

Seleção Pública para Provimento de Vagas de Estágio e Formação de Cadastro de Reserva no Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais - TJMG EDITAL 05/2024
Curso de Graduação Publicidade e Propaganda
Conhecimentos específicos

GABARITO: as respostas corretas estão destacadas

1. Marque a opção que melhor diferencia os conceitos de publicidade e propaganda.

- **A primeira refere-se ao mercado, ao visar a venda de produtos ou serviços, enquanto a segunda relaciona-se ao conteúdo, ou seja, à mensagem a ser transmitida.**
- Publicidade e propaganda são sinônimos.
- A publicidade se trata da mensagem em si, independente do valor comercial, enquanto a propaganda refere-se exclusivamente ao oferecimento de bens e serviços.
- A publicidade é o ato de se divulgar qualquer marca, enquanto a propaganda é o meio em que se dá essa divulgação.

2. Sobre a produção de materiais gráficos, assinale a alternativa INCORRETA:

- A diagramação do material é importante para que o leitor consuma o conteúdo na ordem desejada.
- O uso de tipografias de diferentes pesos auxilia na interpretação de informações e a utilização de fontes com aspecto bold, no meio de um texto, dão ideia de destaque àquela informação específica.
- A lógica do menos ou mais, ou seja, a de que sempre devemos priorizar peças com menos elementos, nem sempre é válida, pois isso vai variar conforme o conteúdo e o destinatário da mensagem.
- **A produção de material impresso e digital seguem os mesmos parâmetros.**

3. Assinale a opção que não impacta de forma direta na imagem institucional/corporativa de uma instituição ou empresa:

- Qualidade dos produtos/serviços
- **Situação geopolítica**

- Ações no meio digital
- Responsabilidade socioambiental

4. Tema: Plano de Comunicação

Sobre o plano de comunicação, analise as afirmativas e escolha a alternativa errada:

- O Plano de Comunicação é uma peça estratégica para qualquer instituição sem fins lucrativos e deverá espelhar os objetivos a alcançar, os caminhos a seguir para cumprir esses objetivos, o público ao qual se destina o esforço de comunicação, o tempo de implementação e o orçamento disponível.
- Um bom plano de comunicação ajuda a estruturar uma ação de comunicação, definindo prazos e rotinas e apoiando a gestão das prioridades que a instituição quer comunicar.
- **Como o sucesso do plano de comunicação depende dos resultados alcançados, é fundamental incluir um método de avaliação que permita medir o impacto do plano traçado, o que é dispensável em comunicações voltadas ao público interno.**
- É essencial escolher os meios adequados, bem como a frequência em que o público-alvo receberá a mensagem.

5. Marque a alternativa correta:

- Um slogan pode ser conceituado como a marca, ou seja, o conjunto de ícone e texto que faz a assinatura das peças gráficas de determinada empresa/instituição.
- **O texto publicitário e o texto jornalístico possuem as mesmas características.**
- Uma das principais informações a serem consideradas para a definição do plano de mídia é o público-alvo da campanha.
- Tendo em vista serem áreas distintas de atuação, é dispensável para o profissional de publicidade o conhecimento de conceitos de marketing.