

## PROCESSO SELETIVO AVISO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO 24/2024

**CARGO/FUNÇÃO E UNIDADES: Analista II – Analista de 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 10 (dez) questões objetivas e 2 (duas) questões discursivas;
- É dada tolerância de 15 (quinze) 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 **04 (quatro)** alternativas (de “A” a “D”), das quais apenas **1 (uma)** é **correta**;
- 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 deverão entregar a prova juntos.
- Aguarde a autorização do fiscal da prova para o seu início.
- **Boa prova!**

<b>ASSINATURA DO (A) CANDIDATO(A) – Utilizar letra de fôrma</b>	<b>DATA</b>

### CAMPO DE RESPOSTAS

QUESTÕES	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
RESPOSTAS										



- 1) **(SESC-RN-2024) Uma campanha de marketing deve incluir, pelo menos, os seguintes elementos:**
  - a) Definição de público-alvo, objetivos claros e mensuráveis, estratégias e táticas.
  - b) Design gráfico atraente, parcerias com influenciadores e presença nas redes sociais.
  - c) Identidade visual, slogan e análise da concorrência.
  - d) Contratação de agências externas, orçamento flexível e canais de mídia tradicionais.
  
- 2) **(SESC-RN-2024) Qual das seguintes informações geralmente NÃO é coletada em um sistema de CRM?**
  - a) Histórico de compras do cliente
  - b) Preferências de comunicação do cliente
  - c) Localização do cliente
  - d) Cálculos de impostos do cliente
  
- 3) **(SESC-RN-2024) Ao analisar métricas em redes sociais, o engajamento é calculado com base em:**
  - a) Visualizações totais das publicações.
  - b) Número de seguidores novos e antigos.
  - c) Interações (curtidas, comentários, compartilhamentos) em relação ao alcance.
  - d) Investimento financeiro em campanhas pagas.
  
- 4) **(SESC-RN-2024) Qual das opções abaixo representa uma boa prática de e-mail marketing?**
  - a) Personalizar os e-mails de acordo com os interesses dos destinatários.
  - b) Enviar emails para uma lista de contatos não segmentada.
  - c) Usar assuntos genéricos para garantir que mais pessoas abram o email.
  - d) Enviar emails sem opção de cancelamento de assinatura.
  
- 5) **(SESC-RN-2024) Em redação publicitária, o uso do call to action (CTA) tem como objetivo principal:**
  - a) Tornar o texto mais persuasivo e informativo.
  - b) Incentivar o público a realizar uma ação específica.
  - c) Aumentar o alcance orgânico de uma publicação.
  - d) Melhorar o SEO de anúncios no Google Ads.
  
- 6) **(SESC-RN-2024) Qual das estratégias abaixo é uma prática comum de endomarketing?**
  - a) Realização de campanhas publicitárias no meio digital.
  - b) Criação de eventos internos para integrar e motivar colaboradores.
  - c) Investimento em anúncios pagos para aumentar as vendas.



d) Distribuição de amostras de produtos para clientes.

7) **(SESC-RN-2024) Qual é a principal característica de uma boa *headline* em anúncios?**

a) Longa e detalhada, explicando todos os benefícios do produto.

b) Sempre acompanhada de uma hashtag viral.

c) Focada em palavras-chave para melhorar SEO.

d) Criativa, curta e capaz de captar atenção de forma imediata.

8) **(SESC-RN-2024) Qual é a principal diferença entre uma landing page e um site convencional?**

a) Uma landing page é unicamente focada na conversão de um visitante em lead.

b) Um site convencional não permite capturar leads.

c) Landing pages são sempre mais complexas que sites convencionais.

d) Sites convencionais não podem ser utilizados para vendas.

9) **(SESC-RN-2024) Durante o planejamento de uma campanha, o posicionamento de marca é essencial para:**

a) Definir o orçamento para anúncios em diferentes mídias.

b) Garantir que a mensagem atenda às tendências passageiras do mercado.

c) Comunicar valores e diferenciais que criem uma conexão com o público-alvo.

d) Aumentar automaticamente as conversões no funil de vendas.

10) **(SESC-RN-2024) Qual é o principal objetivo de realizar testes A/B em campanhas de e-mail marketing?**

a) Testar diferentes versões de um e-mail para verificar qual gera mais engajamento e conversões.

b) Comparar a quantidade de e-mails abertos com a quantidade de e-mails entregues.

c) Determinar o melhor horário para enviar e-mails a todos os contatos da lista.

d) Medir o custo de envio dos e-mails e reduzir os gastos com a plataforma de e-mail marketing.



## QUESTÃO DISCURSIVA

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

1.(SESC-RN - 2024) Junho Vermelho é o mês de conscientização para doação de sangue. Elabore um planejamento de campanha interna com o objetivo de incentivar os colaboradores do Sesc RN a doarem sangue, promovendo engajamento e conscientização.

Desenvolva:

- Objetivo principal da campanha e metas específicas;
- Conceito criativo e slogan;
- Pelo menos 1 exemplo de ação interna (evento, comunicação, dinâmica).



## QUESTÃO DISCURSIVA

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

2. (SESC-RN - 2024) O Sesc RN - Serviço Social do Comércio no Rio Grande do Norte conta com 10 unidades físicas distribuídas por todo o estado, oferecendo diversas modalidades esportivas para promover saúde, bem-estar e qualidade de vida.

A unidade Caicó, que disponibiliza hidroginástica, natação, esporte kids, mix esportivo e futsal, está com um baixo número de inscritos em suas turmas. Pensando nisso, como estratégia de divulgação, elabore um e-mail marketing que será enviado à base de leads da unidade Caicó, divulgando as modalidades esportivas com o objetivo de alcançar mais pessoas.

Seu e-mail deve:

- Conter um assunto atrativo para incentivar a abertura.
- Ser redigido em tom convidativo e informativo.
- Destacar os benefícios das atividades físicas oferecidas pelo Sesc RN.
- Incluir um call to action (CTA) para incentivar o destinatário a buscar mais informações ou se inscrever.
- Seguir um formato adequado para campanhas de e-mail marketing.



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	



## PROCESSO SELETIVO

**CARGO/FUNÇÃO E UNIDADES: Analista II – Analista de 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 prova!**

### CAMPO DE RESPOSTAS – CANDIDATO

QUESTÕES	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
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

