

Cargo: CABO

Disciplina: Comunicação Institucional

Questão	Gabarito por extenso	Justificativa	Conclusão (Deferido ou Indeferido)	Resposta Alterada para:
1	o tratamento será sempre na segunda pessoa do singular e a forma é o discurso direto.	<p>Em resposta ao recurso interposto, temos a esclarecer que conforme EDITAL Nº 004/2018 – CFC/BM/2018 – ERRATA 4:</p> <p>“1 – O Item 1.1 do Conteúdo programático do Anexo I, constante na página 19, <b>passa a vigorar com a seguinte redação:</b></p> <p>1.1 Correspondência Oficial: Resolução Nº GCG/003/2011-CG de 29 de junho de 2011 CBMPB, publicada no Bol Nº 120 de 01 de julho de 2011. <b>Requerimento (Portaria Nº 001 EME de 11/03/2013 - PMPB);</b> Parte (Portaria Nº 002 EME de 11/03/2013 - PMPB). “Grifo nosso.</p> <p>Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.</p>	INDEFERIDO	-
2	I, II e III	<p>Em resposta ao recurso interposto, temos a esclarecer que conforme EDITAL Nº 004/2018 – CFC/BM/2018 – ERRATA 4: “1 – O Item 1.1 do Conteúdo programático do Anexo I, constante na página 19, <b>passa a vigorar com a seguinte redação:</b> 1.1 <b>Correspondência Oficial: Resolução Nº GCG/003/2011-CG de 29 de junho de 2011 CBMPB</b>, publicada no Bol Nº 120 de 01 de julho de 2011. Requerimento (Portaria Nº 001 EME de 11/03/2013 - PMPB); Parte (Portaria Nº 002 EME de 11/03/2013 - PMPB). (Grifo nosso). E, considerando que o item avalia conhecimento básico, para militares que concorrem ao cargo, sobre a correta utilização de documentos, contidos no item do conteúdo programático “Correspondência Oficial: Resolução Nº GCG/003/2011-CG de 29 de junho de 2011 CBMPB - Art. 3º. A confecção de ofícios de circulação interna, externa e <b>memorandos</b> ...”(Grifo nosso.), julga-se improcedente o recurso impetrado.</p>	INDEFERIDO	-
3	I e III	<p>Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que sobre o Plano de Marketing, que é parte integrante e essencial do processo de planejamento empresarial, os itens corretos são: “I.O Planejamento Estratégico consiste na escolha dos objetivos maiores da organização e aborda questões globais, amplas, genéricas; e o III. O Planejamento Tático está ligado a uma unidade da organização que pode ser um departamento ou uma divisão e concentram-se no médio prazo.” Conforme podemos constatar na obra: Ambrósio, Vicente. Plano de Marketing: Um roteiro para a ação. 2ª Edição. São Paulo. Editora: Pearson Education do Brasil, 2012. Págs: 15 à 18.</p> <p>Encontrando-se o tema abordado dentro do conteúdo programático do edital, no tópico: MARKETING DE RELACIONAMENTO.</p> <p>Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.</p>	INDEFERIDO	-

4	Nas táticas, a estratégia deve ser descrita minuciosamente quanto aos 4Ps (produto, preço, ponto e promoção).	Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que sobre o Plano de Marketing, que é parte integrante e essencial do processo de planejamento empresarial, os itens corretos a são: "I.O Planejamento Estratégico consiste na escolha dos objetivos maiores da organização e aborda questões globais, amplas, genéricas; e o III. O Planejamento Tático está ligado a uma unidade da organização que pode ser um departamento ou uma divisão e concentram-se no médio prazo." Conforme podemos constatar na obra: Ambrósio, Vicente. Plano de Marketing: Um roteiro para a ação. 2ª Edição. São Paulo. Editora: Pearson Education do Brasil, 2012. Págs:15 à 18. Encontrando-se o tema abordado dentro do conteúdo programático do edital, no tópico: MARKETING DE RELACIONAMENTO. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.	INDEFERIDO	-
5	Deve ser iniciado com um breve resumo das principais metas permitindo que a alta administração compreenda o principal direcionamento	Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que quanto ao conteúdo do plano de marketing é correto afirmar que: "Deve ser iniciado com um breve resumo das principais metas permitindo que a alta administração compreenda o principal direcionamento". Conforme podemos constatar na obra: Kotler, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. Editora: Prentice Hall. São Paulo, 2000. Pág:111. Tendo sido, o tema abordado, cobrado no edital: Noções básicas de marketing institucional. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.	INDEFERIDO	-
7	Consiste na divulgação, em veículos de grande circulação, de mensagens pagas e assinadas pelas instituições, com o intuito de criar, mudar ou reforçar as percepções dos públicos em relação à imagem das empresas.	Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que a alternativa correta quanto a propaganda institucional é: "Consiste na divulgação, em veículos de grande circulação, de mensagens pagas e assinadas pelas instituições, com o intuito de criar, mudar ou reforçar as percepções dos públicos em relação à imagem das empresas." Apenas com a simples leitura de tal alternativa podemos facilmente interpretar que a questão em momento algum afirma só existem propagandas pagas e sim, que a propaganda institucional consiste na divulgação de mensagens pagas e assinadas pelas instituições, em veículos de grande circulação, com o intuito de criar, mudar ou reforçar as percepções dos públicos em relação à imagem das empresas. Estando a alternativa em conformidade com a obra: Vieira, Silva. E-book Propaganda E Marketing Pessoal. Editora: Clube dos Autores. 2016. Tendo sido, o tema abordado, cobrado no edital: Marketing Institucional. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.	INDEFERIDO	-
8	I, II e III	Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que com relação ao Endomarketing, os itens corretos são: "I. Para o endomarketing, os funcionários da empresa são clientes e fornecedores internos, e a organização constitui, em si, um microssistema de marketing; II. Objetiva compartilhar com o público interno de uma empresa a percepção a respeito dos itens relevantes do marketing: negócio, gestão, metas, resultados, produtos, serviços e mercados nos quais a empresa atua; III. O seu surgimento do deve-se também ao aumento da concorrência, desequilíbrio da demanda e oferta de bens e serviços, justamente em decorrência das inúmeras mudanças promovidas pela dinâmica da competição." Estando as afirmativas em conformidade com a obra: Vieira, Silva.E-book Propaganda E Marketing Pessoal. Editora: Clube dos Autores. 2016. Sobre afirmação de plágio na questão, informamos que por se tratar de conhecimento	INDEFERIDO	-

		<p>relevante, alguns assuntos são alvo de abordagem em provas de concursos, fica evidente que a utilização de assuntos comuns (um item de afirmação) entre questões não caracteriza plágio!</p> <p>Tendo sido, o tema abordado, cobrado no edital: Endomarketing. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.</p>		
--	--	--	--	--