

## PROCESSO SELETIVO EDITAL 24/2022

CARGO/FUNÇÃO E UNIDADES: **Analista II - Comunicação e Marketing – (Natal e Grande Natal)**

**Atenção: NÃO ABRA este caderno antes do início da prova.  
Tempo total para resolução desta prova: 3 (três) horas.**

### INSTRUÇÕES

- Assine seu nome, de forma legível, no espaço abaixo indicado e coloque o número correspondente a sua colocação na lista de presença no campo inferior à esquerda. No caso de haver divergência entre nº de ordem e nome do candidato, será considerado para fins de resultado/correção o nome assinado.
- Leia o caderno de prova com tranquilidade e atenção e, em caso de dúvidas, contate o fiscal da prova;
- Verifique no caderno de prova se faltam folhas, se a sequência de questões está correta e se há imperfeições gráficas que possam causar dúvidas. Comunique imediatamente ao fiscal qualquer irregularidade;
- O caderno deverá conter 08 (oito) questões objetivas e 3 (três) questões discursivas.
- É dada tolerância de 10 (dez) minutos de atraso para entrada na sala. Após esse tempo, não será permitida a entrada de candidatos para execução da prova;
- Para cada uma das questões objetivas são apresentadas **05 (cinco)** alternativas (de “A” a “E”), das quais apenas **1 (uma)** é **correta**. Nas questões em que houverem menos de 5 alternativas ocorrerá em decorrência de se tratar de questões de concurso público que não poderão ser alteradas;
- A interpretação das questões é parte integrante da prova, não sendo permitidas perguntas aos fiscais;
- Responda a prova com **caneta esferográfica de tinta preta ou azul**;
- Será **eliminado** do processo seletivo o candidato que, durante a prova, se comunicar com outro candidato, efetuar consultas em livros, aparelhos eletrônicos, aparelhos celulares ou similares; relógios, calculadoras, livros de anotações, impressos, apostilas, internet, entre outros recursos e/ou material de consulta.
- O **Campo de Respostas Oficial** encontra-se abaixo e deverá ser preenchido, pelo(a) candidato(a), colocando a “letra” correspondente à alternativa escolhida. Esse campo servirá como **única** fonte de correção da prova e **não** poderá ser rasurado nem substituído.
- Por política da Instituição, o candidato não poderá levar o caderno de prova ou rascunho, a qualquer momento, podendo levar apenas a folha de **Conferência do Gabarito** para simples acompanhamento/verificação junto ao Gabarito Oficial Preliminar a ser divulgado.
- Os últimos 3 (três) candidatos deveram entregar a prova juntos.
- Aguarde a autorização do fiscal da prova para o seu início.

ASSINATURA DO (A) CANDIDATO(A) – Utilizar letra de fôrma

DATA

### CAMPO DE RESPOSTAS

QUESTÕES	01	02	03	04	05	06	07	08
RESPOSTAS								

01) (IBFC - DETRAN AM - Comunicação Social/2022) Entre as vantagens de se investir no ambiente digital estão as diversas possibilidades de métricas existentes, que permitem medir e avaliar o retorno de determinado canal ou mídia em relação a seu custo de forma rápida e objetiva. Neste contexto, analise as afirmativas abaixo sobre os tipos de compras para mídia paga na web. (1,25 pontos)

I. Na modalidade “CPM - custo por impressão” paga-se a cada mil visualizações de seu anúncio.

II. Na modalidade “CPA - custo por ação ou aquisição” paga-se quando o usuário tem uma ação específica em seu site (seja uma compra, uma inscrição, um download etc.).

III. Na modalidade “CPC - custo por clique” é cobrado cada vez que um usuário clica em seu anúncio.

IV. Na modalidade “CPO - custo por otimização orgânica” paga-se sempre que um usuário chega a seu site por meio de ações de SEO (Search Engine Optimization).

Estão corretas as afirmativas:

A. I, II e III apenas

B. I, II e IV apenas

C. III e IV apenas

D. I, II, III e IV

2) (IBFC - DETRAN AM - Comunicação Social/2022) \_\_\_\_\_ é uma página de destino, ou seja, um lugar para onde a sua “persona” será direcionada para ter contato com algum produto ou serviço específico, que ela possa consumir. Em outras palavras, é um anúncio de produto ou serviço no formato de página. Essa ferramenta permite divulgar conteúdos relacionados a serviços ou produtos e formar \_\_\_\_\_ (contatos que demonstram interesse em seu produto/serviço). (1,25 pontos)

Assinale a alternativa que preencha correta e respectivamente as lacunas.

A. Landing page / leads

B. Inbound page / cliente list

C. Outbound page / cliente list

D. Brand page / leads

3) (CESGRANRIO - BB - Escriturário - Área: Agente Comercial/2021) O Instagram é uma rede social baseada em imagens, e o Twitter limita a escrita a 280 caracteres. Talvez por isso, o *marketing* digital seja comumente associado ao uso de imagens e vídeos. No entanto, o uso de texto é muito importante e decisivo na atração de consumidores em plataformas como *websites*, *blogs* e *e-mail*. (1,25 pontos)

O uso de conteúdo textual informativo e atraente, otimizado para persuadir consumidores a comprarem os produtos de uma empresa é denominado

A. *recall*

B. *ebooking*

C. *copyright*

D. *copywriting*

E. *cooperating*

**4) (FGV - FUNSAÚDE – Jornalista/2021) O *inbound marketing* é uma estratégia baseada: (1,25 pontos)**

- A. no conteúdo e se destina exclusivamente a manutenção de um relacionamento sólido e afetivo com o cliente.
- B. nas técnicas de SEO (Search Engine Optimization) e dispensa a interação com o cliente.
- C. em ações promocionais nos pontos de venda, estabelecendo uma relação de troca com os clientes através de brindes.
- D. em mensagens atrativas e conteúdos autorais para atrair o cliente para um relacionamento duradouro com a marca.
- E. em estratégias digitais de difícil monitoramento das interações e que atingem os clientes com mensagens padrão.

**5) (CESPE/CEBRASPE - SEED PR - Professor - Área: Gestão e Negócios/2021) O *marketing* digital abrange: (1,25 pontos)**

**I- *marketing* de conteúdo.**

**II- *links* patrocinados.**

**III- mídias sociais.**

**IV- *e-books*.**

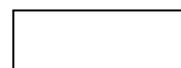
Assinale a opção correta.

- A. Apenas os itens I e II estão certos.
- B. Apenas os itens III e IV estão certos.
- C. Apenas os itens I, III e IV estão certos.
- D. Apenas os itens II, III e IV estão certos.
- E. Todos os itens estão certos.

**6) (IBFC - DETRAN AM - Comunicação Social/2022) \_\_\_\_\_ é uma ferramenta útil para entender o comportamento dos usuários de seu site e aplicativo, contribuindo para avaliar melhor o desempenho da sua estratégia de marketing, conteúdo e/ou produtos. Já o \_\_\_\_\_ é uma plataforma de anúncios, permitindo inserir anúncios no campo de resultados nas redes de pesquisa, de display e em aplicações como Youtube, Gmail etc. (1,25 pontos)**

**Assinale a alternativa que preencha correta e respectivamente as lacunas.**

- A. Big Data / SEO
- B. Google Analytics / Google Ads
- C. Google Analytics / Google SEO
- D. Shareware / Cloud Market Share



**7) (CESPE/CEBRASPE - APEX Brasil - Analista - Área: Negócios Internacionais/2021) Considerando o contexto da pandemia de covid-19, julgue os próximos itens a respeito de *marketing* direto.**

**I- O *marketing* direto é inviável durante a pandemia, devido às restrições de contato pessoal, por risco de infecção pelo coronavírus.**

**II- A pandemia de covid-19 aumentou o varejo sem intermediação.**

**III- Observou-se um grande aumento do *marketing* de massa em decorrência da pandemia de covid-19. (1,25 pontos)**

Assinale a opção correta.

- A. Apenas o item I está certo.
- B. Apenas o item II está certo.
- C. Apenas o item III está certo.
- D. Todos os itens estão certos.

**8) (FUNDATEC - SPGG - Analista - Área: Biblioteconomia/2022) Enumere os parênteses, de 1 a 3, de acordo com a sequência em que atividades se sucedem no marketing orientado para o cliente. (1,25 pontos)**

**( ) Utilizar a publicidade e promoção para comunicar ao público a capacidade de satisfação do produto.**

**( ) Criar produtos/serviços para satisfazer as necessidades do público.**

**( ) Identificar as necessidades dos segmentos de seu mercado alvo.**

**A ordem correta de preenchimento dos parênteses, de cima para baixo, é:**

- A. 1 – 2 – 3.
- B. 1 – 3 – 2.
- C. 2 – 1 – 3.
- D. 3 – 1 – 2.
- E. 3 – 2 – 1.



**QUESTÃO DISCURSIVA**

**ATENÇÃO! SOMENTE A FOLHA OFICIAL SERÁ CORRIGIDA!**

1) A missão do Sesc é contribuir com o bem-estar social e a qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus familiares e da comunidade. Para isso, foi pensada a criação da Clínica Integrada Sesc RN, localizada na Unidade Cidade Alta, para atendimento de psicologia, fonoaudiologia, fisioterapia, massoterapia, ultrassonografia, exames de laboratório e saúde ocupacional. A clínica está em fase final de implantação e a equipe de marketing e comunicação precisa criar estratégias de vendas para divulgação e captação de clientes, considerando os benefícios de ser credenciado Sesc RN para garantir preços abaixo do mercado. Com base nessas informações, descreva sugestões de comunicação assertiva, para projetos de: (I) mídia paga, (II) marketing de conteúdo, (III) endomarketing e (IV) imprensa. (5,0 pontos)

2) A gerente de Marketing e Negócios solicita uma campanha para geração de leads, afim de criar um banco de dados de fundo de funil de vendas, direcionados a interessados em consumir serviços da Clínica Integrada Sesc RN. Indique e descreva 3 soluções para captação desses leads e quais são os principais indicadores para mensurar os resultados da campanha. (3,0 pontos)

3) Para auxiliar nas estratégias de fidelização do cliente na Clínica Integrada Sesc RN, a instituição acabou de adquirir uma plataforma de CRM (Customer Relationship Management). Com base nos seus conhecimentos prévios, descreva o que significa CRM e qual é a sua importância para estratégias de comunicação sistemática com os clientes. (2,0 pontos)

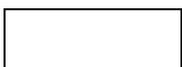
**FOLHA OFICIAL**  
**QUESTÃO 01** DISCURSIVA  
**ATENÇÃO! SOMENTE A FOLHA OFICIAL SERÁ CORRIGIDA!**  
- Não deve conter rasuras;

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	



**FOLHA OFICIAL**  
**QUESTÃO 02** DISCURSIVA  
**ATENÇÃO! SOMENTE A FOLHA OFICIAL SERÁ CORRIGIDA!**  
- Não deve conter rasuras;

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	



**FOLHA OFICIAL**  
**QUESTÃO 03** DISCURSIVA  
**ATENÇÃO! SOMENTE A FOLHA OFICIAL SERÁ CORRIGIDA!**  
- Não deve conter rasuras;

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	



## PROCESSO SELETIVO

CARGO/FUNÇÃO E UNIDADES:  
**Analista II – Comunicação e Marketing (Natal e Grande Natal)**

### Atenção Candidato,

- Esse é o anexo de **CONFERÊNCIA DO GABARITO**. Ele não tem validade oficial para o certame, servindo apenas para facilitar seu acompanhamento/verificação do Gabarito Oficial Preliminar do Sesc/RN.
- Para isso, anote abaixo o Gabarito da sua prova, conforme **CAMPO DE RESPOSTAS OFICIAL**.
- Certifique-se de estarem idênticos.
- Confira os documentos que serão divulgados no site oficial do Sesc/RN, no dia agendado para a divulgação do Gabarito Oficial Preliminar e compare seu Gabarito com o Gabarito da Prova realizada.
- Lembre-se que “Se do exame de recursos resultar na anulação de questão(ões), a pontuação correspondente a essa(s) questão(ões) será atribuída a todos os candidatos, independentemente de terem recorrido. E se houver alteração do gabarito oficial preliminar, por força de impugnações, as provas serão corrigidas de acordo com o gabarito oficial definitivo”.
- Visualize o Quadro de Notas que será divulgado no site e continue acompanhando as demais etapas.
- Boa sorte!

### CAMPO DE RESPOSTAS

QUESTÕES	01	02	03	04	05	06	07	08
RESPOSTAS								

**Este Campo de Respostas tem o intuito EXCLUSIVO de facilitar ao candidato o acompanhamento/verificação do Gabarito Oficial Preliminar, não sendo permitida a utilização para qualquer outro fim.**

Essa folha poderá ser levada com o candidato