**PERGUNTA 1**

1. Como é chamada a ação de comunicação que é a construção e o gerenciamento de uma marca junto ao mercado?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Propaganda corporativa. |
|  | b. | Entretenimento de marca. |
|  | c. | Identificação. |
|  | d. | Levantamento. |
|  | e. | *Branding.* |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 2**

1. Como é chamada a ferramenta de comunicação que tem por objetivo sugerir o assunto, estimular a investigação e que possui material de divulgação produzido pela assessoria, escrito na forma jornalística?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | *Release.* |
|  | b. | *Press-release.* |
|  | c. | *Press-kit.* |
|  | d. | Entrevista coletiva. |
|  | e. | *Clipping.* |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 3**

1. Como é chamada a inserção de anúncios no rádio que possuem peças musicais cantadas compostas especialmente para a marca anunciante? Melodia simples e cativante, fácil de ser repetida?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | *Jingles.* |
|  | b. | *Spot.* |
|  | c. | Testemunho. |
|  | d. | Notícia. |
|  | e. | Plotagem. |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 4**

1. Como é chamada a propaganda deﬁnida como o uso pago da mídia com ﬁns de beneﬁciar a imagem da empresa como um todo?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Propaganda gratuita. |
|  | b. | Propaganda eleitoral. |
|  | c. | Propaganda consensual. |
|  | d. | Propaganda corporativa. |
|  | e. | Propaganda distributiva. |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 5**

1. Como podemos chamar o patrocínio ou a parceria em ações que reﬂetem a natureza da empresa e os seus valores, como eventos de entretenimento, cultura, esportes e lazer, dentro de uma ação de comunicação de identidade?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Propaganda corporativa. |
|  | b. | Identificação. |
|  | c. | Entretenimento de marca. |
|  | d. | Levantamento. |
|  | e. | *Branding.* |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 6**

1. Pensando em cliente, qual a necessidade física é atendida pela fuga da rotina de trabalho e dia a dia?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Fisiológica. |
|  | b. | Segurança. |
|  | c. | Psicológica. |
|  | d. | Mudança. |
|  | e. | *Status.* |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 7**

1. Qual o tipo de cliente que busca sempre por novidades?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Emotivo. |
|  | b. | Falador. |
|  | c. | Racional. |
|  | d. | Calado. |
|  | e. | Inovador. |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 8**

1. Qual o tipo de cliente são pessoas que argumentam com critérios fortemente racionais, dados da realidade, objetividade, apresentam fatos e detalhes?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Emotivo. |
|  | b. | Falador. |
|  | c. | Racional. |
|  | d. | Calado. |
|  | e. | Inovador. |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 9**

1. Ter uma vitrine, um mostruário completo e um escritório são características de uma loja e qual outro lugar?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Estande. |
|  | b. | Estoque. |
|  | c. | Armazém. |
|  | d. | Central de mídia. |
|  | e. | NDA. |

**0,25 pontos**

**PERGUNTA 10**

1. Vale-brinde, sorteio, prêmio, cuponagem são considerados?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | a. | Amostras. |
|  | b. | Brindes. |
|  | c. | Apresentação. |
|  | d. | Itens promocionais. |
|  | e. | NDA. |