

**MARINHA DO BRASIL**  
**DIRETORIA DE ENSINO DA MARINHA**

*(PROCESSO SELETIVO PARA INGRESSO NO QUADRO  
TÉCNICO DO CORPO AUXILIAR DA MARINHA/  
PS-T/2011)*

**NÃO ESTÁ AUTORIZADA A UTILIZAÇÃO DE  
MATERIAL EXTRA**

**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

- 1) Segundo Torquato (1986), no livro "Comunicação Empresarial", a mensagem na publicação interna deve abranger os mais diferentes conteúdos e tipos de matérias, envolvendo as áreas do jornalismo, educação, lazer, etc. Segundo o autor, matérias que abordam processos de fabricação e inovações técnicas são denominadas
- (A) institucionais.
  - (B) de motivação.
  - (C) operacionais.
  - (D) educativas.
  - (E) de orientação profissional.
- 2) No livro "Técnicas de Codificação em Jornalismo", de Erbolato (2008), quanto ao conteúdo, as entrevistas são classificadas em:
- (A) de rotina, informativas e coletiva.
  - (B) de rotina, caracterizadas e pessoal.
  - (C) informativas, opinativas e ilustrativas ou biográficas.
  - (D) individual, coletiva e informativas.
  - (E) de rotina, opinativas e ilustrativas.
- 3) Segundo Martins (2010), uma das abordagens clássicas do MARKETING utiliza o conceito dos "4 P" como ferramenta para o estudo e desenvolvimento de ações de mercado. Assinale a opção que apresenta corretamente os elementos correspondentes aos "4P".
- (A) Produto; pesquisa; ponto de venda; e propaganda.
  - (B) Produto; pesquisa; ponto de venda; e preço.
  - (C) Pesquisa; ponto de venda; propaganda; e preço.
  - (D) Produto; preço; ponto de venda; e propaganda.
  - (E) Pesquisa; produto; preço; e propaganda.
- 4) Segundo Terciotti e Macaranco(2009), todo fato, observação ou número bruto, desestruturado, descontextualizado e sem interpretação ou julgamento é denominado de
- (A) Conhecimento explícito.
  - (B) Dado.
  - (C) Informação.
  - (D) SPAM.
  - (E) Conhecimento tácito.

- 5) Analise a situação hipotética a seguir.

Enquanto os bombeiros de Belo Horizonte acreditam que poderão salvar o menino Joaquim, de dois anos, que caiu ontem, às 23 horas, em um poço, no quintal de sua casa, os médicos do pronto-socorro afirmam que o menor dificilmente suportará as dores das fraturas que sofreu, se não for retirado até a manhã de hoje. Equipes de socorro estão no local, mas seu trabalho tem sido prejudicado, em consequência do constante perigo de desmoronamentos.

Segundo Erbolato (2008), o texto acima apresenta que tipo de LEAD?

- (A) Composto.
- (B) Suspense ou dramático.
- (C) Contraste.
- (D) Integral.
- (E) Direto.

- 6) Segundo Ferrés (1998), a estratégia utilizada pela publicidade, que consiste em conferir valor ao produto mediante a repetição, considerando que o inconsciente humano tende a associar o conhecido com o bom, denomina-se

- (A) SHORT LIST.
- (B) criação de contextos.
- (C) uso de modelos.
- (D) escamoteação das intenções.
- (E) racionalidade aparente.

- 7) Em relação às vantagens e às limitações das diferentes mídias para a veiculação de uma campanha publicitária, segundo Muniz (2004), assinale a opção correta.

- (A) O cinema possui alta cobertura.
- (B) Por ter custo alto, o rádio não é indicado para campanhas que exijam grande frequência de exposição.
- (C) O cinema possui grande seletividade de público jovem.
- (D) A televisão possui baixa cobertura.
- (E) O OUTDOOR sempre atinge públicos específicos, o que permite a seletividade.

- 8) Em relação ao LEAD/cabeça de matéria, em telejornalismo, assinale a opção INCORRETA.
- (A) É o texto que vai ser lido pelo apresentador e, como tal, é parte da reportagem, componente da história, início da matéria, introdução do que vem a seguir.
  - (B) Deve conquistar, seduzir, convidar o telespectador a assistir a reportagem. Deve agarrar o telespectador na hora. Deve servir de isca para prender a atenção de quem está vendo a TV.
  - (C) Deve ser uma preocupação, tanto do repórter, quando prepara sua reportagem, quanto do editor de texto que finalizará a edição e ajustará as informações para que a matéria seja composta pela cabeça e pelo VT.
  - (D) o texto da cabeça não deve ser construído como se fosse uma lista de temas, ou assuntos, que serão desenvolvidos na matéria.
  - (E) Deve ser uma preocupação do apresentador, pois precisa capturar a atenção do público.
- 9) Segundo Martins (2010), dentre as necessidades fundamentais do ser humano estabelecidas por Maslow, "aquela traduzida pela necessidade de se buscar conhecimento, compreendê-lo e, em seguida, desenvolver algum sistema ou alguma escala própria de valores" denomina-se necessidade
- (A) de estima.
  - (B) de segurança.
  - (C) de relacionamento.
  - (D) de autorrealização
  - (E) fisiológica.

- 10) Segundo Collaro (2000), a escolha tipológica é fator preponderante no aspecto visual do trabalho. Com base nessa afirmação, correlacione as Estruturas dos Caráteres às suas definições e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

ESTRUTURAS DOS CARÁTERES

DEFINIÇÕES

- |                 |     |   |
|-----------------|-----|---|
| I - Base ou pé. | ( ) | Extremidade superior da letra.                          |
| II - Haste.     | ( ) | Parte que compõe a letra propriamente.                  |
| III- Serifa.    | ( ) | Característica de algumas letras de atravessar a letra. |
| IV - Trave.     | ( ) | Extremidade inferior da letra.                          |
| V - Ápice.      | ( ) | Aparas que algumas letras apresentam em suas formas.    |

- (A) (V) (II) (III) (I) (I)  
(B) (V) (IV) (II) (I) (III)  
(C) (V) (III) (IV) (II) (I)  
(D) (V) (II) (IV) (I) (III)  
(E) (IV) (II) (V) (I) (III)

- 11) Como se denomina a comparação entre dois diferentes objetos, imagens, ideias ou formas?

- (A) Metáfora.  
(B) Metonímia.  
(C) Sinedoque.  
(D) Símile.  
(E) Ironia.

- 12) De acordo com Wilensky, na obra Comunicação e Indústria Cultural (1987), a definição mais útil para distinguir a alta cultura da cultura de massa é aquela que "ênfatiza o contexto social da produção". Uma das características do produto da alta cultura é que ele:
- (A) é submetido à aplicação sistemática de padrões críticos dependentes do seu consumidor.
  - (B) é criado, ou supervisionado, por uma elite cultural que opera no interior de alguma tradição estética, literária ou científica.
  - (C) é manufaturado somente para um mercado de massa.
  - (D) tende à estandardização, porque almeja agradar ao gosto médio de uma audiência indiferenciada.
  - (E) tem como elemento correlato frequente, mas não inevitável, uma resposta uniforme e direta a símbolos remotos.
- 13) Em relação à semiótica, assinale a opção correta.
- (A) Pode haver vários significados para o mesmo significante e pode haver significantes diferentes para o mesmo significado.
  - (B) Não pode haver vários significados para o mesmo significante e pode haver significantes diferentes para o mesmo significado.
  - (C) Pode haver vários significados para o mesmo significante e não pode haver significantes diferentes para o mesmo significado.
  - (D) Não pode haver vários significados para o mesmo significante e não pode haver significantes diferentes para o mesmo significado.
  - (E) Significante e significado são a mesma coisa.
- 14) Segundo Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia, no livro "Propaganda: Teoria, Técnica e Prática (2009), a atenção do indivíduo manifesta-se de três formas. São elas:
- (A) espontânea, voluntária e fascinada.
  - (B) estimulada, induzida e fascinada.
  - (C) fascinada, espontânea e estimulada.
  - (D) espontânea, pré-disposta e fascinada.
  - (E) estimulada, acessível e fascinada.

- 15) Assinale a opção que apresenta uma característica da MASSA, segundo Blumer.
- (A) Seus participantes são originários de determinadas profissões e categorias sociais.
  - (B) É composta de indivíduos anônimos.
  - (C) Exige bastante interação ou troca de experiências entre os seus membros.
  - (D) Possui uma forte organização.
  - (E) É capaz de agir sempre de forma integrada.
- 16) Segundo Katz, na obra "Comunicação e Indústria Cultural" (1987), o processo de formação da opinião pública compreende quatro estágios, EXCETO:
- (A) a organização específica de sentimento e crenças, conforme uma dada pessoa avalia positivamente ou negativamente um objeto ou símbolo.
  - (B) o caráter conspícuo de um problema para uma pluralidade de pessoas, ainda que uma pequena minoria.
  - (C) a discussão do problema, pelo qual ele fica mais em evidência.
  - (D) a formulação de decisões alternativas e o estreitamento dessas.
  - (E) a mobilização final da opinião para afetar a decisão coletiva.
- 17) Segundo McLuhan (2002), o meio é a mensagem. Dessa forma, é correto afirmar que a "mensagem" de qualquer meio ou tecnologia é:
- (A) o conteúdo dessa própria mensagem, ou seja, o que ela diz.
  - (B) inexistente, uma vez que os meios e as tecnologias são incapazes de transmitir mensagens.
  - (C) a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas.
  - (D) o conteúdo subliminar contido nessa mensagem, disfarçado no seu discurso.
  - (E) o uso que se faz desse meio ou tecnologia.

- 18) "Com a quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque e a onda de desespero que se seguiu durante a chamada Grande Depressão, surgiu a mentalidade de que o povo deveria ser informado a qualquer custo".  
O autor Lima, no livro "Releasmania", menciona que classicamente as relações públicas estão divididas em quatro fases.  
O trecho acima corresponde a qual fase?
- (A) O público deve ser informado.
  - (B) O público que se dane.
  - (C) O público quer ser informado.
  - (D) O público exige ser informado.
  - (E) O público gostaria ser informado.
- 19) Enquanto "marca corporativa", o sinal gráfico exclusivo, que vai distinguir uma empresa das demais, pode assumir seis formas básicas, segundo Pinho (1996). O sinal gráfico que, por analogia, sugere as atividades de uma companhia, é denominado:
- (A) Símbolo.
  - (B) Pictograma.
  - (C) Logotipo.
  - (D) Selo.
  - (E) Monograma.
- 20) O significado das palavras ou frases depende da função que elas desempenham na linguagem. A pergunta: "entende o que eu digo?", utilizada para verificar se instruções dadas estão sendo ou não compreendidas pelo receptor, tem qual função?
- (A) Referencial.
  - (B) Fática.
  - (C) Conotativa.
  - (D) Metalinguística.
  - (E) Emotiva.



- 21) Segundo Ramalho (2010), as métricas para mídias sociais podem se apoiar em três pilares: visibilidade, influência e engajamento. Quanto à visibilidade, assinale a métrica que apresenta a definição correta.
- (A) BOUNCE RATE - indica o número de vezes que uma página, foto, vídeo ou outro material foi visto.
  - (B) VIEWS - indica a quantidade de novos usuários que visitaram a página.
  - (C) Novos visitantes - é a quantidade de pessoas diferentes que acessaram a página.
  - (D) Visitantes únicos - é a taxa de visitantes que acessa apenas a primeira página de um site.
  - (E) POSTS - é a quantidade de tópicos ou textos de uma comunidade.
- 22) De acordo com as famílias de letras descritas no livro "Projeto gráfico" de Collaro (2000), como se denomina a família de letras criada na Alemanha no século XIX, cuja estrutura foi baseada nas inscrições fenícias, que perpetuavam as mensagens usando bastões de argila pressionados sobre lápides, proporcionando caracteres com poucas variações em suas hastes, cujos arremates não possuíam serifas?
- (A) Romana Moderna.
  - (B) Egípcia.
  - (C) Lapidária.
  - (D) Cursiva.
  - (E) Romana Antiga.

23) Analise o trecho a seguir.

"Deve lançar mão de textos simples e objetivos para fácil compreensão, pois, mais que um informativo, deverá ser compreendido tanto pelo corpo intelectual da empresa como pela massa de funcionários menos privilegiados intelectualmente em termos de cultura. Por se tratar de veículo que divulgará a empresa, geralmente, é a empresa que arca com os custos e, em raras exceções, associações de funcionários é que o fazem". (Collaro, 2000)

No trecho acima, Antonio Celso Collaro apresenta características de que veículo?

- (A) PRESS RELEASE.
- (B) Circular.
- (C) HOUSE ORGAN.
- (D) Boletim.
- (E) Editorial.

24) Consiste em veículo enquadrado na área jornalística, apresentando poucas páginas; linguagem média, embora possa atingir níveis baixos; texto que pode equilibrar-se com fotos; logotipo definido; geralmente impresso em uma só cor; e filtração de resultados de pesquisas - texto resumo, escrito em ordem cronológica decrescente. Segundo Torquato, essas são características de qual veículo de comunicação?

- (A) FOLDER.
- (B) Circular.
- (C) Jornal.
- (D) Folheto.
- (E) Boletim.

25) Veiculação de campanha que alterna fases de propaganda relativamente frequentes com outras de ausência de propaganda. Exemplo: um anunciante lança um produto e o anuncia por três semanas, descansa duas, volta a anunciar mais duas, e assim por diante. De acordo com Muniz (2004), esta é a definição de:

- (A) superposição.
- (B) visibilidade.
- (C) multimídia/mídia mix.
- (D) maximização/otimização.
- (E) FLIGHT.

- 26) Correlacione os signos e símbolos às suas respectivas características e assinale a opção correta.

CARACTERÍSTICAS

- I - Signos. ( ) São produzidos por agentes humanos.  
II - Símbolos. ( ) Ocorrem naturalmente.  
( ) São manipuláveis, estando sujeitos à nossa intenção.  
( ) São produzidos com a intenção de estruturar situações em que as partes têm, ou supõem-se que tenham, interesses comuns.  
( ) Têm significado comunicativo somente na medida em que os comunicadores e receptores entram previamente em acordo sobre o seu significado.

- (A) (II) (I) (I) (II) (II)  
(B) (II) (I) (II) (II) (II)  
(C) (I) (II) (I) (II) (II)  
(D) (I) (II) (II) (II) (I)  
(E) (II) (II) (I) (II) (I)

- 27) Conforme McLuhan (2002), um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em "alta definição", sendo o conceito de alta definição um estado de alta saturação de dados. Nesse sentido, são exemplos de meios quentes, o cinema,

- (A) o rádio e a fotografia.  
(B) o rádio e o telefone.  
(C) o rádio e a televisão.  
(D) o telefone e a televisão.  
(E) a televisão e a fotografia.

- 28) A programação das várias atividades destinadas a estudar, compreender e atender o mercado, que precisa ser preparada com criatividade e sistematicamente, denomina-se:

- (A) pesquisa de mercado.  
(B) política de propaganda.  
(C) planejamento de produto.  
(D) promoção de vendas.  
(E) plano de MARKETING.

- 29) Consiste em meta importante no veículo, pois irá ditar as normas de apresentação gráfica do material a ser publicado, conjugando diversos aspectos, como formato, tamanho, tipo de papel e impressão, organização etc. De acordo com Torquato (1986), essa é a definição de
- (A) diagramação.
  - (B) paginação.
  - (C) OFFSET.
  - (D) planejamento gráfico.
  - (E) montagem.
- 30) De acordo com Silva (2004), como se denomina o licenciamento técnico que serve para atestar que determinado produto atende a uma série de especificações ou normas que garantem sua qualidade, excelência, natureza, material utilizado ou metodologia empregada?
- (A) Franquia.
  - (B) De personagens.
  - (C) De celebridades.
  - (D) Uso de propriedade intelectual.
  - (E) Certificação.
- 31) Considerando os conceitos estabelecidos por Carragher (1983), analise a frase a seguir.  
"A vida no campo é muito boa, visto que mais pessoas morando no campo diminui a violência nas cidades".  
A frase acima apresenta
- (A) uma ideia subentendida.
  - (B) um fato.
  - (C) uma falácia de relevância.
  - (D) uma premissa.
  - (E) uma evidência.
- 32) Considerando o novo acordo ortográfico da Língua Portuguesa, assinale a opção que apresenta a palavra na qual ocorreu a eliminação do acento agudo.
- (A) chapéu.
  - (B) anéis.
  - (C) remói.
  - (D) herói.
  - (E) heróico.

- 33) Segundo Pinho (1996), dentre as dimensões da percepção de qualidade nos serviços, como se denomina aquela que se expressa pelos aspectos concretos envolvidos na prestação de um serviço, como aparência dos funcionários e o estado das suas instalações e equipamentos, na medida em que contribuem para que seja percebida a qualidade total dos serviços?
- (A) Confiabilidade.
  - (B) Iniciativa pessoal.
  - (C) Tangibilidade.
  - (D) Empatia.
  - (E) Competência.
- 34) De acordo com Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2009), assinale a opção que apresenta o conceito de SLOGAN.
- (A) Sentença ou máxima que expressa uma qualidade, uma vantagem do produto, ou uma norma de ação do anunciante ou do produto para servir de guia ao consumidor.
  - (B) Tratamento dado ao anúncio. É a maneira usada para se alcançar um objetivo. Abordagem ou enfoque que será dado ao anúncio. É como ele aparecerá.
  - (C) Recurso, artifício, macete, bossa, destinado a atrair a atenção do público. Qualquer truque ou efeito que faça com que um anúncio, comercial ou texto se destaque dos demais por sua originalidade, despertando o interesse do leitor, ouvinte ou espectador.
  - (D) Recurso de imagem, título ou texto que estabeleça o sentido de continuidade, unidade ou extensão entre as diferentes peças de uma campanha. Refere-se, também, a qualquer elemento do anúncio que mantenha relação direta com seu enfoque principal.
  - (E) Mensagem publicitária em forma de música, geralmente simples e cativamente fácil de recordar e controlar.
- 35) Considerando o novo acordo ortográfico da Língua Portuguesa, assinale a opção em que todas as palavras estão corretamente grafadas.
- (A) Coréia , aguentar, feiura, averigue.
  - (B) Coreia, aguentar, feiúra, averigúe.
  - (C) Voo, oblique, baiuca, averigúe.
  - (D) Sauipe, leem, apóiam, argúi.
  - (E) Galileia, feiura, argui, abençoó.

- 36) De acordo com Silva (1985), para transmitir visualmente a mensagem da página, o artista diagramador conta com quatro elementos básicos, que são: os fios tipográficos e vinhetas;
- (A) as letras, agrupadas em palavras, frases e períodos; as imagens, sob forma de fotos ou ilustrações; e os brancos da página.
  - (B) as palavras reunidas em pautas; as imagens, sob forma de fotos ou ilustrações; e os brancos da página.
  - (C) os rascunhos; as imagens, sob forma de fotos ou desenhos; e os brancos da página.
  - (D) os rascunhos reunidos em pautas; as imagens, sob forma de fotos ou ilustrações; e o espaçamento da página.
  - (E) as letras, agrupadas em palavras, parágrafos e laudas; as imagens, sob forma de fotos ou ilustrações; e os brancos da página.
- 37) Segundo Martins (2010), assinale a opção que apresenta o meio de comunicação que possibilita o menor índice de dispersão do público diante da informação publicitária.
- (A) Rádio.
  - (B) OUTDOOR.
  - (C) Televisão.
  - (D) Cinema.
  - (E) Jornal.
- 38) Analise a expressão a seguir.  
"As janelas da casa sorriam para os meus netos".  
A expressão acima utiliza qual figura de linguagem?
- (A) Metonímia.
  - (B) Eufemismo.
  - (C) Metáfora.
  - (D) Prosopopéia.
  - (E) Catacrese.
- 39) Como se denomina a parte da semiótica que estuda os movimentos corporais como sinais não verbais de comunicação?
- (A) Aparência física.
  - (B) Cinésica.
  - (C) Cronêmica.
  - (D) Paralinguagem.
  - (E) Proxêmica.

- 40) Segundo Bann (2010), as linhas e marcas de corrente do rolo filigranador são as características principais presentes na superfície do papel
- (A) VERGÊ.
  - (B) jornal.
  - (C) antique.
  - (D) cartão.
  - (E) de pasta química.
- 41) O objetivo básico da tipografia, segundo Silva (1985), é:
- (A) avaliar um conhecimento por meio de grupos de letras impressas.
  - (B) comunicar uma informação por meio sonoro.
  - (C) ampliar um conhecimento por meio sonoro.
  - (D) mensurar um dado por meio de palavra.
  - (E) comunicar uma informação por meio de letra impressa.
- 42) Em relação aos conceitos de Indústria Cultural e Cultura de Massa, assinale a opção correta.
- (A) Para Theodor Adorno, a indústria cultural apresenta uma brecha, ainda que pequena, para a criação cultural e a originalidade.
  - (B) Para Edgar Morin, a indústria cultural transforma os indivíduos em massa de manobra.
  - (C) Segundo Edgar Morin, a submissão da arte à lógica da indústria e à ideologia capitalista tem por objetivo o lucro.
  - (D) Segundo Theodor Adorno, na indústria cultural ocorre a redução do consumidor de sujeito a objeto.
  - (E) Conforme Edgar Morin, a indústria cultural provoca a domesticação da arte, que deixa de ser autônoma e instrumento de negação do mundo para transforma-se em mercadoria propagadora da lógica capitalista.
- 43) "Pessoas ou domicílios diferentes que tiveram oportunidade de serem atingidos pelo menos uma vez por uma programação de mídia". Segundo Martins (2010), a citação acima faz referência ao conceito de
- (A) audiência.
  - (B) cobertura.
  - (C) circulação.
  - (D) amostra.
  - (E) frequência.

- 44) Como se denomina o processo de impressão direta, via matriz de borracha natural ou sintética entintada em contato com o papel, porém em alto relevo, cuja particularidade principal está em trabalhar com tintas muito fluidas, desde as anilinas diluídas em álcool até as tintas à base de água?
- (A) Flexografia.
  - (B) Xerografia.
  - (C) Serigrafia.
  - (D) Litografia.
  - (E) OFFSET.
- 45) Tipo de PRESS RELEASE que "normalmente promove mais as pessoas e seus cargos do que as próprias empresas, apesar de que são muitas as vezes em que o centro das atenções é a organização, principalmente nos casos de inaugurações, aniversários, lançamentos, etc. De uma forma geral dá-se preferência aos nomes e não aos fatos". Segundo Lima (1985), o conceito acima se refere ao RELEASE
- (A) depoimento.
  - (B) cortesia.
  - (C) cobertura.
  - (D) convite.
  - (E) para colunismo social.
- 46) Como se denomina a estrutura que tipicamente contém um verbo, e muitas vezes um ou mais complementos (sujeito, objetos e/ou sintagmas preposicionados, adjetivos ou advérbios), e que pode comportar um ou mais adjuntos?
- (A) Período.
  - (B) Oração.
  - (C) Texto.
  - (D) Crônica.
  - (E) Relatório.
- 47) De acordo com Ferrés (1998), existem quatro concepções errôneas, ou falsos mitos, "que espalham confusão nas considerações que se costumam fazer sobre os efeitos da televisão": do homem como ser livre; do homem como ser racional; da objetividade da percepção humana; e
- (A) do homem como super-homem.
  - (B) do homem como ser emotivo.
  - (C) do homem como ser político.
  - (D) das extensões do homem.
  - (E) do homem como ser consciente.



48) As notícias são classificadas sob diversos aspectos, conforme afirma Erbolato (2008). Quanto à oportunidade de publicação, é correto classificá-las em

- (A) sintéticas e analíticas.
- (B) imprevisíveis e mistas.
- (C) frias e mistas.
- (D) sintéticas e mistas.
- (E) quentes e frias.

49) Assinale a opção que completa corretamente as lacunas da sentença abaixo.

Os \_\_\_\_\_ assemelham-se aos processos de sedução, ao jogar com a percepção seletiva, selecionando intencionalmente uma dimensão isolada da realidade, normalmente \_\_\_\_\_, e polarizando a atenção do receptor sobre esta dimensão, com a intenção de que ele (o receptor) realize um processo de \_\_\_\_\_, transferindo a parte \_\_\_\_\_ para o todo.

- (A) Narcisismos/positiva/globalização/negativa
- (B) Estereótipos/negativa/globalização/negativa
- (C) Estereótipos/negativa/diversificação/positiva
- (D) Narcisismos/positiva/globalização/positiva
- (E) Estereótipos/positiva/diversificação/positiva

- 50) Segundo Kotler (2010), correlacione as fases do MARKETING às suas respectivas características e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

FASES	CARACTERÍSTICAS
I - MARKETING 1.0	( ) Objetiva satisfazer e reter consumidores.
II - MARKETING 2.0	( ) Tem como força propulsora a tecnologia da informação.
III- MARKETING 3.0	( ) Tem como principal conceito de MARKETING os valores. ( ) Possibilita que a empresa veja o mercado como um consumidor inteligente, dotado de coração e mente. ( ) Interage com os consumidores por meio de transação do tipo um-por-um.

(A) (II) (II) (III) (II) (I)  
(B) (II) (II) (III) (III) (I)  
(C) (I) (II) (III) (III) (II)  
(D) (I) (II) (II) (III) (II)  
(E) (II) (III) (III) (II) (I)