**Revisão pesquisa de mercado – discursivas:**

1. Questão

CITE QUAIS SÃO AS FASES DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO?

2. Questão

Teça um comentário sobre a relação entre identidade e comunicação organizacional.

3. Questão

Fale sobre o conceito de "crise institucional".

4. Questão

Como surgiu a comunicação?

5. Questão

Cite 3 características de uma comunicação eficaz dentro das organizações.

6. Questão

Quais são os elementos que compõem o processo da comunicação e como este ocorre?

7. Questão

Fale sobre o conceito de convergência em torno das novas mídias.

8. Questão

Quais os elementos que constituem a cultura organizacional segundo Wood?

9. Questão

Quais são os aspectos que devem ser considerados para que a informação seja considerada útil, segundo TERCIOTTI e MACARENCO?

10. Questão

Fale sobre “ O valor da marca” , tomando como base as abordagens de SCHULTZ & BARNES.

**Revisão pesquisa de mercado – objetivas:**

1. Questão

Na revista Gol, a empresa aérea Gol apresenta uma coluna de notícias intitulada “funcionário”. Nesta coluna da revista, de novembro de 2016, a Gol divulgou a festa de aniversário do filho de um dos seus comandantes de avião, Paulo Lacerda. O referido agente de aeroporto da Gol, buscou impressionar o filho, com uma festa temática que homenageava a Gol e a aviação. O bolo de aniversário tinha a cor da companhia aérea, e o aniversariante foi vestido com o uniforme de comandante. A revista divulga os detalhes da festa, e finaliza com o depoimento do comandante Paulo, que afirmou “ter se encontrado” na companhia aérea, e que possui muita satisfação com sua função. POR MEIO DESSA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, A GOL PRETENDE:

A Demonstrar que as estratégias de recursos humanos vão além, incluindo os familiares dos colaboradores

B Comunicar as estratégias de recursos humanos adotadas pela empresa, gerando uma imagem positiva da organização com o seu público-alvo.

C Estimular os clientes a terem um melhor relacionamento com os seus colaboradores

D Mostrar que os colaboradores têm motivação para tratar bem os clientes da empresa

E Aumentar o engajamento de seus colaboradores e sua produtividade.

2. Questão

Leia as afirmativas sobre a comunicação corporativa integrada:

I. A sinergia, a transparência e a proatividade instituem-se como atributos básicos de uma política de comunicação empresarial e passam a regular as ações desenvolvidas junto ao mercado.

II. Para o sucesso da comunicação corporativa integrada é preciso antecipar-se aos fatos, no intuito de obter vantagens competitivas.

III. A comunicação integrada pressupõe uma política formalmente estabelecida e amplamente pactuada nas diversas instâncias de uma organização.

IV. A comunicação integrada se limita a certas competências e atividades de comunicação, e não possui relação com a cultura organizacional, nem com a missão e os valores de uma empresa.

Está correto o que se afirma em:

A III e IV

B II e III

C II, III e IV

D I, II e III

E I e II

3. Questão

Avalie as assertivas em relação às barreiras à comunicação em uma organização.

I. Quanto menor o número de níveis de autoridade por meio dos quais as comunicações devem passar, tanto menor será a perda ou a distorção da informação.

II. A comunicação horizontal ocorre quando as informações são partilhadas entre as pessoas do mesmo nível hierárquico, podendo ocorrer tanto entre pessoas da mesma equipe de trabalho como entre pessoas de departamentos diferentes.

III. A sobrecarga de informação é um problema decorrente do excesso de liberdade na relação entre os níveis gerenciais e operacionais da organização.

IV. O fluxo de comunicação de baixo para cima deve ser estritamente controlado pela direção; os funcionários devem ser motivados a fornecer apenas as informações previamente solicitadas.

V. É fundamental para a eficiência da organização que a alta direção procure reduzir o fluxo de informações informais, especialmente as de tipo horizontal.

A Estão corretas APENAS as afirmativas I, III e V.

B Estão corretas APENAS as afirmativas I, II e V.

C Estão corretas APENAS as afirmativas II, III, IV e V.

D Estão corretas APENAS as afirmativas I e II.

E Estão corretas APENAS as afirmativas II, III e IV.

4. Questão

O composto da comunicação integrada compreende várias formas de se trabalhar mensagens e imagens com vistas a se atingir determinados objetivos estratégicos da comunicação. Nesse sentido, podemos afirmar que a comunicação mercadológica abrange:

A Mensagem persuasiva elaborada a partir do quadro sócio-cultural do consumidor alvo.

B Enfatiza a missão, visão e os valores e objetivos de uma organização.

C Consiste em ações de marketing voltadas para o público interno da empresa, com o fim de promover entre seus funcionários e departamentos valores destinados a servir o clientes.

D Difunde informações de interesse público sobre as filosofias, políticas e práticas de uma organização.

E Objetiva conquistar simpatia, credibilidade e confiança realizando como meta finalista, a influência político-social.

5. Questão

É um conjunto de signos e de regras de combinação desses signos; o emissor utiliza-se dele para elaborar a sua mensagem. O receptor identificará esse sistema de signos (no nosso caso, a língua portuguesa) se seu repertório for semelhante ao do destinador. Assinale a alternativa correta.

A Ruído

B Conceito

C Método

D Código

E Política

6. Questão

Relacione os elementos com os seus respectivos papéis na comunicação e marque a alternativa que corresponde a sequência correta das alternativas:

(1) Emissor; (2) Mensagem ; (3) Canal; (4) Receptor;

( ) Destinatário das mensagens ou comunicações;

( ) Meio utilizado para a transmissão de mensagens;

( ) Porta a linguagem e o sentido do que comunicar;

( ) Tem algo a transmitir ou comunicar

A 3, 4, 2, 1

B 4, 2, 1, 3

C 3, 2, 1, 4

D 1, 3, 2, 4

E 4, 3, 2, 1

7. Questão

São fatores que estão relacionados ao processo de comunicação (identifique a alternativa incorreta)

A Eliminar o interesse do público alvo

B Conhecer os mecanismos de transmissão;

C Estimular as expectativas do público alvo

D Conhecer o público alvo;

E Conhecer diferentes tipos de ruídos

8. Questão

O que é comunicação não verbal?

A Aspectos da face e movimentos com a cabeça não influenciam no contexto da comunicação.

B É a comunicação em que os colaboradores escrevem e-mails para formalizar a informação.

C O propósito deste tipo de comunicação é exprimir sentimentos sem usar a palavra.

D Caracteriza-se por ocorrer em duas formas: Oral e Escrita.

E É a comunicação que pode ser classificada como interna ou externa.

9. Questão

A qualidade no atendimento ao público passa por um processo de comunicação eficaz e eficiente. Sobre esse tema, assinale a alternativa incorreta.

A No processo de codificação/decodificação da mensagem, geralmente ocorrem distorções.

B A comunicação envolve um fluxo de mão dupla

C Objetividade e linguagem adequada são características de uma boa comunicação

D Para uma comunicação eficiente, a capacidade de falar é mais relevante que a capacidade de ouvir.

E A retroinformação (feedback) possibilita a obtenção de uma comunicação melhor, reduzindo as distorções

10. Questão

Para Margarida Kunsch, (1986) públicos diferentes de uma empresa necessitam de atuações distintas da comunicação. Elas precisam, no entanto, ter um ponto em comum, a que se dá o nome de comunicação.

A administrativa

B integrada

C institucional

D mercadológica

E interna

11. Questão

Das características a seguir, escolha UMA ALTERNATIVA QUE NÃO SE ENQUADRA nas características e/ou definições de uma MARCA.

A As Marcas são como caixas recheadas de experiências positivas ou negativas

B A Marca é um ativo intangível (não palpável) que as pessoas associam muito à imagem, ao logotipo da empresa

C As marcas sendo mais caras, não se tornam referência, logo pessoas não compram, gostam de falar que não compram e que vão continuar não comprando (infidelização)

D A marca é o único ativo que pertence unicamente àquela empresa e aos seus consumidores e em hipótese alguma pode ser copiada

E A Marca cria um estilo, uma personalidade, uma identificação e, claro, muito mais valor.

12. Questão

Examinando a Comunicação Organizacional podemos observar que a Comunicação Mercadológica está voltada para o relacionamento entre a empresa e o público externo através da mídia, enquanto que a Comunicação Institucional refere-se:

A ao efeito motivacional causado nos colaboradores internos e externos para a ampliação dos valores éticos da organização.

B a divulgação dos produtos e serviços da instituição por meio da propaganda e publicidade exclusivamente para os colaboradores e futuro colaboradores.

C toda e qualquer forma de manifestação comunicativa gerada a partir de um objetivo filantrópico

D ao relacionamento entre instituições governamentais, de acordo com o estabelecido pelos tribunais de conta.

E a difundir as práticas, políticas, filosofia, missão, valores e objetivos da empresa, tornando-a reconhecida e bem vista pelo público. Essas informações são do interesse dos consumidores e futuros.

13. Questão

A comunicação empresarial integrada não se restringe à comunicação feita nas empresas públicas, mas por todas as organizações. Envolve o relacionamento com os públicos interno e externo, os STAKEHOLDERS. Como podemos defini-los? Assinale a alternativa correta:

A Serve para definir os objetivos que a empresa deseja atingir com o seu plano de comunicação

B É qualquer pessoa ou organização que tenha interesse ou seja afetado pelo processo produtivo da empresa

C Largamente utilizados para servir aos interesses próprios daqueles que fazem parte da Comunicação Interna

D Serve como um guia para a comunicação e para os esforços de patrocínio durante a duração do projeto

E Tem como principal objetivo dificultar as relações e cada vez menos sua estratégia não está vinculada ao contexto empresarial

14. Questão

Alguns elementos presentes no processo de comunicação prejudicam a sua interpretação e não possibilitam que ela atinja os objetivos desejados. Identifique a alternativa que não representa um ruído de comunicação.

A Parcialidade do receptor.

B Uso de palavras complexas;

C Elaboração adequada da mensagem;

D Julgamentos precipitados;

E Interferências;

15. Questão

A comunicação organizacional, nos dias de hoje, indiscutivelmente, está associada a diferentes fatores. Dentre eles podem ser mencionados os seguintes: (Identifique a alternativa incorreta):

A Estratégia organizacional;

B Objetivos e metas;

C Identificação do público alvo.

D Cultura da organização;

E Inexistência de planos de ação;

16. Questão

Refere-se aos valores básicos e às características atribuídas a uma corporação pelos seus membros, públicos internos ou externos. Reflete a soma total de todas as formas de expressão para oferecer conhecimentos de sua natureza. É a manifestação tangível da personalidade da organização. Reflete e projeta a real personalidade da organização.

A Comunicação Interna

B Reputação corporativa

C Comunicação Integrada

D Imagem corporativa

E Identidade corporativa

17. Questão

ANALISE AS FALAS A SEGUIR SOBRE A ORGANIZAÇÃO B, FEITAS POR SEUS COLABORADORES:

FALA 01: Confesso que o que me atraiu para a Organização B foi o status que o emprego oferecia. Afinal, trabalharia no maior banco do país e faria parte do melhor grupo de funcionários... - Funcionária do Centro de Processamento, 11 anos de organização.

FALA 02: Não tenho medo de afirmar: nós somos os melhores, os mais capacitados, e a concorrência sabe disso. - Funcionário da Direção, 18 anos de organização.

FALA 03: A Organização B é forte, é maior que nós. A gente passa, mas a empresa fica. - Funcionária da agência de Paranaíba, 14 anos de organização.

FONTE: CURVELLO, João José Azevedo. Comunicação interna e cultura organizacional. Brasília: Casa das Musas, 2012.

Que valores da empresa podem ser destacados, a partir da fala de seus colaboradores? Marque a alternativa correta:

A Superioridade e solidez

B Determinação e confiança

C Confiança e empatia

D Alegria e amizade

E Empatia e longevidade

18. Questão

Toda organização deve ser construída sobre sólida base de comunicação e informação e não apenas sobre hierarquia de autoridade. Nesse sentido, um sistema planejado de coletar, processar, armazenar e disseminar informações, que possibilita a tomada de decisões eficazes pelos gerentes de linha envolvidos, é um sistema de:

A Comunicação Cultural

B Informação da Cultura Interna

C Contabilidade de Recursos Humanos

D Informação Gerencial de Recursos Humanos

E Monitoração de Recursos Humanos

19. Questão

Marque a opção correta para o não é característica de uma boa informação:

A Precisão

B Disponibilidade no tempo adequado

C Conteúdo

D Pertinência

E Irrelevância

20. Questão

Se orador tiver um problema físico, como rouquidão, gripe e dor de cabeça:

A A comunicação verbal é muito mais fácil de ser controlada do que a comunicação escrita.

B Deverá revelar esse fato se sentir que ele irá diminuir a qualidade da sua apresentação.

C Nem sempre é o emissor a fonte primária da mensagem comunicada;

D Deverá revelar esse fato o auditório logo no início, para conquistar sua simpatia;

E Não deverá revelar esse fato ao auditório no início, para não desviar sua atenção da mensagem;

21. Questão

A comunicação organizacional integrada é formada por um mix que compreende.

A Jornalismo (comunicação com o público externo), publicidade (comunicação com o consumidor) e produção editorial (criação e impressão de material de campanha).

B Relações públicas (comunicação institucional), comunicação interna (ou administrativa) e marketing (comunicação mercadológica).

C Identificação demográfica (comunicação regional), de interesses de colaboradores (comunicação institucional) e expectativas de clientes (comunicação externa).

D Nível estratégico (executivo), nível tático (gerência) e nível operacional (produção de bens/serviços).

E Plano de comunicação (comunicação institucional), plano de marketing (comunicação mercadológica) e plano de mídia(comunicação da marca).

22. Questão

Ao assumir a Gerência de Recursos Humanos de uma empresa de pequeno porte, Rodrigo Martins percebeu que um dos aspectos marcantes na comunicação interna informal é a denominada "rádio peão". Ele considera necessário implantar uma estratégia eficiente de comunicação com os funcionários, pois

A entre os problemas da "rádio peão" está a distorção das informações, podendo prejudicar a empresa.

B fortalece a comunicação institucional com os clientes em potencial.

C a comunicação horizontal deve ser tratada de forma prioritária em relação à comunicação ascendente e descendente.

D é preciso fortalecer a comunicação descendente em detrimento à ascendente.

E a "rádio peão" tem um alcance maior que os mecanismos de comunicação interna e tem custos superiores aos mecanismos formais de comunicação.

23. Questão

Leia com atenção a afirmação de Wilson Costa Bueno (2009): Postulamos o Greenpeace como um exemplo de movimento social que soube se apropriar das tecnologias para estabelecer uma comunicação digital organizacional bastante peculiar, atuante, objeto pertinente para análise exploratória, na tentativa de entender as variáveis de um fenômeno.

A o mundo digital promove cada vez mais o Greenpeace e não pode promover outras organizações.

B O Greenpeace usou as tecnologias e ouras organizações não poderão fazer isso.

C Quaisquer organizações poderão acessar o site do Greenpeace para publicar as suas organizações e, desse modo, colocar esta forma de veiculação de conteúdo de modo ineficaz.

D Assim como o Greenpeace outras organizações podem se apropriarem de tecnologias de modo positivo.

E Para o mundo virtual o Greenpeace ainda não existe, porque os recursos da comunicação em rede ainda não foi consolidado.

24. Questão

Leia as afirmativas abaixo sobre a cultura organizacional:

I. Determina a maneira como a organização irá planejar, liderar, organizar, controlar e coordenar seus recursos a fim de atingir o seu objetivo esperado.

II. Influencia o comportamento e as atitudes dos seus profissionais.

III. É um dos fatores que não interferem na forma como a organização elabora e conduz a sua comunicação.

IV. Consiste na maneira como os colaboradores percebem a organização.

Está correto o que se afirma em:

A III e IV

B II e III

C II, III e IV

D I, II e III

E I e II