicadora
 - d) a parte da tabela que contém uma série vertical de informações, denomina-se Coluna
 - e) a parte superior da tabela, na qual se indicam a natureza do fato estudado, o local e a época em que foi observado, chama-se Título.

PROVA DE DESENHO

Leia as questões de n.ºs 1 a 14 e marque com um X a alternativa adequada.

1. Segundo os teóricos do desenho publicitário, a linha grossa de um desenho dá ao receptor a impressão de :
 - a) alegria
 - b) suavidade
 - c) vivacidade
 - d) energia
 - e) serenidade

2. O anúncio publicitário elaborado apenas com a utilização de recursos tipográficos, chama-se :
 - a) anúncio cooperativo
 - b) anúncio de composição
 - c) anúncio de desenho mudo
 - d) anúncio de jornal
 - e) anúncio impresso

3. O desenho técnico para a representação dos ornamentos ou dos objetos pertencentes à indústria, denomina-se desenho :
 - a) linear
 - b) gráfico
 - c) fotográfico
 - d) geométrico
 - e) ornamental

4. O bastonete, que serve para a obtenção de efeitos de luz e sombra nos esboços de desenho, denomina-se :
 - a) aquarela
 - b) aguada
 - c) pasta
 - d) grafite
 - e) bico de pena

5. O desenho característico de determinada instituição, marca comercial ou de um anunciante, usado para identificá-los em impressos e anúncios de propaganda, chama-se :
 - a) autógrafo
 - b) carimbo
 - c) chamada
 - d) esboço
 - e) logotipo

6. A representação dos corpos no espaço, conforme a posição que ocupam e o ângulo pelo qual são vistos, denomina-se :
- remotospectiva
 - angulação
 - perspectiva
 - visualização
 - enfeixamento
7. A medida tecnicamente ideal para se fazer a arte final de um "out-door" de 16 folhas para ser impresso em gigantografia, é :
- 32 cm x 48 cm
 - 15 cm x 30 cm
 - 10 cm x 28 cm
 - 30 cm x 52 cm
 - 18 cm x 38 cm
8. Um cartaz de 4,46 m de comprimento por 3,04 m de largura apresenta :
- 17 folhas
 - 20 folhas
 - 4 folhas
 - 16 folhas
 - 22 folhas
9. Pertence à classificação dos icônicos o logotipo da :
- Figura 1
 - Figura 2
 - Figura 3
 - Figura 4
 - Figura 5
10. A técnica utilizada na ilustração do "layout" da Figura 6 foi :
- carvão
 - aguada
 - grafite
 - pastel
 - bico de pena
11. A ilustração do anúncio da Figura 7 pertence à categoria :
- institucional
 - realista
 - artística
 - humor
 - estilizado

12. O título da Figura 8 foi montado com letras :
- a) compostas tipograficamente
 - b) feitas com normógrafo
 - c) feitas à mão livre
 - d) tiradas de letreset
 - e) feitas com fotoletras
13. O conjunto que aparece na Figura 9, denomina-se :
- a) arte final
 - b) "Layout"
 - c) "Past-up"
 - d) vinheta
 - e) "Rough"
14. A semi-reta que, tendo origem no vértice de um ângulo, o divide em dois ângulos iguais, chama-se :
- a) bissetor
 - b) bissetriz
 - c) hipotenusa
 - d) tangente
 - e) bitangente





**Descobrimos a melhor maneira de transportar
cargas pesadas.
De leve.**

ORIGEM: O BRASIL É UM PAÍS DE
CULTURA E DE INOVAÇÃO. É AQUI
QUE NASCEM AS IDEIAS QUE
MUDAM O MUNDO. É AQUI QUE
NÓS, DA VOLVO, ENCONTRAMOS
A MELHOR MANEIRA DE TRANSPORTAR
CARGAS PESADAS. DE LEVE.

Volvo

6



Um companheiro de verdade

BEMGE 

Banco do Estado de Minas Gerais S.A.

QUANTO CUSTA UM PRESENTE QUE NEM ONASSIS DEU A JACQUELINE?

UM MILHÃO DE DOLARES!

Ou apenas Cr\$ 450,00!

Hélio Caetano Drumond e Belcor receberam parte de seu crédito junto ao **MOTEL CLUBE DO BRASIL** em títulos quitados, para uso imediato e sem taxa de manutenção.

Por isso, dizem férias a vendedores, corretores e intermediários em geral, e oferecem a você diretamente, o que nem Onassis deu a Jacqueline.

O Motel Clube do Brasil por apenas Cr\$ 450,00 à vista!

Você paga de uma só vez e pode anular à mão e sair por aí.

Mais de 70 hotéis esperam por você.

Nem precisa dizer "não à inflação":
já está ela vai tirar férias agora.



Criança aplicada merece férias

Esta sim, é a rede do descanso, para você e sua família, para o **MOTEL CLUBE DO BRASIL** e a maior rede hoteleira da América Latina. Por apenas Cr\$ 450,00, à vista, sem taxa de manutenção e sem qualquer outra despesa.



Este mundo é seu.
Montevideo, Buenos Aires, Assunção.
E agora, em Roma o Hotel Gardina.

43%
de desconto à vista!

Você ganha Cr\$ 340,00 (mais de 40% de desconto) isto é o que você ganha comprando à vista seu título de ação do **MOTEL CLUBE DO BRASIL**, por apenas Cr\$ 450,00 (sem taxa e sem nenhum outro pagamento extra).

30%
de desconto à prazo!

Você ganha Cr\$ 240,00 de desconto (mais de 30%) comprando à prazo seu título do Motel Clube do Brasil. Preço apenas Cr\$ 550,00 facilitado (sem taxa e sem nenhum outro pagamento extra).

Hélio Caetano Drumond e Belcor oferecem este grande desconto porque operam diretamente com você e não admitem corretores, revendedores e outros intermediários de inflação.

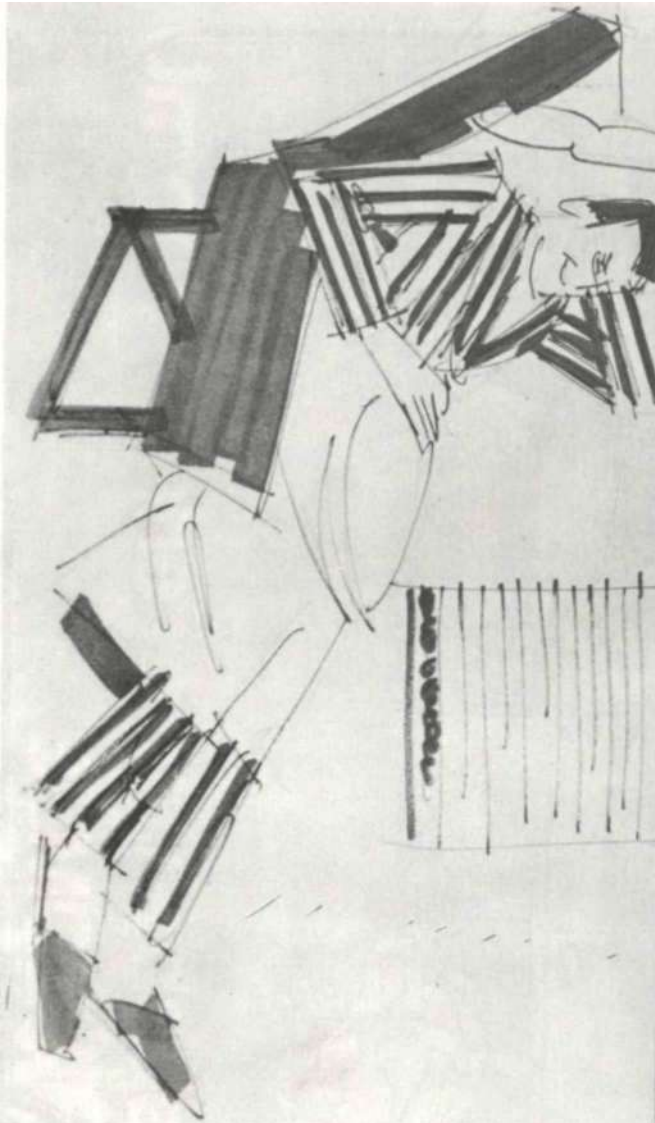
Plantão exclusivo de vendas:

Avenida Invernada nº 407, entre o Aeroporto de Congonhas e a Rua Dr. Jesuino Maciel
Fones: 61-6754 e 241-0713
De segunda a sexta-feira, de 10 da manhã às 22 horas
Sábados e domingos, de 10 da manhã às 18 horas
Ampla e fácil estacionamento.
Como já é próximo do aeroporto, leve a mala e se mande de uma vez.
E boas férias!

Hélio Caetano Drumond-Belcor Ltda.

Copacabana, Cabo Frio, Guarujá
Montevideo, Buenos Aires, Assunção.
E agora, em Roma o Hotel Gardina.

ERA UMA VEZ UM CIDADÃO
QUE NÃO
GOSTAVA DE VIAJAR



PROVA DE PUBLICIDADE

Leia as questões de n.ºs 1 a 21 e marque com um X a alternativa adequada.

1. A percentagem mínima cobrada pela Agência de Publicidade a seus clientes, sobre o custo real dos trabalhos autorizados, inclusive os de arte, que não lhe proporcionam comissões, deverá ser de :
 - a) 15%
 - b) 17,65%
 - c) **12%**
 - d) 20%
 - e) **21,16%**
2. Segundo a Lei n.º 4.680, denominam-se "Agenciadores de Propaganda "aqueles" que :
 - a) são vinculados a empresas públicas ou privadas nas quais têm a função de cuidar das peças publicitárias a serem divulgadas ou veiculadas
 - b) são vinculados a Agências de Publicidade e tem por função fazer o relacionamento Cliente-Agência
 - c) são vinculados aos veículos de divulgação e a eles encaminham propaganda por conta de terceiros
 - d) são vinculados a empresas gráficas e cuidam da produção de peças publicitárias criadas pelas Agências.
 - e) são vinculados às empresas especializadas, onde exercem funções técnicas em caráter regular e permanente.
3. O responsável pelo relacionamento da Agência de Publicidade com os fornecedores de artes gráficas, clichérias e empresas especializadas em fotolitos, chama-se :
 - a) diagramador
 - b) montador
 - c) laboratorista
 - d) produtor
 - e) contato
4. Chama-se institucional a campanha publicitária que:
 - a) tem por objetivo incrementar a venda de um ou mais produtos
 - b) procura criar uma imagem positiva da empresa
 - c) ensina como operar ou utilizar o produto
 - d) visa a um aumento gradativo de conquista de novos mercados
 - e) é encomendada por instituição ou organismo público.

5. Denomina-se "story board" a peça apresentada ao cliente:
- a) como roteiro visual de um filme
 - b) quando da prestação de contas ao final da campanha
 - c) como antevisão de um anúncio a ser finalizado
 - d) quando da apresentação gráfica de um "slogan"
 - e) como "layout" de um folheto ilustrado
6. Denomina-se "silk-screen" :
- a) o texto de um programa de rádio, de televisão ou de um argumento cinematográfico
 - b) o anúncio de televisão sem movimento, feito através de chapa transparente
 - c) o luminoso utilizado nas fachadas ou nos telhados de empresas, apresentando mensagens de venda
 - d) o conjunto de recursos sonoros utilizados para criar atmosfera nos programas audiovisuais
 - e) o processo de impressão, cuja tinta é lançada através de uma tela de "nylon".
7. O anúncio utilizado antes do lançamento de um produto ou de uma inovação num produto, sem trazer o nome do produto ou do anunciante com a finalidade de despertar curiosidade para os anúncios que serão veiculados logo após, chama-se :
- a) "Split run"
 - b) "Release"
 - c) "Teaser"
 - d) "Reprint"
 - e) "Mobile"
8. Mixagem é a denominação da técnica utilizada pelo Departamento de Rádio, Televisão e Cinema para :
- a) efetuar a equalização da fita magnética com a transcrição óptica
 - b) fazer a união dos efeitos de sonoplastia com a gravação do locutor
 - c) sincronizar a imagem de dois ou mais projetores numa única tela
 - d) fazer a união de filmes ao vivo com "table tops"
 - e) efetuar a transcrição de impulsos magnéticos na fita do áudio.
9. Um cartaz de uma folha tem a dimensão de :
- a) 0,98 m por 0,67 m
 - b) 1,02 m por 0,76 m

- c) 1,06 m por 0,74 m
- d) 1,12 m por 0,76 m
- e) 1,20 m por 0,83 m

10. Um cartaz de quatro folhas tem a dimensão de :
- a) 2,24 m por 1,52 m
 - b) 2,87 m por 1,57 m
 - c) 2,38 m por 1,45 m
 - d) 2,10 m por 1,80 m
 - e) 2,28 m por 1,14 m
11. Um cartaz de 6 m de comprimento por 2,65 m de largura é de :
- a) 28 folhas
 - b) 16 folhas
 - c) 19 folhas
 - d) 26 folhas
 - e) 24 folhas
12. Para efeito de autorização de média, a área de um anúncio de jornal, com 4 colunas de 3,5 cm de largura cada, por 18 cm. de altura é de :
- a) 252 cm/col.
 - b) 72 cm/col.
 - c) 134 cm/col.
 - d) 72 cm²
 - e) 134 cm²
13. A coleta, sistematização, análise e interpretação de uma série de informações sobre o produto ou serviço, seu mercado e seu consumidor, pertence ao setor de :
- a) operações
 - b) criação
 - c) planejamento
 - d) média
 - e) tráfego
14. Compete à média verificar todos os itens abaixo,EXCETO :
- a) frequência
 - b) qualidade do produto
 - c) audiência
 - d) duração
 - e) tipo do veículo
15. "Out-door" é o nome genérico de toda propaganda feita ao ar livre, EXCETO :
- a) painel
 - b) placa

- c) mural
 - d) mala direta
 - e) cartaz
16. Nos veículos impressos a média deve observar todos os itens abaixo, EXCETO :
- a) tiragem
 - b) circulação
 - c) encalhe
 - d) periodicidade
 - e) erros de tipografia.
17. A folha de papel, impressa nos dois lados e dobrada, geralmente em sanfona, contendo mensagens comerciais, horários, mapas ou quaisquer outras informações, chama-se :
- a) folhetim
 - b) opúsculo
 - c) volante
 - d) folder
 - e) pasquim
18. O nome usual dos discos de alumínio, recobertos de matéria mole especial, para gravações sonoras experimentais ou provisórias, chama-se:
- a) placa
 - b) base sonora
 - c) acetato
 - d) sonoplastia
 - e) prato
19. O setor da Agência de Publicidade encarregado de acompanhar a marcha de um anúncio, de uma campanha da propaganda ou de qualquer serviço executado pela agência, chama-se :
- a) artístico
 - b) contato
 - c) criação
 - d) tráfego
20. O anúncio luminoso de grandes dimensões, iluminado, denomina-se :
- a) painel
 - b) espetacular
 - c) cartaz refletor
 - d) reclame branco
 - e) placar de luz

21. Nas Artes Gráficas, o projeto de trabalho a ser impresso, citando medidas, disposição e demais detalhes técnicos para orientação do tipógrafo, denomina-se :

- a) espelho
- b) rascunho
- c) boneco
- d) sinopse
- e) quadrilha

22. Numere a segunda coluna de acordo com a primeira :

Primeira Coluna

Segunda Coluna

- | | |
|---------------------|---|
| 1. Policromia | () é a denominação genérica dos vários processos de gravura calcográfica a cores. |
| 2. Monocromia | () é o processo de impressão em que se utiliza mais de três cores. |
| 3. Tricromia | () é o último estágio de um trabalho gráfico destinado a ser reproduzido e distribuído. |
| 4. Cromocalcografia | () é o processo de impressão a cores em que a reprodução cromática do original é feita com a utilização combinada das três cores fundamentais, em três impressões sucessivas |
| 5. Arte final | () é a técnica de pintura em que se utilizam tons diferentes de uma mesma cor. |

Leia as questões de n.ºs 23 a 25 e marque com um X a alternativa adequada

23. São cores primárias de radiação :

- a) violeta — branco — azul
- b) azul — vermelho — magenta
- c) vermelho — verde — violeta
- d) azul — verde — amarelo
- e) violeta — amarelo — azul

24. No processo de reprodução em cores, usando-se um filtro azul-violeta no filme do amarelo, o filtro deixa passar as seguintes cores :
- a) branco — ciano — verde
 - b) magenta — amarelo azul
 - c) ciano — azul — branco
 - d) vermelho branco — verde
 - e) ciano — magenta — branco
25. As letras seriam ilegíveis na seguinte combinação :
- a) preto sobre fundo amarelo
 - b) amarelo sobre fundo laranja
 - c) verde sobre fundo branco
 - d) vermelho sobre fundo branco
 - e) azul sobre fundo branco.

PROVA DE ECONOMIA E MERCADOS

Questões : 1 a 6

Instruções : Responda

- A — se for falsa apenas a proposição 1
- B — se for falsa apenas a proposição 2
- C — se for falsa apenas a proposição 4
- D — se for falsa apenas a proposição 5
- E — se nenhuma das possibilidades acima apontadas corresponder ao que você verificou.

1. LUCRO

- 1. lucro bruto é a diferença entre o preço de venda e o preço de compra, sem levar em conta as despesas ocorridas entre a compra e a venda.
- 2. o lucro bruto é calculado antes de deduzir o montante do imposto de renda devido pela empresa
- 3. lucro líquido é a diferença entre o preço de venda e o total das quantias gastas na realização da operação e na produção da mercadoria
- 4. a empresa de publicidade também trabalha empenhada em alcançar o maior lucro possível para si mesma
- 5. o comércio atacadista, por sua natureza, não tende a alcançar nenhum lucro.

2. CAPITAL

1. Capital Social é o montante dos recursos e bens que constituem o patrimônio de uma sociedade
2. Capital Nacional é a designação dada ao conjunto de investimentos que constituem o instrumental produtivo de uma nação.
3. Capital Nacional é o mesmo que Riqueza Nacional, pois inclui o Capital Físico acumulado pelo esforço humano e os recursos naturais.
4. O Capital Social não pode ser retirado pelos sócios ou acionistas de uma sociedade
5. Capital fixo é o que é empregado em bens imobiliários ou em máquinas e implementos agrícolas

3. MERCADO

1. os bancos e as bolsas que se dedicam à aplicação de capitais alheios, realizam operações chamadas de Operações de Mercado paralelo
2. Mercado Financeiro ou Mercado de Capitais é o conjunto de pessoas ou empresas que procuram capitais de terceiros para financiar seus negócios ou que buscam aplicações para os recursos de que dispõem em negócios alheios.
3. a análise das possibilidades de venda de determinado produto, feita com base em levantamentos estatísticos, denomina-se Estudo de Mercado.
4. a capacidade de compra de uma comunidade ou dos compradores de determinada mercadoria denomina-se Mercado.
5. Mercado Oficial é termo designativo de local ou condições em que mercadorias, moedas e títulos são negociados conforme os regulamentos estabelecidos e dentro dos limites dos tabelamentos ou cotações impostas.

4. AÇÃO

1. a Ação é um título de propriedade.
2. a Ação é um título emitido somente por sociedades de crédito imobiliário.
3. a Ação é um título que tem uma renda variável
4. a Ação é um título que pode ser transferido a terceiros.
5. a Ação é um título que rende dividendos e bonificações.

5. PUBLICIDADE

1. O exame das condições e sistema de distribuição e venda de um produto é um dos serviços básicos que a Agência de Propaganda presta ao cliente anunciante.
2. Comissão é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação, do trabalho profissional do agenciador de propaganda, sendo vedada sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante.
3. Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como estímulo à Agência de Propaganda, que dele não poderá utilizar-se para rebaixa dos preços de tabela.
4. Qualquer empresa de Propaganda e Publicidade que produza menos que sua capacidade, precisa aumentar seu investimento, pois dispõe de capacidade ociosa.
5. Segundo o Decreto n.º 57.690, que regulamenta a execução da Lei n.º 4.680, o faturamento da divulgação deve ser feito em nome do anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda.

6. DISTRIBUIÇÃO

1. A principal função dos atacadistas é fragmentar as vendas para assegurar, por intermédio da estocagem dos produtos, a regularidade do abastecimento do mercado, tendo em vista a produção e o consumo sazonais.
2. O aumento do Custo da distribuição de produtos não aumenta o preço de venda do produto ao consumidor final.
3. O preço de atacado e o preço de varejo de um produto nunca são os mesmos.
4. O custo da distribuição onera o preço de venda do produto ao consumidor final.
5. para medir a incidência do custo de distribuição, deve-se levar em conta a estrutura do processo de produção e de distribuição.

Questões: 7 a 10

Instruções : Responda

A — se apenas os itens 1 e 3 são certos

B — se apenas os itens 1, 3 e 5 são certos

C — se apenas os itens 1, 3 e 4 são certos

D — se apenas os itens 1, 2, 4 e 5 são certos

E — se nenhuma das possibilidades acima apontadas corresponder ao que você verificou.

7. BENS E PRODUTOS

1. Bens de capital são produtos utilizados para a produção de outros artigos.
2. Segundo os economistas, via de regra a concentração de mão-de-obra no setor terciário é o sinal mais evidente de subdesenvolvimento econômico de um país.
3. O produto final de uma empresa pode ser produto intermediário a ser usado posteriormente por outra empresa.
4. Quanto maior a produção de capital, menor se tornam as possibilidades de produção futura.
5. O setor secundário, que é o setor da transformação, requer uso intensivo de capital e tecnologia

8. FATORES DE PRODUÇÃO

1. Trabalho é essencialmente um esforço humano : traz a marca da pessoa, da qual é o prolongamento e a realização.
2. Capital é o conjunto de recursos econômicos heterogêneos e reprodutíveis que, por uso indireto, possibilita manter, de período em período, a renda em determinado nível.
3. A atividade dos publicitários que trabalham em empresas que prestam serviços a firmas especializadas na produção e comércio de veículos motorizados, concentra-se no setor primário de produção.
4. Produtividade é o resultando obtido pela utilização de uma unidade do capital.
5. Capital técnico é o conjunto de bens materiais utilizados em circuitos de produção e que aumentam a produtividade do trabalho humano.

9. OFERTA E PROCURA

1. Quando se fixa um preço para determinada mercadoria num mercado, é porque duas séries de influências se manifestam : a da procura e a da oferta.
2. Procura de um bem é a quantidade deste bem suscetível de ser colocada ou vendida num mercado, a determinado preço.
3. Os fatores da procura de um produto no mercado são dois :
 - o poder de compra e
 - a vontade de comprar
4. O custo total global de uma empresa é a soma dos custos fixos e dos variáveis.

5. Oferta é a quantidade de um bem ou serviço em determinado mercado, que os agentes econômicos estão dispostos a adquirir a certo preço, quer agindo racionalmente, quer sofrendo a influência do meio.

10. RENDA

1. Quem possui renda menor, aplica a principal parte ao consumo de bens indispensáveis.
2. A parte da renda reservada ao vestimento, à habitação e a outros gastos indispensáveis à sobrevivência tende a ser constante.
3. À medida que a renda aumenta, as despesas com educação, distração e poupança também aumentam.
4. As despesas de alimentação diminuem em escala percentual, à medida que outros gastos se tornam necessários.
5. Imposto sobre a renda é o imposto que incide sobre a renda das pessoas físicas e jurídicas.

11. CUSTOS

O custo de publicidade, a remuneração de vendedores, os impostos, sobre as vendas e outras despesas feitas pelo vendedor para realizar a venda de seus produtos entram no :

- a) custo de capital
- b) custo de venda
- c) custo financeiro
- d) custo fixo
- e) nenhuma das respostas anteriores

12. ATIVIDADE MERCADOLÓGICA

A atividade mercadológica que tem por finalidade desenvolver um produto que satisfaça ao consumidor e permite à empresa o uso total de sua capacidade denomina-se :

- a) promoção de vendas
- b) pesquisa de mercado
- c) planejamento do produto
- d) distribuição do produto
- e) propaganda do produto

13. MENSAGEM PUBLICITÁRIA

A veiculação de mensagem publicitária com a finalidade de vender iates é dirigida ao :

- a) público do mais alto poder aquisitivo

- b) público cuja remuneração mensal oscila entre 13 e 20 salários mínimos
- c) público de nível universitário
- d) público que gosta de passear
- e) público radicado em região mediterrânea

14. DEMANDA E PRODUÇÃO

A empresa que executa todas as atividades necessárias para criar, promover e distribuir produtos que estejam de acordo com a demanda atual ou potencial e com sua capacidade de produção, realiza uma ação denominada :

- a) promoção
- b) campanha
- c) integração
- d) marketing
- e) merchandising

PROVA DE PSICOLOGIA

Questões: 1 a 6

Instruções : Responda

- A — se apenas os itens 1 e 3 são certos
- B — se apenas os itens 1, 3 e 5 são certos
- C — se apenas os itens 1, 3 e 4 são certos
- D — se apenas os itens 1, 2, 4 e 5 são certos
- E — se nenhuma das possibilidades acima apontadas corresponder ao que você verificou.

1 . MENSAGEM

1. Os três fatores mínimos, que sempre devem ser considerados na mensagem são : o código, o conteúdo e o tratamento.
2. A mensagem pode sofrer muitas deturpações involuntárias por causa das limitações dos sentidos de quem a emite e/ou de quem a recebe.
3. Às vezes o público não entende determinada mensagem, porque o próprio emissor não soube comunicar-se de forma correta.
4. A pobreza e/ou a inexactidão de expressão de quem emite uma «mensagem podem tornar de difícil compreensão um conteúdo em si simples.
5. A mensagem pode ser correta, bem emitida, mas, às vezes pode chegar ao destinatário de forma deturpada por causa de defeitos de veículo.

2. COMUNICAÇÃO

1. Quando duas pessoas dialogam entre si apenas, sem distância que as obrigue a usar de algum meio de comunicação social, dá-se a chamada comunicação direta.
2. Quando uma pessoa ou instituição se comunica através de meios de comunicação, com um público esparso em diversos lugares, dá-se a chamada comunicação social.
3. Quando os animais se comunicam entre si ou com algum representante da espécie humana, dá-se a comunicação Indireta.
4. O "feedback" da comunicação social é apenas inferido, pois o emissor apenas deduz a resposta de sua audiência.
5. A comunicação é uma necessidade natural do homem, que precisa integrar-se com outras pessoas.

3. SIGNO E SÍMBOLO

1. Em relação ao referente, o signo é denominado de índice, quando mantém a relação direta com seu referente.
2. ícone é a denominação dada ao signo que não possui nenhuma semelhança ou analogia com o seu referente.
3. O sistema de símbolos que, por convenção pré-estabelecida, se destina a representar e transmitir uma mensagem entre a fonte e o ponto de destino, denomina-se código.
4. O jornal é lido também por pessoas de pouca instrução, porque seu conteúdo não é apresentado com nenhum tipo de código.
5. O signo que possui alguma semelhança ou analogia com o seu referente, denomina-se ícone.

4. FORMAS DE MANIFESTAÇÃO

1. Os meios de comunicação de massa são agentes de opinião pública.
2. O costume não influi no comportamento social.
3. Regra geral, os latinos formam o grupo social que dá mais valor aos gestos e os usa com mais freqüência em sua comunicação.
4. Moda é a imitação do presente.
5. A moda não é elemento condicionador de formação de opinião pública em nenhum caso. Por isso o publicitário não a analisa como meio de trabalho.

5. CORES E COMPORTAMENTO

1. Cores suaves como o azul e o verde claro, com iluminação fraca, parecem estimular a quietude, a meditação, induzindo à reflexão.
2. A clareza da cor independe de qualquer equilíbrio entre o primeiro plano e o fundo.
3. Muitas cores numa sala de conferências ou de aula podem levar os presentes à inquietude e à falta de concentração.
4. O profissional de publicidade preocupa-se em pesquisar o público que deseja atingir, mas não necessitam de preocupar-se com pesquisas a respeito das qualidades das cores.
5. As crianças e os adultos extrovertidos e ativos jamais se relaxam em ambientes de colorido alegre.

6. RECEPTORES DE MENSAGENS

1. Em relação à fonte emissora de mensagens os receptores são os outros.
2. O receptor é o alvo, o objetivo para quem foi dirigida a mensagem
3. Os receptores podem ser classificados em duas categorias : os gerais e os específicos.
4. Receptor geral é a massa, o grande público em que não há discriminação de papéis nem de "status", em que não se distinguem níveis nem camadas da população.
5. Para enviar mensagens a receptores específicos, a fonte emissora precisa levar em consideração um critério de classificação por grupos, níveis, "status" e papéis nos indivíduos que compõem a população.

Questões: 7 a 12

Instruções : Responda

- A — se for falsa apenas a proposição 1
- B — se for falsa apenas a proposição 3
- C — se for falsa apenas a proposição 4
- D — se for falsa apenas a proposição 5
- E — se nenhuma das possibilidades acima apontadas corresponder ao que você verificou.

7. BOATO

1. A transitoriedade é uma das características essenciais do boato.
2. O boato, embora apresentado como proposição pouco segura, leva o receptor a acreditar, em parte porque, se não dispõe de fatos para comprová-lo também não os tem como receptor.
3. A falta de informações seguras e objetivas, em hipótese alguma, poderá ser considerada como uma das condições básicas para o aparecimento do boato.
4. O boato difunde-se num meio social homogêneo, com a mesma linguagem e com os mesmos interesses.
5. O boato expressa as tendências inconscientes de um grupo, desde que esse grupo se encontre numa situação de insegurança, de tensão emocional, de incerteza no tocante às informações.

8. OPINIÃO PÚBLICA

1. A opinião é essencialmente expressão. Portanto, é de natureza comunicativa e interpessoal.
2. A função principal da opinião é adaptar o indivíduo ao grupo.
3. Nos grupos primários as decisões são tomadas de acordo com a opinião preponderante no grupo, geralmente de um líder.
4. A opinião pública é um fenômeno social. Existe apenas em relação a um grupo, é um dos modos de expressão desse grupo e difunde-se, utilizando as redes de comunicação do grupo.
5. Nos grupos primários e nos grupos secundários os problemas são sempre de natureza abstrata.

9. TIPOS DE COMUNICAÇÃO

1. A exposição que um professor faz a um pequeno número de alunos é um tipo de comunicação direta — unilateral — privada
2. A conversação telefônica entre duas pessoas é um tipo de comunicação indireta-unilateral-privada.
3. A conversação desenvolvida entre duas pessoas é um tipo de comunicação direta-recíproca-privada.

4. A comunicação feita através dos meios de comunicação de massa é um tipo de comunicação indireta-unilateral-pública.
5. Uma carta enviada por uma mãe a seu filho distante é um tipo de comunicação direta-recíproca-privada.

10. COMPOSIÇÃO DE MENSAGENS

1. O pensamento pode ser transmitido através de linguagem verbal e não verbal.
2. A mensagem pode ser simples ou composta, se levarmos em conta o número de sinais usados em sua organização.
3. A mensagem massificadora, mesmo aquela que é elaborada com a finalidade de mistificar os receptores, é justa e respeita o indivíduo como pessoa racional.
4. Com relação à percepção, mensagem pode ser liminar (cortical) ou subliminar (extracortical).
5. A mensagem especializada ou aquela que é formulada em linguagem científica, tem um alcance restrito, pois é dirigida exclusivamente a um tipo de receptores capacitados para interpretação e incorporação de seu conteúdo.

11. PUBLICIDADE E OPINIÃO PÚBLICA

1. Os fatores sociológicos, ecológicos e os sistemas de representações coletivas não formam nem modelam a opinião.
2. Os meios mais eficazes para sucesso das companhias de propaganda são aqueles que se apoiam nas leis do inconsciente.
3. Qualquer "slogan" que associe uma qualidade a um objeto é percebido como afirmação, mesmo que seu conteúdo seja negativo.
4. Uma causa pode ser justa e não vencer, por ser mal desenvolvida e vice-versa.
5. Contrapropaganda apresenta dificuldades técnicas. Por isso, o único procedimento eficaz é o deslocamento do assunto para outro esquema de referência.

ESTEREÓTIPOS

1. A publicidade — que, como a propaganda, se enquadra dentro das técnicas de persuasão de massa — tende a oferecer símbolos que vão, de maneira insidiosa, substituir o objeto.

2. ao "**colocar um tigre no seu carro**", o automobilista adquire a potência, a agressividade e a pujança do felino. Esta motivação leva o consumidor a perder de vista o fato de que se trata apenas de comprar gasolina. O objeto de consumo foi substituído pelo símbolo de afirmação.
 3. O conteúdo das campanhas de propaganda, geralmente, evidencia o apelo emocional, a transformação de um fato objetivo em pretexto para repetição de chavões.
 4. Mesmo atuando através da utilização dos mecanismos inconscientes, a propaganda não tem condição alguma para fabricar mitos, nem para difundi-los.
 5. "Nossos Irmãos" é um estereótipo positivo. "Comunismo Ateu" é um estereótipo negativo.
13. O agrupamento heterogêneo de indivíduos que tem em comum apenas a proximidade uns dos outros, mas que se caracteriza pela reação semelhante e mais ou menos impulsiva aos mesmos estímulos, denomina-se :
- a) platéia
 - b) multidão
 - c) auditório
 - d) família
 - e) comunidade
14. Qualquer meio usado pelo homem para exprimir seus pensamentos e sentimentos a seus semelhantes, chama-se :
- a) feedback
 - b) sistema
 - c) empatia
 - d) linguagem
 - e) mímica

SUPLÊNCIA PROFISSIONALIZANTE
PROVAS
HABILITAÇÕES

- | | |
|--|---|
| 01 — Agricultura
Pecuária | 13 — Prótese
Ótica |
| 02 — Edificações
Eletrotécnica | 14 — Estatística
Redator — Auxiliar
Tradutor e Intérprete |
| 03 — Eletrônica
Mecânica | 15 — Agrimensura
Agropecuária
Estradas |
| 04 — Hotelaria
Publicidade | 16 — Eletromecânica
Instrumentação |
| 05 — Secretariado
Turismo | 17 - Petroquímica
Telecomunicações |
| 06 — Geologia
Mineração
Saneamento | 18 Assistente de Administração
Comercialização e Mercadologia
Contabilidade |
| 07 — Metalurgia
Química | 19 Artes Gráficas
Instrumentista musical |
| 08 — Estruturas Navais
Manutenção de Aeronaves
Refrigeração
e Ar Condicionado | 20 Enfermagem
Laboratórios Médicos |
| 09 — Fiação
Teceragem
Têxtil | |
| 10 — Acabamento Têxtil
Decoração
Malharia | |
| 11 — Cerâmica
Cervejas e Refrigerantes.
Economia Doméstica | |
| 12 — Alimentos
Carne e Derivados
Leite e Derivados | |

Impresso na Minas Gráfica Editora Ltda.
Rua Timbiras. 2.062 — Fone: 226-4822 (PABX)
Belo Horizonte — MG

MINAS GRÁFICA COMPÓS E IMPRIMIU
RUA TIMBIRAS, 2.062 — FONE : 26.4822
SEDE PRÓPRIA — BELO HORIZONTE — M.G.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)