

PROAC / COSEAC

Prova de Conhecimentos Específicos

1ª QUESTÃO: (2,0 pontos)

Comente a lei que autoriza a entrada do capital estrangeiro nos meios de comunicação.

Analise os aspectos positivos e negativos.

Resposta:

Com a promulgação da PEC (Proposta de Emenda Constitucional) número 36, em 28 de maio de 2002, alterando o Artigo 222 da Constituição Federal, que proibia a participação do capital estrangeiro nos meios de comunicação, o Congresso discute o projeto que regulamenta a abertura desta área a grupos de investidores internacionais. O candidato não precisa citar artigos da Constituição, mas mostrar através de análise que acompanha o debate sobre prós e contras a entrada de grupos estrangeiros na imprensa escrita e nos meios audiovisuais.

2ª QUESTÃO: (4,0 pontos)

“O planejamento de uma estratégia de marketing significa encontrar oportunidades atraentes no mercado e desenvolver estratégias lucrativas para a empresa, relacionando seu público-alvo com as variáveis de mercado que a envolvem” (Niemeyer, Marketing no design gráfico, p.13).

Cite como essas variáveis são denominadas internacionalmente e explique o que significam os 4 Ps em um planejamento de marketing.

Resposta:

As variáveis são internacionalmente conhecidas como marketing mix e os 4 Ps significam 1) Produto (product) – são os produtos, serviços, ou idéias oferecidos pela empresa, articulados com os desejos e as necessidades do público-alvo; 2) Preço (price) – A política de preço de um produto varia conforme a estratégia de marketing traçada para ele e também segundo o seu ciclo de vida; 3) Lugar (Place) – Refere-se a canais de distribuição e seus componentes, utilizados para fazer o produto chegar ao consumidor; 4) Promoção (Promotion) – Estratégias de divulgação do produto ou serviço. Influenciam o comportamento dos consumidores incentivando-os ao consumo de forma esclarecida e consciente.

PROAC / COSEAC

3ª QUESTÃO: (4,0 pontos)



Especifique as etapas principais do processo de criação para um projeto de Identidade Visual empresarial. Gilberto Strunck classifica em número de quatro os elementos institucionais de uma Identidade Visual. Identifique-os.

Resposta:

As etapas de um processo de criação abrangem: 1) Conhecer o cliente, sua atividade principal, público-alvo; 2) Fazer um levantamento de informações e imagens sobre o tema/conceito que será trabalhado; 3) O conceito deverá estar de acordo com a atividade principal do cliente ou as idéias da empresa; 4) A logomarca deverá sintetizar de forma objetiva e simples todos os conceitos que a empresa pretende passar para o seu cliente/consumidor; 5) O projeto deverá ser desenvolvido no computador e apresentado ao cliente em forma de *layout* acabado; 6) Se aprovado, deverá ser aplicado nas peças gráficas e finalizado para encaminhamento para a gráfica.

Identidade Visual empresarial é a criação de uma logomarca e a aplicação desta imagem em todos os meios de comunicação em que o nome da empresa será veiculado. Os elementos institucionais de uma Identidade Visual são: os principais – logotipo e símbolo gráfico; os secundários: alfabeto institucional e cor.

(O candidato não precisa identificá-los como principais e secundários)