



PROCESSO SELETIVO - PS

SEDUC - 2025



Universidade
Estadual do Piauí

PROVA ESCRITA OBJETIVA

FUNÇÃO 39: **PROFESSOR PARA O CURSO TÉCNICO EM MARKETING DIGITAL**

DATA: 12/10/2025 – HORÁRIO: 8h30 às 12h30 (horário do Piauí)

LEIA AS INSTRUÇÕES:

- Você deve receber do fiscal o material abaixo:
 - Este caderno (**FUNÇÃO 39**) com 40 questões objetivas, sem falha ou repetição.
 - Um CARTÃO-RESPOSTA destinado às respostas objetivas da prova. *Verifique se o tipo de caderno (**FUNÇÃO 39**) é o mesmo que consta no seu Cartão-Resposta.***OBS: Para realizar sua prova, use apenas o material mencionado acima e, em hipótese alguma, papéis para rascunhos.**
- Verifique se este material está completo e se seus dados pessoais conferem com aqueles constantes no CARTÃO-RESPOSTA.
- Após a conferência, você deverá assinar seu nome completo, no espaço próprio do CARTÃO-RESPOSTA utilizando caneta esferográfica com tinta de cor preta.
- Escreva o seu nome nos espaços indicados na capa deste CADERNO DE QUESTÕES, observando as condições para tal (assinatura e letra de forma), bem como o preenchimento do campo reservado à informação de seu número de inscrição.
- No CARTÃO-RESPOSTA, a marcação das letras correspondentes às respostas de sua opção deve ser feita com o preenchimento de todo o espaço do campo reservado para tal fim.
- Tenha muito cuidado com o CARTÃO-RESPOSTA, para não dobrar, amassar ou manchar, pois este é personalizado e, em hipótese alguma, poderá ser substituído.
- Para cada uma das questões são apresentadas cinco alternativas classificadas com as letras (A), (B), (C), (D) e (E); assinale apenas uma alternativa para cada questão, pois somente uma responde adequadamente ao quesito proposto. A marcação em mais de uma alternativa anula a questão, **mesmo que uma das respostas esteja correta**; também serão nulas as marcações rasuradas.
- As questões são identificadas pelo número que fica à esquerda de seu enunciado.
- Os fiscais não estão autorizados a emitir opinião nem a prestar esclarecimentos sobre o conteúdo das provas. Cabe única e exclusivamente ao candidato interpretar e decidir a este respeito.
- Reserve os 30 (trinta) minutos finais para marcar seu CARTÃO-RESPOSTA. Os rascunhos e as marcações assinaladas no CADERNO DE QUESTÕES não serão consideradas.
- Quando terminar sua Prova, antes de sair da sala, assine a LISTA DE FREQUÊNCIA, entregue ao Fiscal o CADERNO DE QUESTÕES e o CARTÃO-RESPOSTA, que deverão conter sua assinatura.
- O tempo de duração para esta prova é de **4h (quatro horas)**.
- Por motivos de segurança, você somente poderá ausentar-se da sala de prova depois de **3h (três horas)** do início desta.
- O rascunho ao lado não tem validade definitiva como marcação do Cartão-Resposta, destina-se apenas à conferência do gabarito por parte do candidato.

Nº DE INSCRIÇÃO

--	--	--	--	--	--

Assinatura

Nome do Candidato (letra de forma)

RASCUNHO

		21	
02		22	
03		23	
04		24	
05		25	
06		26	
07		27	
08		28	
09		29	
10		30	
11		31	
12		32	
13		33	
14		34	
15		35	
16		36	
17		37	
18		38	
19		39	
20		40	



Nº DE INSCRIÇÃO					



CONHECIMENTOS BÁSICOS

CONHECIMENTOS PEDAGÓGICOS E LEGISLAÇÃO EDUCACIONAL

01. A escola é uma instituição social e educacional responsável por promover a aprendizagem e o desenvolvimento dos indivíduos. É um espaço onde se realizam processos de ensino e aprendizagem sistemáticos e intencionais, com o objetivo de transmitir conhecimentos, valores, habilidades e competências. Portanto, a escola desempenha um papel importante na formação do cidadão.

Para além do processo de construção de novos conhecimentos, a escola também deve contribuir para

- a) a reprodução de práticas sociais vigentes sem questionamentos.
- b) a formação de um indivíduo crítico, cidadão, atuante na sociedade e para o mercado de trabalho.
- c) a padronização das práticas culturais e sociais da comunidade.
- d) a construção de práticas pedagógicas que isolem os alunos das questões políticas e sociais.
- e) a preparação para o mercado de trabalho como prioridade.

02. Segundo Paro (2014), a escola e a família devem caminhar juntas no processo de formação da criança, pois ambas possuem responsabilidades complementares e imprescindíveis para o desenvolvimento integral dos indivíduos. Quando a família e a escola trabalham juntas, há uma visão mais completa sobre o aluno, o que facilita o suporte às suas necessidades de forma mais adequada.

Sobre a importância da relação família e escola, assinale a alternativa que contenha **APENAS** as afirmações corretas sobre como deve ser a relação ideal entre a escola e a família no processo educacional.

- a) A escola deve orientar as famílias sobre como agir em todos os aspectos da vida das crianças.
- b) A família deve se preocupar com a educação moral, deixando os conteúdos pedagógicos para a escola.
- c) A parceria entre escola e família deve ser colaborativa, respeitando os papéis de cada uma na educação e atuando de forma conjunta e participativa.
- d) A escola deve assumir total responsabilidade pela formação dos alunos, independentemente da família.
- e) A família não deve intervir nos processos pedagógicos desenvolvidos pela escola, deixando que esta conduza a formação dos alunos desconsiderando as necessidades particulares.

03. No contexto da educação brasileira, Anísio Teixeira (1900-1971) foi um dos mais importantes educadores e pensadores brasileiros do século XX e um dos principais articuladores do movimento pela educação pública no Brasil. Nascido na Bahia, foi um dos pioneiros na introdução de ideias progressistas na educação. Teixeira foi fortemente influenciado pelo pensamento do filósofo americano John Dewey, isso refletiu em sua luta pela educação como um direito básico e fundamental para a construção de uma sociedade mais justa.

Sua contribuição para a educação está marcada pela defesa da(o):

- a) educação tecnicista como meio de avanço industrial.
- b) escola pública universal, gratuita e de qualidade como direito fundamental.
- c) ensino baseado na rígida disciplina.
- d) segmentação da escola para as elites desconsiderando as camadas populares.
- e) formação de escolas religiosas como padrão educativo.



04. O Projeto Político Pedagógico (PPP) é um documento que norteia a organização e as práticas pedagógicas de uma escola. Ele reflete a identidade da instituição, suas diretrizes, objetivos, metas e estratégias para o desenvolvimento do ensino e aprendizagem, levando em consideração o contexto em que está inserido.

Considerando a importância deste documento para a organização pedagógica da instituição, ele é fundamental para a escola porque:

- a) define regras disciplinares rígidas e imutáveis.
- b) estabelece o currículo da escola baseado nas exigências internas dos professores.
- c) reflete as especificidades da comunidade escolar tendo como base documentos normativos, além de propor caminhos educativos.
- d) submete a escola às decisões administrativas centrais, sem autonomia.
- e) é um documento burocrático exigido por lei, sem impacto real.

05. A gestão democrática é um modelo de administração que promove a participação ativa e igualitária de todos os membros de uma comunidade ou organização no processo de tomada de decisões. No contexto educacional, refere-se à forma como as escolas ou instituições de ensino são geridas, com a participação de professores, alunos, pais, funcionários e outros membros da comunidade escolar.

Sobre gestão democrática nas escolas públicas, de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) Lei nº 9.394/1996, ela deve ser:

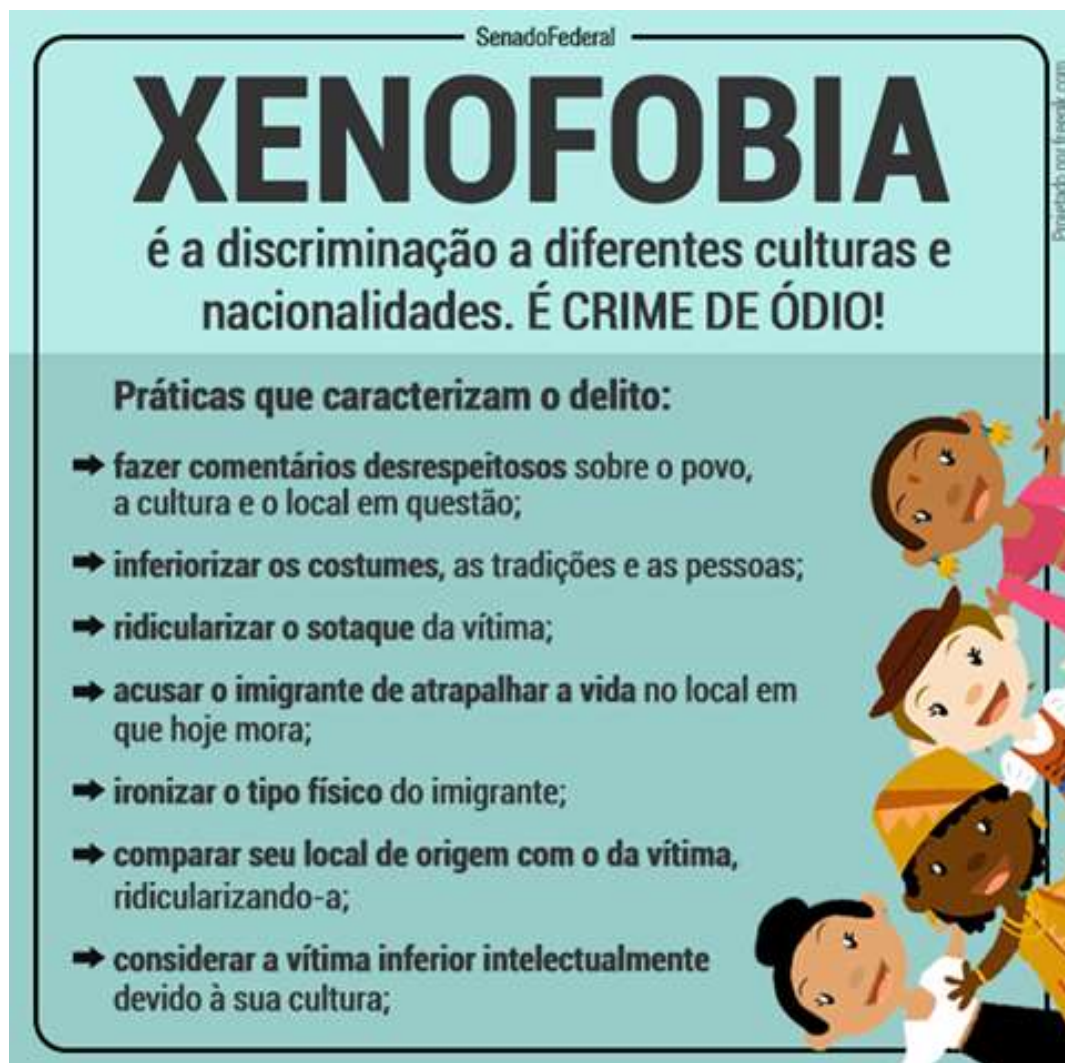
- a) baseada na escolha do diretor pelos professores.
- b) atribuída aos gestores, sem participação da comunidade escolar.
- c) implementada com base em decisões impostas pelo governo estadual ou municipal.
- d) conduzida com a participação ativa de toda a comunidade escolar, respeitando a diversidade de opiniões.
- e) focada apenas nos aspectos administrativos e financeiros da escola.

06. O Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) é um indicador criado pelo governo brasileiro, em 2007, para medir a qualidade da educação nas escolas públicas e privadas do país. Ele foi desenvolvido pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), vinculado ao Ministério da Educação (MEC). O IDEB é usado como um dos principais parâmetros para monitorar o desempenho do sistema educacional brasileiro e orientar políticas públicas voltadas para a melhoria da educação. Ele avalia:

- a) a infraestrutura das escolas públicas.
- b) o desempenho dos alunos em provas padronizadas e a taxa de aprovação escolar.
- c) a formação continuada dos professores.
- d) o envolvimento da família na vida escolar dos alunos.
- e) o acesso à educação superior dos alunos da Educação Básica.

LÍNGUA PORTUGUESA

As questões de **07** a **11** referem-se ao seguinte *post* publicado no *instagram* do Senado Federal.



Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/karol-conka-e-a-educacao-nordestina-foi-xenofobia>.
Acesso em: 22 set. 2022.

- 07.** Em convergência com suas condições de produção e circulação, o *post* do Senado Federal tem caráter
- a) punitivo.
 - b) preventivo.
 - c) dogmático.
 - d) publicitário.
 - e) programático.
- 08.** Assinale a alternativa em que o conjunto das palavras evidencia que o mesmo som consonantal é representado ortograficamente de quatro formas distintas.
- a) nacionalidades; considerar; sua; discriminação.
 - b) nacionalidades; pessoas; tradições; sotaque.
 - c) questão; cultura; intelectualmente; sotaque.
 - d) físico; caracterizam; inferiorizar; acusar.
 - e) desrespeitosos; acusar; físico; fazer.



09. Na sequência de enunciados iniciados por verbos no infinitivo, com os quais se caracteriza a atitude xenófoba, os verbos de todas as orações regem, sintaticamente,
- a) complemento nominal.
 - b) adjunto adverbial.
 - c) objeto indireto.
 - d) objeto direto.
 - e) predicativo.
10. Assinale a oração em que o predicado se classifica como verbo-nominal.
- a) “inferiorizar os costumes...”
 - b) “ridicularizar o sotaque...”
 - c) “acusar o imigrante...”
 - d) “ironizar o tipo físico...”
 - e) “considerar a vítima inferior...”
11. Em “É crime de ódio”, locução adjetiva “de ódio” expressa que o crime
- a) é suscitado pelo ódio entre os imigrantes.
 - b) dissemina o ódio entre os imigrantes.
 - c) é motivado pelo ódio aos imigrantes.
 - d) exacerba o ódio dos imigrantes.
 - e) é alvo do ódio dos imigrantes.

A questão 12 se refere ao texto a seguir.

Mais velho, poucos amigos?

Um curioso estudo divulgado na última semana mostrou que a redução do número de amigos com a idade, tão comum entre os humanos, pode não ser exclusiva da nossa espécie. Aparentemente, macacos também passariam por processo semelhante em suas redes de contatos sociais, o que poderia sugerir um caráter evolutivo desse fenômeno.

No trabalho desenvolvido pelo Instituto de Pesquisa com Primatas em Göttingen, Alemanha, se identificou uma redução de *grooming* (tempo dedicado ao cuidado com outros indivíduos, como limpar o pelo e catar piolhos) entre os macacos mais velhos da espécie *Macaca sylvanus*. Além disso, eles praticavam *grooming* em um número menor de “amigos” ou parentes. Fazer *grooming* está para os macacos mais ou menos como o “papo” para nós. Da mesma forma que o “carinho” humano, ele parece provocar a liberação de endorfinas, gerando, dessa forma, sensações de bem-estar tanto em homens como em outros animais.

Na pesquisa, publicada pelo periódico *New Scientist*, os cientistas perceberam que macacos de 25 anos tiveram uma redução de até 30% do tempo de *grooming* quando comparados com adultos de cinco anos. Se esse fenômeno acontece em outros primatas, ele também pode ter chegado a nós ao longo do caminho de formação da nossa espécie. Se chegou, qual teria sido a vantagem evolutiva?

Durante muito tempo se especulou que esse “encolhimento” social em humanos seria, na verdade, resultado de um processo de envelhecimento, em que depressão, morte de amigos, limitações físicas, vergonha da aparência e menos dinheiro poderiam limitar as novas conexões. Pesquisando os idosos, entretanto, se percebeu que ter menos amigos era muito mais uma escolha pessoal do que uma consequência do envelhecer.

Uma linha de investigação explica que essa redução dos amigos seria, na verdade, uma seleção dos mais velhos de como usar melhor o tempo. Outros especialistas, todavia, defendem a ideia de que



os mais velhos teriam menos recursos e defesas para lidar com estresse e ameaças e, assim, escolheriam com mais cautela as pessoas com quem se sentem mais seguros (os amigos) para passar seu tempo.

BOUER, J. *Jornal O Estado de São Paulo*, Caderno Metrópole, domingo, 26 jun. 2016, p. A23. Adaptado.

12. Avalie as seguintes afirmações e assinale a alternativa **CORRETA**.

- I. Ao abordar o tema, o autor expõe dados comprovados que explicam de forma indiscutível, o motivo que leva pessoas mais velhas a preferirem diminuir os contatos sociais.
- II. A comparação do comportamento humano com o de uma espécie de macacos, conforme o texto, se justifica dentro de uma determinada teoria sobre a espécie humana.
- III. De acordo com o exposto, não há um consenso entre os especialistas acerca dos fatores que influenciam a redução do número de amigos com o avanço da idade.
- IV. Segundo o texto, a redução de amigos à medida que avançam na idade traz problemas de saúde para os idosos.

Assinale a alternativa que apresenta **APENAS** as afirmações corretas de acordo com o texto:

- a) I e II.
- b) II e III.
- c) III e IV.
- d) I e III.
- e) II e IV.

MATEMÁTICA

13. Um sistema de numeração é um conjunto de símbolos e regras utilizadas para representar e operar com números. Os sistemas de numeração se modificaram ao longo da história da humanidade. Atualmente, o mais conhecido é o sistema indo-arábico de base dez que utiliza os símbolos (0 a 9).

Avalie as seguintes afirmações:

- I. Existem exatamente quatro números naturais de três algarismos distintos cuja soma dos algarismos é igual a três.
- II. O valor relativo de 5 no numeral 453.107 é igual a 5000.
- III. Ao se transformar o numeral romano CMXCIX em indo-arábico, obtém-se o número natural 999.
- IV. Ao se escrever todos os números inteiros de 1 a 100, o algarismo 6 aparece 21 vezes.

Assinale a alternativa que apresenta **APENAS** as afirmações corretas.

- a) I e II.
- b) II e III.
- c) III e IV.
- d) I e III.
- e) II e IV.

14. Em um laboratório de solos, verificou-se que uma amostra de um determinado mineral continha 8^{35} partículas.

O número correspondente à metade da quantidade de partículas dessa amostra é igual a

- a) 4^{35}
- b) 2^{104}
- c) 2^{103}
- d) $4^{17,5}$
- e) 2^{105}



15. Na cidade de Flor do Sertão, vivem Bento e Baltazar. Sabe-se que há 20 anos, a soma dos quadrados das idades de Bento e Baltazar era 157 e que Baltazar é 5 anos mais velho que Bento. A soma das idades de Bento e Baltazar em anos, atualmente, é de

a) 57
b) 31
c) 26
d) 23
e) 14

16. Em uma papelaria, uma borracha, duas canetas e três lápis custam 17 reais. Já o custo de três borrachas, duas canetas e um lápis é de 15 reais. Nessas condições, o valor de uma borracha, uma caneta e um lápis juntos é de

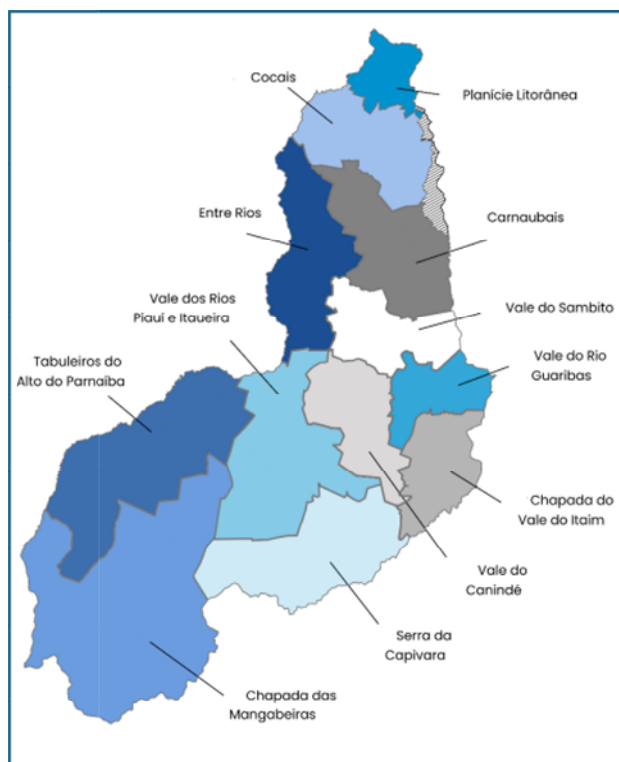
a) 17 reais.
b) 16 reais.
c) 15 reais.
d) 32 reais.
e) 8 reais.

CONHECIMENTOS REGIONAIS DO ESTADO DO PIAUÍ

17. “O Piauí está dividido em quatro (04) macrorregiões (Litoral, Meio-norte, Semiárido e Cerrado) onde os limites se definem pelas suas características socioambientais. Tais regiões estão subdivididas em doze (12) Territórios de Desenvolvimento (TDs) e 28 Aglomerados, segundo a Lei atualizada de nº 6.967/2017.”

Disponível em: http://www.cepro.pi.gov.br/download/201712/CEPRO21_42341bfc90.pdf Acesso em 15/03/25.

Territórios de Desenvolvimento do Piauí



Fonte: IBGE e CEPRO/SEPLAN (2023)



Sobre a regionalização do Piauí em Macrorregiões e Territórios de Desenvolvimento, julgue as afirmações a seguir:

- I. Enquanto a Macrorregião do Semiárido abrange cinco Territórios de Desenvolvimento, a Macrorregião do Litoral abrange apenas o território da Planície Litorânea.
- II. A capital, Teresina, encontra-se situada no Território Entre Rios, e Parnaíba (a segunda cidade do Piauí) encontra-se no Território da Planície Litorânea.
- III. Os Territórios das Chapadas das Mangabeiras e dos Tabuleiros do Alto do Parnaíba, pouco se destacaram em relação ao crescimento do PIB estadual nos últimos anos.
- IV. A cidade de Floriano, uma das cinco maiores do Piauí em população, encontra-se situada no Território dos rios Piauí e Itaueira.

Assinale a alternativa que apresenta **APENAS** as afirmações corretas.

- a) I e III.
- b) I, II e IV.
- c) I, II e III.
- d) II, III e IV.
- e) I, III e IV.

18. “O Piauí é apontado pelos sites nacionais especializados em mineração como a nova fronteira do minério. Essa afirmação é confirmada com os números do Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), órgão vinculado ao Ministério das Minas e Energia que mostram o Estado como o segundo do Nordeste e entre os dez maiores do país com incidência de minérios.”

Disponível em: <https://libram.org.br/noticia/piaui-e-apontado-como-a-nova-fronteira-da-mineracao-do-pais> . Acesso em: 10/03/2025.

Sobre o potencial mineral do Piauí, assinale a alternativa que traz a afirmação **CORRETA**.

- a) Pesquisas do Serviço Geológico do Brasil e a Agência Nacional de Petróleo apontam poucos indícios da existência de gás na Bacia do rio Parnaíba.
- b) O Piauí destaca-se por uma grande diversidade de minerais em seu território, apresentando minerais como o ferro, diamante, fósforo, níquel, mármore, calcário, argila, opala e outros.
- c) O mármore de maior destaque no Piauí é extraído no município de Capitão Gervásio.
- d) O município de Pio IX destaca-se na mineração do Piauí com a extração do níquel.
- e) As reservas de diamante existentes no extremo sul do Estado, precisamente no município de Gilbués, já foram esgotadas.

19. “As Unidades de Conservação constituem eficiente instrumento de gestão, na medida em que têm como objetivos: manter a diversidade biológica de parte de um território; incentivar atividades de pesquisa científica, estudos e monitoramento da natureza ambiental; propiciar condições para a educação ambiental e para recreação em contato com a natureza, dentre outros.”

Disponível em: ARAUJO, J. L. C. (coord.) Atlas Escolar do Piauí: geo-histórico e cultural. João Pessoa, PB: Editora Grafset, 2006. p. 91/92.

Sobre as Unidades de Conservação existentes no Piauí, julgue as afirmações a seguir:

- I. O Parque Ecológico Cachoeira do Urubu, localizado entre os municípios de Esperantina e Batalha, encontra-se em bioma de Mata Ciliar e de transição entre Cerrado e Caatinga.
- II. A APA da Serra da Ibiapaba, administrada pela SEMAR estadual, abrange cerca de dez municípios no bioma de transição entre o Cerrado e a Caatinga.



- III. O Parque Nacional da Serra da Capivara, de administração federal, abrange municípios como São Raimundo Nonato e Coronel José Dias, estando situado no bioma do Cerrado.
- IV. A APA do Delta do Parnaíba abrange municípios costeiros como Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, é de administração Federal por meio do IBAMA.

Assinale a alternativa que apresenta **APENAS** as afirmações corretas.

- a) I e III.
b) I, II e III.
c) I e IV.
d) II, III e IV.
e) I, III e IV.

20. De acordo com a FURPA (Fundação Rio Parnaíba) e IBAMA, os problemas decorrentes da complexidade da ação humana que afetam os ecossistemas do Estado do Piauí são os seguintes:

* Erosão do solo;	* Desertificação;
* Degradação de manguezais;	* Queimadas;
* Extinção de espécies;	* Caça predatória;
* Poluição por agrotóxicos;	Entre vários outros.....

Disponível em: NETO, Adrião. Geografia e História do Piauí para estudantes da pré história á atualidade. 4ª edição. Teresina: Edições Geração 70, 2006. P. 120 e 121. Acesso em: 10/03/2025.

Sobre a questão ambiental no Piauí, assinale a alternativa que traz a afirmação **CORRETA**.

- a) Cerca de 50% das moradias do Piauí sofrem com a ausência de coleta de esgotos.
- b) As enchentes das cidades piauienses são resultantes da diminuição da impermeabilização do solo e do desmatamento de matas ciliares.
- c) O avanço da monocultura no cerrado do Piauí não repercute no avanço do desmatamento.
- d) A Bacia do Parnaíba observa ausência do avanço do processo de assoreamento.
- e) A destinação inadequada dos resíduos sólidos constitui um problema ambiental recorrente na maioria dos municípios do Piauí.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

21. O marketing, em sua essência, é a arte e a ciência de conectar pessoas e empresas, de forma a criar valor e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores. É um processo dinâmico que envolve uma série de atividades, desde a pesquisa de mercado até a promoção de produtos e serviços.

Qual das opções abaixo representa o conceito mais adequado de *Marketing*?

- a) Marketing é a atividade de venda e propaganda de produtos e serviços.
- b) Marketing é o processo de troca que visa aumentar os lucros empresariais.
- c) Marketing refere-se às estratégias de promoção de uma marca ou produto.
- d) Marketing é o processo de criar produtos e vendê-los a preços baixos para competir com o mercado.
- e) Marketing é o conjunto de ações voltadas para compreender as necessidades dos clientes e atender essas necessidades de forma lucrativa.



22. Com um mercado cada vez mais competitivo, encontrar um meio de ganhar mais visibilidade e atrair consumidores deixou de ser apenas um diferencial, se tornando item de primeira necessidade para que as empresas continuem firmes e fortes.

Para conseguir isso, é necessário saber o que influencia o comportamento do consumidor e, a partir dessas informações valiosas, analisar o que leva o cliente a recusar um produto ou aceitá-lo.

A personalidade do consumidor é um fator importante a ser considerado pelas empresas porque:

- a) Permite segmentar o mercado com mais precisão e menos escolhas.
- b) Influencia as escolhas de produtos de todas as marcas no mercado.
- c) Ajuda a entender os motivos por trás das escolhas, decisões de compra para um produto específico.
- d) Técnicas e formas de estudar o processo de decisão de compra.
- e) A função de identificar a melhor escolha de produto influenciando a compra para o consumidor.

23. A profundidade na coleta de dados em pesquisas de mercado permite uma exploração mais detalhada das opiniões, percepções e experiências dos consumidores, fornecendo insights mais ricos e complexos sobre o mercado. Em relação a isso, citam-se os seguintes tipos de pesquisa:

- I. Pesquisa quantitativa.
- II. Pesquisa qualitativa.
- III. Pesquisa documental.
- IV. Pesquisa experimental.
- V. Pesquisa por amostragem.

Assinale a alternativa que contenha **APENAS** (o)s tipo(s) que permitem uma maior profundidade na coleta de dados, possibilitando uma compreensão mais rica e detalhada das opiniões, sentimentos e comportamentos dos consumidores.

- a) I e II.
- b) II.
- c) III e IV.
- d) III.
- e) IV.

24. O marketing desempenha um papel fundamental no processo gerencial de qualquer organização, seja uma pequena empresa ou uma grande corporação. A função do marketing no processo gerencial é concretizada por meio de processos estratégicos, táticos e operacionais, envolvendo as clássicas funções administrativas genéricas

Qual das alternativas melhor descreve a função do marketing no processo gerencial?

- a) Marketing tem a função única de definir o preço dos produtos dentro da empresa.
- b) A função do marketing é auxiliar no planejamento estratégico, conduzindo a empresa a alinhar suas operações de acordo com as demandas do mercado e promovendo a integração com outras áreas funcionais.
- c) A função do marketing no processo gerencial é criar propagandas para manter a empresa competitiva.
- d) O marketing gerencial só se preocupa com a promoção de produtos novos.
- e) O marketing define os canais de distribuição, sem participar de outras decisões gerenciais.



25. As redes sociais constituem ferramentas poderosas para as empresas que desejam fortalecer sua marca, aumentar o engajamento do público, gerar leads e impulsionar as vendas.

Para aproveitar ao máximo os benefícios das redes sociais, é fundamental

- a) facilidade em controlar todos os canais de distribuição.
- b) investir em ferramentas de gestão de redes sociais.
- c) garantir um aumento imediato nas vendas sem investimento.
- d) reduzir a necessidade de campanhas de marketing.
- e) evitar a necessidade de websites.

26. O comportamento do consumidor é influenciado por aspectos psicológicos e socioculturais, pelo estilo de vida e pelas variáveis do composto mercadológico. Leia as afirmações abaixo e assinale a alternativa que contém assertivas verdadeiras.

- I. O modo de viver não influencia as decisões de consumo e, portanto, não diz respeito ao comportamento do consumidor.
- II. A motivação, os traços de personalidade e até os valores e crenças são fatores psicológicos a serem considerados em relação ao comportamento do consumidor.
- III. Os aspectos relacionados aos grupos de referência, à classe social e à opinião dos membros da família contribuem para que a pessoa tome suas decisões sobre o consumo.
- IV. Em marketing a questão do preço e do produto são pouco relevantes, pois uma boa campanha publicitária depende da promoção e da praça.

Dar para vender o produto apesar desses aspectos? Assinale a alternativa que contenha **APENAS** (uma)s afirmativa(s) correta(s).

- a) Apenas as assertivas I e IV são corretas.
- b) Apenas as assertivas I e III são corretas.
- c) Apenas as assertivas II e III são corretas.
- d) Apenas as assertivas II, III e IV são corretas.
- e) Apenas as assertivas I, III e IV são corretas.

27. Comportamento do consumidor é uma fascinante área que busca entender como as pessoas tomam decisões de compra. É necessário saber o que influencia o comportamento do consumidor e, a partir dessas informações valiosas, analisar o que leva o cliente a recusar um produto a aceitá-lo.

Qual o papel da cultura na formação do comportamento do consumidor?

- a) A cultura não influencia o comportamento do consumidor.
- b) A cultura molda os valores, crenças e comportamentos do consumidor.
- c) A cultura apenas influencia a escolha de produtos de luxo.
- d) A cultura é um fator secundário na decisão de compra.
- e) A cultura é um fator de média influência no comportamento do consumidor.



28. Marketing Digital é o conjunto de atividades que uma empresa (ou pessoa) executa online com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca. O marketing digital oferece diversas ferramentas para as empresas alcançarem seus objetivos. Dentre as suas principais estratégias estão:

- a) e-mail marketing, redes sociais, SEO e Google Ads.
- b) telemarketing, mala direta e panfletagem.
- c) rádio, televisão e jornal.
- d) feiras e eventos.
- e) congressos e workshop.

29. Qual a importância de acompanhar as métricas de marketing digital?

- I. Para tomar decisões estratégicas e otimizar as campanhas.
- II. Para impressionar os clientes.
- III. Para aumentar os gastos com marketing.
- IV. Para aumentar as vendas presenciais.

Assinale a alternativa que contenha **APENAS** a afirmação correta.

- a) I e II.
- b) I
- c) II e III
- d) III.
- e) III e IV.

30. O planejamento no marketing digital é como um mapa para uma jornada. Ele guia as ações, otimiza recursos e aumenta as chances de alcançar os objetivos de uma empresa.

Por que o planejamento é tão importante no marketing digital?

- a) Porque permite criar campanhas sem a necessidade de analisar dados.
- b) Para garantir a alocação eficaz de recursos e maximizar o retorno sobre o investimento (ROI).
- c) Para aumentar os custos com propaganda paga.
- d) Para evitar o uso de redes sociais.
- e) Porque garante a venda imediata de todos os produtos.

31. O monitoramento de sites, o processo contínuo de teste de um site em locais globais, pode ajudar a medir o desempenho do site e minimizar o tempo de inatividade. Existem diversas ferramentas que podem ser usadas para monitorar o desempenho de um site.

As ferramentas que podem ser utilizadas para monitorar o desempenho são:

- a) Google Analytics, SEMrush, HubSpot.
- b) Photoshop, Canva, Illustrator.
- c) Word, Excel, PowerPoint.
- d) Canva, ChatGPT, PowerPoint.
- e) Canvas, Illustrator, ChatGPT.



32. O conjunto de todos os consumidores reais e potenciais que possuem um interesse ou necessidade particular e que estão dispostos e aptos a participar de uma troca para satisfazê-la é chamado de:

- I. Público-alvo.
- II. Mercado.
- III. Segmento.
- IV. Nicho.

Assinale a alternativa que contenha **APENAS** o(s) tipo(s) consumidores reais e potenciais.

- a) I e II.
- b) II
- c) II e III
- d) III.
- e) III e IV.

33. Apesar de existirem muitas métricas de vaidade que não estão relacionadas à geração de oportunidades de negócio, sabemos que existem diversas métricas de marketing que podem mostrar se suas estratégias estão contribuindo ou não para os resultados da empresa, com o trabalho de marketing digital.

Qual é a principal função das métricas no marketing digital?

- a) Permitir a criação de conteúdo em massa.
- b) Medir e analisar o desempenho das campanhas digitais, ajudando a otimizar as estratégias de marketing.
- c) Reduzir o uso de ferramentas digitais para focar em mídias tradicionais.
- d) Aumentar o tráfego do site, independentemente de vendas.
- e) Facilitar a contratação de influenciadores digitais.

34. É uma ferramenta online e gratuita de design gráfico que permite criar e editar designs para diversos fins, como apresentações, cartazes, banners, vídeos e posts para redes sociais. É a plataforma que oferece uma interface intuitiva e recursos de arrastar e soltar, tornando-a ideal para designers iniciantes e para a criação rápida de gráficos e materiais de marketing:

- a) Canvas.
- b) GIMP.
- c) Sketch.
- d) Adobe XD.
- e) Google Analytics.b

35. Os 4Ps são ferramentas fundamentais para o profissional de marketing.

Qual elemento do mix de marketing que se refere à localização e à disponibilidade de um produto para o consumidor?

- a) Produto.
- b) Preço.
- c) Praça.
- d) Promoção.
- e) Pesquisa de mercado.



36. O marketing digital é uma ferramenta poderosa para conectar marcas a seus públicos-alvo de maneira eficaz e personalizada. No entanto, à medida que as estratégias de marketing digital evoluem, surgem questões éticas e de privacidade que não podem ser ignoradas.

Qual o maior desafio ético no marketing digital?

- a) Garantir a segmentação de mercado eficiente.
- b) Proteger os dados pessoais dos consumidores e respeitar a privacidade, conforme a legislação vigente (como a LGPD ou GDPR).
- c) Aumentar as vendas através de propagandas enganosas.
- d) Evitar o uso de redes sociais para evitar riscos de exposição.
- e) Reduzir o número de cliques em links patrocinados.

37. Considerada uma das melhores ferramentas para wireframing de desktop, permite o desenvolvimento de wireframes de baixa ou alta fidelidade.

Embora não simule as animações e transições recorrentes em aplicativos, das ferramentas seguintes, é mais conhecida por permitir a criação de wireframes detalhados para desktop:

- a) Figma
- b) Adobe XD
- c) Axure RP
- d) Sketch
- e) InVision

38. Persona é uma representação fictícia de cliente ideal, baseados em dados e pesquisa. A área da persona mais utilizada é:

- I. Marketing.
- II. Recursos Humanos.
- III. Finanças.
- IV. Logística.
- V. Produção.

Assinale a alternativa que contenha **APENAS** a afirmação correta.

- a) I.
- b) II
- c) III
- d) V.
- e) IV.

39. As redes sociais são poderosas ferramentas para construir a identidade de uma marca, transmitindo seus valores, personalidade e cultura. Ao compartilhar conteúdo relevante e engajar o público, as empresas podem fortalecer sua reputação e aumentar sua visibilidade.

As redes sociais são importantes ferramentas de marketing digital porque

- a) Permitem comunicação unidirecional.
- b) Interação com o público presencial.
- c) São plataformas caras e de difícil acesso.
- d) Permitem construir comunidades em torno de marcas.
- e) São utilizadas por um público jovem de classe média baixa.



- 40.** A ética no marketing digital é fundamental para as empresas por diversos motivos. Qual é a importância da ética no marketing digital para as empresas?
- a) Aumentar os custos operacionais.
 - b) Conseguir a credibilidade da marca.
 - c) Construir confiança e lealdade com os clientes.
 - d) Ver as tendências do mercado.
 - e) As leis de proteção de dados liberadas.