**Revisão comunicação Organizacional – discursivas:**

Pergunta 01: Como o autor define o conceito de convergência em torno das novas mídias?

Pergunta 02: Qual a diferença entre comunicação e informação?

Pergunta03: Explique uma das estratégias da comunicação organizacional integrada - a comunicação institucional.

Pergunta 04: Quais as vantagens da documentação escrita para a comunicação organizacional?

Pergunta 05: Em geral, o modelo tradicional de comunicação envolve diferentes elementos para que ocorra de forma efetiva, quais são eles e defina-os?

Pergunta 06: conceitue:

1. Comunicação e
2. Informação.

Pergunta 07: As autoras: TERCIOTTI e MACARENCO apontam três aspectos que devem ser considerados para que a informação seja considerada útil. Quais são eles?

Pergunta 08: Quais são as funções e os objetivos da comunicação organizacional e que podem torná-la um diferencial competitivo?

Pergunta 09: Como a Comunicação organizacional pode ser um elemento estratégico para a construção da identidade corporativa e da imagem institucional das empresas?

Pergunta 10: Quais os elementos que constituem a cultura organizacional segundo Wood?

Pergunta 11: Quais são as estruturas que expressam e perpetuam a cultura organizacional, segundo Wood?

Pergunta 12: Como pode ser traduzido o termo ***“House-organ”?***

Pergunta 13: Cite 3 objetivos da comunicação que se realiza no âmbito de empresas e organizações em geral, segundo Roger Cahen.

Pergunta 14: Como SCHULTZ & BARNES definem “ MARCA”.

Pergunta 15: Explique como SCHULTZ & BARNES abordam o termo “ O valor da marca”:

**Revisão comunicação Organizacional – objetivas:**

**Pergunta 01:** Em 1949 foi publicado, nos Estados Unidos, “The Mathematical Theory of Communication”, pela editora da Universidade de Illinois. A autoria é de dois engenheiros de comunicação norte-americanos, Claude Elwood Shannon e Warren Weaver. Este estudo é a primeira teoria da comunicação que começa a germinar no pós-guerra, no âmbito da Matemática e da engenharia elétrica, e ao nível das telecomunicações. Carlos Araújo, Teoria Matemática e a questão da interdisciplinaridade, 2010 (Adaptado). Os dois textos apresentados acima evocam uma discussão a respeito das interferências na mensagem, entendida na teoria do Paradigma Matemático Funcional.

Nesse sentido, em ambos os textos:

A A sua principal contribuição foi no nível da aplicação de um conceito de ¿ruído¿ não só físico, mas englobando também tudo aquilo que impossibilita a correta recepção da informação.

B Os papéis Comunicador/Destinatário são isolados e independentes das relações sociais, situacionais e culturais. ("os efeitos dizem respeito a destinatários atomizados, isolados" - Schulz, 1982).

C A audiência era concebida como um conjunto de classes etárias, de sexo, etc., dava pouca atenção às relações informais, considerava que as relações informais entre as pessoas eram irrelevantes e que não influenciava no resultado de uma campanha publicitária.

D As limitações da teoria hipodérmica (resistência do público, efeitos opostos aos previstos) deram lugar a três diretrizes na área de Comunicação: Empírico-experimental (persuasão), Empírica de campo (efeitos limitados) e Funcionalista das comunicações de massa.

E Não existem elementos que possam fortalecer estas afirmações.

**Pergunta 02:** Sobre os processos de comunicação, o que eles englobam?.

A os canais e os veículos de comunicação entre organização e pessoas, entre as pessoas que mantêm relação de trabalho com a organização e entre pessoas, organização e comunidade.

B todo o fluxo de informação, estruturado ou não, entre a organização e as pessoas e vice-versa.

C as relações sindicais, que são processos que tratam da relação entre organização, pessoas e sindicatos representativos dos trabalhadores.

D as relações com a comunidade, que compreendem o conjunto de políticas que balizam as relações entre organização, pessoas e comunidade.

E todo fluxo de informação que permitir ao gestor mapear as alternativas decisórias sobre as pessoas e os riscos de cada alternativa para a organização.

**Pergunta 03:** Os atributos mais valorizados da cultura organizacional de uma empresa são, exceto:

A Ética;

B Responsabilidade social;

C Competência;

D Compromisso;

E Lucro;

**Pergunta 04:** 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 Monitoração de Recursos Humanos

B Informação Gerencial de Recursos Humanos

C Informação da Cultura Interna

D Contabilidade de Recursos Humanos

E Comunicação Cultural

**Pergunta 05:** Nas relações humanas, a comunicação interpessoal é imprescindível. Dessa forma, considere as afirmativas a seguir. I. Na comunicação, a técnica do ruído auxilia a compreensão da mensagem enviada. II. A crítica construtiva, normalmente, fornece informações objetivas em relação ao comportamento profissional. III. Nas relações humanas, o sentimento de empatia tende a contribuir para um bom relacionamento. IV. O conflito pode ser considerado um fator positivo para a organização, por estimular a inovação e a criatividade. Assinale a alternativa correta:

A Somente as afirmativas I e II são corretas

B Somente as afirmativas I e IV são corretas

C Somente as afirmativas III e IV são corretas

D Somente as afirmativas I, II e III são corretas

E Somente as afirmativas II, III e IV são corretas

**Pergunta 06:** A comunicação interna é uma das estratégias para a realização do endomarketing (marketing interno). Qual é a importância da Comunicação Interna? Assinale a alternativa correta:

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

B A importância da comunicação interna não deve ser compreendida como uma estratégia no contexto empresarial atual, pois cada vez menos o sucesso de qualquer empreendimento não está centrado nas pessoas

C A importância da comunicação interna deve ser compreendida como estratégia no contexto empresarial atual, pois cada vez mais o sucesso de qualquer empreendimento está centrado nas pessoas

D O subordinado quer parecer competente “Não confia ou não gosta do chefe”.

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

**Pergunta 07:** Toda estratégia delineada dentro das organizações requer um gerenciamento da comunicação e das atitudes, isto é, não basta apenas falar, tem que fazer. Deve-se tomar cuidado para não cometer erros como comunicar e não fazer. Há empresas que falam e não fazem, outras fazem e não falam, enquanto algumas nem falam nem fazem. Como podemos descrever o fluxo de COMUNICAÇÃO DESCENDENTE? Assinale a alternativa correta:

A Ocorre entre profissionais do mesmo nível ou entre profissionais de níveis diferentes, mas que se situam em diferentes hierarquias

B Vai dos níveis inferiores para os superiores da hierarquia e diz respeito a: acontecimentos, desempenho (círculos de qualidade) e sugestões (caixas de sugestões)

C Vai dos níveis superiores para os inferiores da hierarquia e tem, freqüentemente, caráter diretivo: ordens, informações, relatórios. É a modalidade predominante nas organizações autoritárias e burocratizadas

D O subordinado quer parecer competente não confia ou não gosta do chefe

E Largamente utilizados para servir aos interesses próprios daqueles que fazem parte dela

**Pergunta 08:** 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 como um guia para a comunicação e para os esforços de patrocínio durante a duração do projeto

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

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

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

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

**Pergunta 09:** O processo comunicação interna nas organizações é estratégico para o compartilhamento de conhecimento entre os colaboradores da empresa, em todos os níveis e em todas as direções. Como podemos descrever os Canais Informais da Comunicação Interna? Assinale a alternativa correta:

A Surgem informalmente, mas ganham força na circulação interna das informações, muitas vezes superando os canais formais

B Percebidos em alguns casos como mais confiáveis e fidedignos do que os comunicados informais

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

D Instituídos pela organização. Possuem autoridade e devem buscar legitimidade

E Identifica-se como fluxo de comunicação administrativas

**Pergunta 10:** Comunicação organizacional é elemento chave na realização dos objetivos de uma organização. Desta forma, a comunicação vem assumindo nas organizações uma dimensão estratégica, já que faz parte da cultura organizacional, modifica o funcionamento da organização e tem efeitos no clima organizacional. A esse respeito podemos afirmar que:

A organização e comunicação constituem fenômenos distintos, mas isomórficos.

B uma estratégia de comunicação independe da estratégia global da organização.

C a comunicação tem papel fundamental na absorção, mas não na divulgação dos paradigmas empresariais.

D uma comunicação organizacional efetiva se baseia na racionalidade funcional e instrumental.

E a comunicação pode agir como poderosa ferramenta estratégica de gestão empresarial.

**Pergunta 11:** Leia abaixo algumas considerações sobre um processo de comunicação eficiente, analise, e assinale a alternativa incorreta:

A Em um processo de comunicação eficiente a palavra, o tom de voz, os gestos, o contexto, tudo deve estar integrado à mensagem que é transmitida.

B Quando uma mensagem não produz resultados dizemos que há desperdício de energia. Mensagens que não agreguem resultados positivos ou que não agreguem resultado algum, devem ser descartadas.

C A demonstração de profissionalismo, conhecimento sobre o assunto, experiência, credibilidade, ajudam a criar uma imagem positiva atribuindo certa autoridade e respeito.

D Dentro de um processo comunicativo para que obtenha a confiança das pessoas envolvidas é necessário que suas falas estejam sintonizadas e coerentes com as diversas atitudes e situações desenvolvidas no seu dia a dia.

E Sempre que possível é interessante que se crie um ambiente amigável, a qualquer custo. Mesmo que para isso seu trabalho ou sua empresa, sempre sejam prejudicados.

**Pergunta 12:** Em relação à comunicação nas organizações, assinale a opção que indica uma comunicação do tipo bottom-up.

A Orientação da diretoria sobre práticas e procedimentos.

B Informes contábeis e financeiros passados pelos chefes de departamento para a diretoria.

C Mensagens de doutrinação sobre valores culturais, provenientes da alta administração.

D Assessoria de staff para os departamentos de linha.

E Mensagens de coordenação interdepartamental para solução de problemas.

**Pergunta 13:** Uma empresa do setor financeiro está sofrendo algumas reestruturações visando à sua modernização, de modo a manter a competitividade no mercado. Os diretores, que atuam no nível estratégico, identificaram que é necessário mudar a cultura da empresa para uma atuação mais agressiva no mercado e implantar um modelo de gestão orientado para resultados, modificando assim o seu posicionamento. Para conseguir alcançar esse objetivo, é necessário que:

A haja um processo de conscientização geral sobre o novo modelo de gestão a ser adotado pela empresa, pois implicará modificação do comportamento das pessoas.

B seja implantada uma nova estrutura organizacional para que os diretores possam impor os novos valores que passarão a ser exigidos de todos os empregados da empresa.

C sejam demitidos todos os empregados do nível operacional, e outros sejam admitidos, já que a cultura organizacional decorre dos valores pessoais do nível operacional.

D sejam comunicados a todos os empregados, através de Portaria Normativa expedida pelo presidente da empresa, os novos valores institucionais que deverão ser imediatamente adotados por todos.

E sejam implantadas, imediatamente, as estratégias determinadas pelos diretores, impondo aos empregados esses valores, que passam, assim, a constituir uma prática da organização.

**Pergunta 14:** A resolução de problemas intradepartamentais, a coordenação interdepartamental e as iniciativas de melhoria e mudança ensejam comunicação organizacional do tipo

A vertical de cima para baixo.

B horizontal e vertical de baixo para cima.

C vertical de baixo para cima.

D vertical de cima para baixo e horizontal.

E horizontal ou lateral.

**Pergunta 15:** 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 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.

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

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

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

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

**Pergunta 16:** O processo de comunicação interna nas empresas é estratégico para o compartilhamento de conhecimento entre os colaboradores em todos os níveis e em todas as direções. Na empresa Máxima S.A. os diretores frequentemente emitem comunicados ou realizam reuniões para informar os funcionários sobre aspectos importantes como metas organizacionais, resultados alcançados, novas normas e procedimentos, caracterizando-se como

A Comunicação ascendente.

B Comunicação descendente.

C Comunicação lateral.

D Comunicação oficial.

E Comunicação institucional.

**Pergunta 17:** Segundo Kunsch (2003), a comunicação organizacional precisa ser entendida como uma filosofia capaz de nortear e orientar toda a comunicação que é gerada na empresa , como fator estratégico para o desenvolvimento organizacional na sociedade. Para isso, é preciso que alcance todos os envolvidos direta ou indiretamente com a empresa, denominados:

A clientes internos e externos.

B parceiros e fornecedores.

C stakeholders.

D colaboradores e Governo.

E imprensa, comunidade e sociedade.

**Pergunta 18:** Desde o princípio dos tempos, a comunicação foi de importância vital, sendo uma ferramenta de integração, instrução, de troca mútua e desenvolvimento. Responda: Em que consiste o processo de comunicação?

A Em um sistema de sinais emitidos de várias maneiras

B Na transmissão de informação entre um emissor e um receptor que descodifica (interpreta) uma determinada mensagem.

C Em um recado ou notícia oral ou por escrito.

D São recursos de ênfase que atuam segundo a intenção do produtor da mensagem

E Tudo aquilo que afeta o canal, perturbando a perfeita captação da mensagem.

**Pergunta 19:** Indique a alternativa incorreta:

A A comunicação organizacional não possibilita o adequado desenvolvimento organizacional;

B O processo de comunicação deve respeitar os valores da organização;

C A comunicação constitui-se em uma poderosa ferramenta de gestão;

D A comunicação pressupõe sempre a presença de público alvo;

E A comunicação imperfeita inviabiliza a realização pessoal e profissional.

**Pergunta 20:** A pratica da adequada comunicação organizacional envolve a adoção de um conjunto de posturas e atitudes que favorecem a presença de resultados objetivos e construtivos no que diz respeito à comunicação interna de uma organização. Dentre eles podem ser mencionados alguns (Identifique a alternativa incorreta):

A Motivar e integrar o público externo à organização;

B Criar um clima favorável ao processo de gestão;

C Favorecer ao processo de tomada de decisões;

D Incentivar a presença de uma imagem empresarial favorável;

E Motivar diferentes colaboradores.

**Pergunta 21:** 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 interna

B mercadológica

C integrada

D institucional

E administrativa

**Pergunta 22:** A comunicação organizacional integrada é formada por um mix que compreende.

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

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

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

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

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

**Pergunta 23:** Para que a comunicação de uma empresa se torne eficaz é preciso considerar os principais elementos do modelo tradicional de comunicação:

I. emissor - representa aquele que envia a mensagem e receptor é representado por aquele que recebe a mensagem.

II. código - é o conjunto de signos combinados nas mensagens verbais, retratado pela própria língua.

III. mensagem - representa o conteúdo das informações transmitidas.

IV. canal - diz respeito ao meio físico pelo qual a mensagem é transmitida.

V. contexto - indica a situação, assunto, lugar ou objeto a que a mensagem se refere e feedback acontece sempre que o receptor reconhece a mensagem e responde ao emissor.

Está correto somente o que se afirma em:

A I e IV

B II e III

C I, II, III e V

D I, II, III, IV e V

E III, IV e V

**Pergunta 24:** “Planos são nada; planejamento é tudo.” (Dwigth D. Eisenhower, in Kotler, 2008). De acordo com esta afirmação, analise as afirmativas a seguir assinalando a INCORRETA:

A O Planejamento acontece no nível estratégico e o plano no nível tático

B Plano é o objetivo que pretende-se atingir e planejamento é o conjunto de ações a serem implementadas

C O planejamento analisa o contexto em que a instituição está inserida

D Plano é o conjunto de ações a serem implementadas

E Planejamento é a análise do todo, diversos planos são adotados para a execução do que se pretende

**Pergunta 25:** Cada empresa constrói a cultura de acordo com os elementos que considera importantes para o seu negócio, com seus valores e suas crenças. Algumas empresas têm uma cultura bem sedimentada, com valores compartilhados por todos, não havendo grandes divergências em relação aos seus principais elementos. Uma empresa que apresenta tais características tem uma cultura:

A adaptativa

B conservadora

C forte

D fraca

E psicossocial

**Pergunta 26:** A marca trazida em determinado produto carrega com ela uma gama imensa de informações sobre as pessoas que fazem uso dela. Dentre tais informações podemos dizer que: 1- A marca pode mostrar a preocupação do consumidor com a qualidade de determinado produto; 2 - A marca somente indica o status social de quem usa determinado produto; 3 - A compra de um produto de determinada marca pode indicar uma tentativa de auto-promoção desse consumidor perante seus amigos e conhecidos; 4 - A marca de um determinado produto supera a qualidade que dele se espera, pois também serve para satisfazer a necessidade de outras pessoas que não estejam usando o produto em si. Serve para a formação de uma imagem externa de seu consumidor.

A Somente as afirmativas 1 e 3 estão corretas.

B Somente as afirmativas 1 e 2 estão corretas.

C Somente as afirmativas 1, 2 e 3 estão corretas.

D Somente as afirmativas 2, 3 e 4 estão corretas.

E Somente as afirmativas 1, 3 e 4 estão corretas.

**Pergunta 27:** A comunicação organizacional via ofício, entregue em cada setor específico de uma determinada organização já foi muito eficiente, mas, no momento, já apresenta algumas desvantagens em relação a outras modalidades de comunicação mais modernas. isso pode ser explicado porque:

A Atualmente, nem todas as pessoas em uma empresa costumam ler esse tipo de aviso.

B O e-mail é um meio muito mais rápido e que é acessado, a todo momento, por todos os colaboradores de uma determinada organização.

C O whatsap representa o meio mais eficiente e eficaz em todos os ramos e tipos de colaboradores em uma organização.

D Nos dias de hoje, é preferível fazer uso de cartas comerciais para fazer algum tipo de comunicado em uma empresa.

E É sempre mais rápido usar o modo de comunicação oral direta face a face, em todos os setores de todos os tipos de organização.

**Pergunta 28:** Nas organizações mais bem sucedidas do mundo, a área de comunicação interna recebe a máxima prioridade. Analise as proposições abaixo. I - Dado é um registro ou anotação a respeito de um determinado evento ou ocorrência. II - Emissor ou fonte é a pessoa, coisa ou processo que emite uma mensagem. III - Informação é o conjunto de dados com um determinado significado. IV - Ruído é uma interferência estranha que afeta a mensagem. É um elemento prejudicial ao processo de comunicação. V - Comunicação é o processo de transmissão de uma informação de uma pessoa para outra, sendo então compartilhada por ambas. Assinale a alternativa correta.

A As proposições I, II, III e V estão corretas.

B As proposições I, II, III e IV estão corretas.

C As proposições II, III, IV e V estão corretas

D Somente as proposições I e V estão corretas.

E Todas as proposições estão corretas.

**Pergunta 29:** É o tipo de redação na qual se apontam as características que compõem um determinado objeto, pessoa, ambiente ou paisagem. Descrever, portanto, é também particularizar um ser. É "fotografar" com palavras.

A Texto descritivo - exemplo

B Texto descritivo - aleatório

C Descrição dos textos elementares

D Elementos do texto descritivo

E Texto descritivo - explanação