

Iniciado em	domingo, 23 jun. 2024, 17:01
Estado	Finalizada
Concluída em	domingo, 23 jun. 2024, 17:37
Tempo empregado	35 minutos 38 segundos
Avaliar	37,50 de um máximo de 50,00(75%)

Questão 1

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

- Todas as campanhas de marketing e comunicação buscam resultados assertivos. Em campanhas promocionais, a mensuração dos resultados pode ser realizada em tempo real, e em um período curto, pois é factual. Em campanhas de marketing de conteúdo, baseadas em storytelling, há mais dificuldades em mensurar os resultados e tirar uma conclusão em um período curto de tempo, porque:
- ☐ a. a promoção baseada em storytelling trabalha com a comunicação de escassez, como: “Só até hoje, enquanto durarem os estoques”.
 - ☒ b. o marketing de conteúdo com abordagem de storytelling trabalha com profundidade de conhecimento e de lembrança da marca.
 - ☐ c. o storytelling não é baseado em marketing de conteúdo, portanto não há como medir os resultados..
 - ☐ d. a promoção relâmpago tem como proposta envolver o público em narrativas de marca, como o storytelling.
 - ☐ e. o marketing de conteúdo tem uma abordagem de promoção quando utiliza narrativas de marca.

Questão 2

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

O data storytelling é uma poderosa forma de comunicação que utiliza dados para contar histórias impactantes. Ao combinar informações e narrativas envolventes, o data storytelling permite que as organizações transmitam mensagens complexas de forma clara e cativante. Essa abordagem inspira insights, ajuda na tomada de decisões difíceis e permite que os dados ganhem vida, fornecendo uma compreensão mais profunda do contexto e resultados. Leia as afirmativas abaixo e marque (V) para VERDADEIRO e (F) para FALSO. () Data Storytelling é uma técnica que combina elementos de análise de dados com narrativa para comunicar informações de forma impactante. () O Data Storytelling é uma prática exclusiva de investigadores de dados e analistas de negócios. () A visualização de dados desempenha um papel crucial no Data Storytelling, ajudando a transmitir a mensagem de maneira clara e compreensível. () O Data Storytelling é utilizado principalmente para entretenimento, não tendo aplicação prática em ambientes corporativos. () O Data Storytelling ajuda as organizações a tomar decisões seguras em concreto e comunicar insights de forma mais persuasiva.. A sequência correta de respostas é:

- ☒ a. V, F, V, F, V
- ☐ b. V, F, V, F, F.
- ☐ c. V, F, F, V, V.
- ☐ d. F, F, V, F, V.
- ☐ e. F, V, F, V, F.

Questão 3

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

O uso de storytelling tem se tornado cada vez mais uma excelente alternativa de estratégia que podem ser utilizadas pelas empresas. Entretanto ainda há dificuldades para a adoção do data storytelling nas organizações. Segundo Davenport (2015), qual seria o principal motivo para isso??

- ☒ a. A falta de profissionais com domínio das técnicas e das estratégias para data storytelling.
- ☐ b. A necessidade de engajamento do time de estratégia e marketing para construir as histórias.
- ☐ c. O grande volume de dados disponíveis e descentralizados.
- ☐ d. O descaso do quadro executivo das empresas em relação ao uso de data storytelling.
- ☐ e. A falta de recursos financeiros para desenvolver os sistemas para visualização de dados.

Questão 4

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

O livro "Metodologias para aprendizagem ativa", apresenta conceitos e técnicas relacionadas à construção de narrativas eficazes para transmitir mensagens e engajar o público. Essas metodologias são amplamente utilizadas em diferentes áreas, como publicidade, cinema e educação. Qual é a função do storyboard na construção de narrativas?

- ☒ a. Organizar a estrutura temporal da história.
- ☐ b. Realizar o roteiro das cenas de ação.
- ☐ c. Selecionar os núcleos e elementos visuais para a narrativa.
- ☐ d. Definir os diálogos dos personagens.
- ☐ e. Determinar a trilha sonora da narrativa.

Questão 5

Completo Atingiu 0,00 de 2,50

O processo de descoberta do conhecimento em cenários de big data costuma ser bastante complexo. Entre algumas das dificuldades, está a questão do grande volume de dados para serem considerados na análise e que, por sua vez, resultam em uma grande variedade de combinações. Há muitos recursos que podem ser utilizados para automatizar esse processo, como, por exemplo, os algoritmos de aprendizagem de máquina. Contudo, ainda assim, a apresentação das informações resultantes continua sendo necessária. Podem-se listar algumas vantagens da adoção de data storytelling para auxiliar nesse processo.

Considere os seguintes itens:

- I. Maior probabilidade de as pessoas se lembrarem de uma história do que de dados (estatísticas) apresentadas de maneira direta.
- II. Maior poder de persuasão para convencer as pessoas a tomarem uma ação baseada nos resultados apresentados.
- III. Mais engajamento da audiência.
- IV. Possibilidade de identificar mais padrões ou insights nos dados.
- V. Armazenamento de mais documentação.

É correto o que se afirma em:

- ☒ a. Estão corretas somente as opções I, II e IV.
- ☐ b. Estão corretas somente as opções II, III e V
- ☐ c. Estão corretas as opções I, II e III.
- ☐ d. Estão corretas somente as opções II, III e IV.
- ☐ e. Estão corretas somente as opções I, II e V.

Questão 6

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

Existem alguns passos que são importantes para a produção de storytelling pelos estudantes. Entre eles podemos citar: a definição da ideia ou do problema; a pesquisa; a construção da narrativa escrita; o planejamento; a produção final; o compartilhamento; e a avaliação. Assinale a alternativa que mostra uma correta relação entre um desses passos e a sua descrição.

- ☐ a. A definição da ideia ou do problema remete à tomada de decisão sobre os mecanismos que serão utilizados para a divulgação das histórias produzidas.
- ☐ b. O planejamento consiste na divisão dos grupos pelo professor, no qual devem ser consideradas as afinidades e habilidades de cada um.
- ☐ c. A construção da narrativa escrita é quando existe a reunião dos elementos textuais e midiáticos que farão parte da história narrada.
- ☐ d. A avaliação é o momento em que se constrói o storyboard para ver se o processo está sendo realizado de forma coerente e objetiva.
- ☒ e. A pesquisa é quando os estudantes se aprofundam sobre o tema, sobre a ideia que será abordada na narrativa, para que possam criar a história de acordo.

Questão 7

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

Os analistas de dados que fazem uso de data storytelling não devem se concentrar apenas na estrutura do conjunto de dados, ou seja, os registros que aparecem nas linhas e as informações das colunas (atributos). Eles também precisam considerar outras descrições e o significado desses dados em busca de elementos que auxiliem na construção da narrativa. No entanto, nem sempre essa é uma tarefa trivial. Qual estratégia poderia ser indicada para auxiliar nesse processo?

- ☐ a. Fazer entrevistas com o público-alvo.
- ☐ b. Considerar todo o volume de dados disponíveis na base.
- ☐ c. Ter uma definição clara do papel de roteirista.
- ☐ d. Manter os dados centralizados (silos).
- ☒ e. Proceder à criação de metadados.

Questão 8

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

“A escola necessita adotar novas estratégias para despertar a curiosidade do seu público para aquilo que é proposto comunicar. Com isso, é perceptível nesse meio, uma espécie de cabo de guerra em busca de atenção. Consegue-a aquele que tiver uma melhor história para contar, como: o filme em cartaz, a espetáculo teatral, o enredo de um livro” (SILVA; SOBRINHO, 2016, p. 362). A partir da citação dos autores e dos estudos do conteúdo, pode-se afirmar que:

- ☐ a. Os estudantes se encontram em constante disputa e conflito de interesses entre a escola e demais espaços sociais que frequentam e também comunicam coisas, porém, a escola continua sendo mais interessante
- ☐ b. O uso de estratégias de aprendizagem ativa com base em narrativas como o storyboard e o storytelling pode revolucionar a forma como a escola se comunica, diminuindo o interesse dos estudantes.
- ☒ c. Ao utilizar as estratégias de aprendizagem ativa baseadas em narrativas storyboard e storytelling tanto modificamos a forma como a escola se comunica como aumentamos o interesse dos alunos.
- ☐ d. Para que melhore a comunicação da escola e aumente o interesse dos estudantes basta que sejam utilizadas diariamente as tecnologias digitais de informação e comunicação como principal ferramenta.
- ☐ e. As estratégias que a escola utiliza são boas: o que mudou foi a sociedade em si, principalmente devido às tecnologias de informação e comunicação. Logo, quem precisa mudar é a sociedade.

Questão 9

Completo Atingiu 0,00 de 2,50

As histórias que contemplam o storytelling organizam as narrativas que são planejadas para gerar e resolver conflitos e criar experiências ricas. Essa é uma maneira de entreter, engajar e compartilhar com os outros o que se compreende do mundo. Nesse contexto, assinale a alternativa correta:

- ☐ a. Sem histórias, a vida seria linear, sem emoções e experiências transformadoras.
- ☐ b. Somente a partir das histórias é que se pode viver uma vida segura e linear.
- ☐ c. As marcas não devem contar histórias porque precisam mostrar o produto e vendê-lo
- ☒ d. Sem histórias, a vida teria experiências e haveria uma transformação na jornada das pessoas.
- ☐ e. As histórias mostram que a experiência é sempre prejudicial porque quebra a rotina.

Questão 10

Completo Atingiu 0,00 de 2,50

Data storytelling é a arte de transformar números em narrativas envolventes. Por meio da análise e visualização de dados, é possível contar histórias impactantes e persuasivas. Combinando fatos e emoções, o data storytelling ajuda a simplificar informações complexas, facilitando a compreensão e engajando o público. Considerando esse contexto, avalie as seguintes asserções e a relação proposta entre elas:

I. Quando a narrativa não é acoplada aos dados, ela deve ajudar a explicar ao público o que está acontecendo nos dados e por que um insight específico é importante.

Por que

II. Os recursos visuais aplicados aos dados podem esclarecer o público sobre insights que eles não veriam sem tabelas ou gráficos, pois muitos padrões interessantes e dados fora do padrão (outliers) permaneceriam visíveis nas linhas e colunas das tabelas de dados caso não houvesse a ajuda de visualizações de dados.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta:

- ☒ a. As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- ☐ b. As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- ☐ c. A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- ☐ d. A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- ☐ e. As asserções I e II são proposições falsas.

Questão 11

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

A utilização de narrativas pode apresentar muitos ganhos para a aprendizagem dos estudantes. Marque a alternativa que apresenta corretamente esse potencial apresentado pela utilização de narrativas como estratégia ativa de aprendizagem:

- ☐ a. A produção de narrativas possibilita aos estudantes inibir sua criatividade e capacidade de comunicação por meio de textos e imagens.
- ☐ b. Ao produzir suas narrativas, os alunos desenvolvem a habilidade de conter seus sentimentos para evitar que suas histórias fiquem melancólicas.
- ☒ c. Produzir narrativas possibilita que os estudantes acionem seus conhecimentos prévios sobre o tema, o que envolve a memória e a seleção de ideias.
- ☐ d. Ao produzir histórias os estudantes restringem sua percepção e visão de mundo, pois ficam somente focados no tema dado pelo professor.
- ☐ e. A produção de narrativas aprimora a capacidade de análise crítica sobre o tema abordado, impedindo que sua descrição ocorra como deveria

Questão 12

Completo Atingiu 0,00 de 2,50

Durante o desenvolvimento de narrativas de dados visuais, ou visual data storytelling, diferentes atividades devem ser realizadas pelo analista, ou sua equipe, trabalhando nessa apresentação. Lee et al. (2015) descrevem algumas atividades que fazem parte desse processo. Considere os seguintes itens:

I. Explorar e analisar os dados.

II. Ordenar pedaços da história.

III. Construir a apresentação.

IV. Comparar a história.

V. Compartilhar a história.

É correto o que se afirma em:

- ☐ a. Estão corretas somente as opções I, III e V.
- ☒ b. Estão corretas as opções I, II, III, IV e V
- ☐ c. Estão corretas somente as opções I, II e III.
- ☐ d. Estão corretas somente as opções I, II, III e V.
- ☐ e. Estão corretas somente as opções I, II, III e IV.

Questão 13

Completo Atingiu 0,00 de 2,50

O storytelling é uma poderosa estratégia de comunicação que envolve a criação e compartilhamento de histórias cativantes. Nas mídias digitais, o storytelling desempenha um papel fundamental na geração de conteúdos impactantes. Considerando esse contexto, avalie as seguintes asserções e a relação proposta entre elas:

I. O storytelling é uma técnica de comunicação que utiliza elementos figurativos para transmitir uma mensagem de forma envolvente e persuasiva.

Por que

II. O uso do storytelling no marketing ajuda a criar uma conexão emocional com o público-alvo, despertando o interesse e a curiosidade pelo conteúdo.

A respeito das afirmações, assinale a alternativa correta:

- ☒ a. As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- ☐ b. As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I
- ☐ c. As asserções I e II são proposições falsas.
- ☐ d. A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira..
- ☐ e. A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.

Questão 14

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

Data storytelling, em uma tradução livre, pode ser entendida como apresentar uma narrativa ou contar histórias com dados. Em artigo publicado na revista Forbes, Brent Dykes (2016) menciona que o termo é comumente associado à visualização de dados, infográficos ou painéis de controle (dashboard). Data storytelling é uma abordagem estruturada para comunicar informações de dados e envolve a combinação de alguns elementos principais. São eles

I – dados

II – recursos visuais

III – narrativa

IV – conceituação.

É correto o que se afirma em:

- ☐ a. Os itens I, II, III e IV estão corretos
- ☐ b. Apenas os itens I, III e IV estão corretos.
- ☒ c. Apenas os itens I, II e III estão corretos
- ☐ d. Apenas os itens I, II e IV estão corretos.
- ☐ e. Apenas os itens II, III e IV estão corretos.

Questão 15

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

A utilização do storytelling como estratégia de marketing é eficaz para engajar o público-alvo e transmitir mensagens de forma envolvente. Leia as afirmativas abaixo e marque (V) para VERDADEIRO e (F) para FALSO. () O storytelling permite criar uma conexão emocional com os consumidores. () O storytelling é utilizado exclusivamente em campanhas de televisão. () O storytelling é uma técnica que se adapta a diferentes plataformas de comunicação. () O storytelling tem como objetivo principal vender produtos e serviços. () O storytelling é uma estratégia de marketing recente e pouco utilizada. A sequência correta de respostas é:

- ☐ a. F, F, V, F, V.
- ☐ b. F, V, F, V, F.
- ☐ c. V, F, V, F, V.
- ☒ d. V, F, V, F, F
- ☐ e. V, F, F, V, V.

Questão 16

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

Juntos, storytelling e storyboard potencializam a comunicação e a compreensão das mensagens transmitidas. Ao adotar nas metodologias ativas, como o uso de jogos e dinâmicas interativas, é possível engajar ainda mais os participantes, estimulando o aprendizado de forma lúdica e participativa. Assim, o storytelling, o storyboard e as metodologias ativas se unem para criar experiências memoráveis e impactantes. Considerando esse contexto, avalie as seguintes asserções e a relação proposta entre elas:

I. O storyboard é uma técnica utilizada para planejar e organizar visualmente uma narrativa, representando as principais cenas e sequências da história de forma esquemática.

Por que

II. O storytelling é o processo de contar histórias de forma envolvente e persuasiva, utilizando elementos narrativos como personagens, enredo e emoções, com o objetivo de transmitir uma mensagem ou ideia.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta:

- ☐ a. A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- ☐ b. A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- ☐ c. As asserções I e II são proposições falsas.
- ☐ d. As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I
- ☒ e. As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I..

Questão 17

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

A jornada do herói é um esquema que segue uma sequência de ações e experiências pelas quais a personagem passa durante um ciclo. A partir da criação do esquema, por Joseph Campbell, muitas adaptações surgiram, fazendo com que não seja uma regra que deva ser seguida em todas as suas etapas. Para trazer novas experiências transformadoras para o público, qual(is) fator(es) não se pode(m) omitir da jornada?

- ☐ a. Não se deve omitir a fase da aproximação da caverna, pois é a que gera tensão e emoção, trazendo conexão e engajamento do público
- ☐ b. Não se podem omitir diversas personagens, que devem dar um apoio ao herói sempre que ele as invoca.
- ☐ c. Não se pode omitir o produto da marca, que deve estar em primeiro plano no vídeo, na primeira ação.
- ☒ d. Não se devem omitir os conflitos, pois são eles que geram tensão e emoção, trazendo conexão e engajamento do público.
- ☐ e. Não se deve omitir a fase da aproximação da caverna oculta, pois é nessa etapa que o herói se descobre.

Questão 18

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

O storyboard auxilia na construção das narrativas que compõem o storytelling que vem sendo desenvolvido pelos estudantes. O storyboard apresenta como uma de suas características principais:

- ☐ a. A preservação da ideia do autor é o ponto mais importante. Por isso, designers não podem interagir com as boxes que foram criadas.
- ☐ b. O storyboard é um croqui, um esboço da construção de uma narrativa maior, sendo, por isso, menos importante.
- ☐ c. Apresentar o detalhamento e a configuração final de cada cena de forma que possa ser divulgada.
- ☐ d. Um storyboard bem construído acaba substituindo o storytelling, pois este se torna desnecessário
- ☒ e. Ser desenvolvido quadro a quadro, retratando a cena e sua narrativa com o uso de texto e imagens.

Questão 19

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

O storytelling pode ser conceituado como uma estratégia de marketing de conteúdo. Mas qual é seu real significado? Assinale a alternativa com a resposta correta.

- ☐ a. Storytelling é um termo da língua portuguesa que significa imagem de marca, em que story significa história e telling, contar.
- ☒ b. Storytelling é um termo da língua inglesa que significa contar histórias, em que story significa história e telling, contar.
- ☐ c. Storytelling é um termo da língua inglesa que significa contar histórias para crianças, em que story significa história e telling, contar.
- ☐ d. Storytelling é um termo da língua inglesa que significa imagem de marca, em que story significa história e telling, contar.
- ☐ e. Storytelling é uma fórmula mitológica da língua portuguesa que significa contar histórias, em que story significa história e telling, contar.

Questão 20

Completo Atingiu 2,50 de 2,50

O storytelling também é utilizada como uma estratégia de marketing que busca contar histórias envolventes para criar uma conexão emocional entre a marca e o público-alvo. Essa abordagem visa criar uma narrativa cativante que capte a atenção dos consumidores e transmita mensagens de forma mais eficaz. No livro "Gestão de Conteúdos em Canais Sociais", o storytelling é discutido como uma ferramenta poderosa para engajar os usuários e fortalecer a presença de uma marca nas redes sociais. Sobre o uso do storytelling como uma abordagem de marketing, qual das alternativas a seguir é correta?

- ☒ a. O storytelling utiliza elementos narrativos para engajar o público e transmitir mensagens de forma mais efetiva.
- ☐ b. O storytelling é uma estratégia estática e não permite a interação dos consumidores.
- ☐ c. O storytelling é uma técnica exclusiva para grandes marcas e não é adequado para pequenas empresas.
- ☐ d. O storytelling busca transmitir mensagens de forma lógica e racional, sem apelar para as emoções dos consumidores
- ☐ e. O storytelling é uma técnica que se restringe apenas a canais de marketing tradicionais, como anúncios impressos e comerciais de televisão.

◀ Atualidades - Ciclo 3

Seguir para...

...