

PROAC / COSEAC - Gabarito

Prova de Conhecimentos Específicos

1ª QUESTÃO: (1,5 ponto)

Mencione a importância do *Briefing* em um planejamento de campanha.

Apresente **quatro** informações fundamentais que devem fazer parte do *Briefing*.

Resposta:

Briefing é um roteiro para coleta de informações a respeito do produto, mercado, consumidor, concorrência, distribuição, sazonalidade, ciclo de compra, pesquisa, objetivos de mercado e demais informações que dizem respeito ao produto e/ou serviço que será trabalhado. Cada aspecto desse roteiro deve ser explorado em detalhes, para que as equipes de Planejamento, Mídia e Criação possam desenvolver um projeto que atenda aos objetivos do Cliente.

Quanto melhor e mais completo for o *Briefing*, melhor e mais adequado será o planejamento da campanha. Sem esse roteiro, não se tem como desenvolver o trabalho, uma vez que faltarão dados para escolher a melhor alternativa criativa e a melhor forma de veiculação.

2ª QUESTÃO: (2,5 pontos)

“Produtos são feitos em fábricas, mas uma marca é feita na sua cabeça e no seu coração. Produtos são distribuídos pelas fábricas aos milhares, mas marcas são compradas uma de cada vez. E são vendidas através de S-E-N-T-I-M-E-N-T-O-S”.

Daryl Travis, autor de *Emotional Branding* faz esta afirmação.

Comente tal afirmação (máximo de 10 linhas).

Resposta:

Hoje se trabalha com a idéia de que o que precisa ser bem posicionado é a Marca. Na maioria das vezes, ela é o maior capital de uma empresa. Na realidade, a Marca é um capital emocional, que está na mente do consumidor e tem um valor intangível. O que faz com que a marca tenha esse valor é a sua relação subjetiva com o consumidor. É um trabalho a médio e longo prazo, através do qual é criada uma relação de “paixão” com o consumidor. São valores que se agregam e criam um laço que extrapola o racional. Várias Marcas têm seu valor emocional muito bem posicionado. Nestlé, OMO, Coca-Cola, Petrobras, Embratel, são alguns exemplos de sucesso.

PROAC / COSEAC - Gabarito

3ª QUESTÃO: (2,0 pontos)

--	--

Especifique o fluxograma dos trabalhos dentro de uma agência de publicidade, desde o *Briefing* até a veiculação da campanha.

Resposta:

Após o desenvolvimento do *Briefing* pelo Atendimento junto ao Cliente, a equipe de Planejamento (Pesquisa, Atendimento, Criação, Mídia) e o Cliente se reúnem para decidir o conteúdo da comunicação a ser trabalhado, a partir de análise das informações previamente desenvolvidas.

Após a aprovação do caminho escolhido, a Criação (redator e diretor de arte) desenvolve a idéia baseada no tema determinado e a Mídia busca a melhor forma de veicular as peças.

Algumas empresas optam pela função do Tráfego na coordenação do fluxo dos trabalhos e prazos a serem cumpridos.

Após a aprovação pelo cliente das propostas desenvolvidas, parte-se para a execução. A Produção Gráfica vai fazer a pesquisa e contratação da empresa de serviços gráficos e, principalmente, acompanhar seus trabalhos. A Produção de RTVC vai contratar e acompanhar os trabalhos para a realização do material a ser veiculado. Em todas as atividades, vários fornecedores e prestadores de serviços são contratados.

Tudo pronto e, como sempre, devidamente aprovado pelo Cliente, a Mídia autoriza a veiculação e envia o material para os veículos. É fundamental o acompanhamento dos trabalhos e dos resultados.

4ª QUESTÃO: (2,0 pontos)

--	--

Enumere e explique as etapas que constituem o processo de criação/desenvolvimento de um trabalho de design gráfico.

Resposta:

A partir do *briefing*, a realização do trabalho de design gráfico se desenvolve em três etapas:

1 - o *rough* (ou "rafe"), que é o momento da criação em que são exploradas as primeiras idéias, dentre as quais o designer elegerá uma para ser desenvolvida;

PROAC / COSEAC - Gabarito

2 - o layout, quando então a solução escolhida é graficamente trabalhada de modo a apresentar a maior aproximação visual possível com o produto que será impresso, e é a etapa em que a idéia é submetida à aprovação do cliente; e, por último,

3 - a arte-final, que é a formatação final do trabalho, já adequada ao tipo de reprodução gráfica preestabelecido, e pronta para ser encaminhada ao prestador de serviços gráficos.

5ª QUESTÃO: (2,0 pontos)



Itália: batalha à vista na escolha do presidente

Após eleição tumultuada de premier, país se prepara para briga entre governo e oposição para eleger novo chefe de Estado



Carlo Azeglio Ciampi, presidente da Itália, em 2005.

Na coalizão de Prodi, a inclinação por D'Alema

Após recessão de Ciampi a concorrer de novo ao cargo, Berlusconi se vê em situação difícil

Itália se prepara para a eleição presidencial em maio. O atual presidente, Carlo Azeglio Ciampi, não se candidatará e o cargo será disputado por Silvio Berlusconi e Romano Prodi. Berlusconi é considerado o favorito, mas Prodi tem a vantagem de ser o líder da maioria no Parlamento.

Natalidade na Alemanha nunca foi tão baixa

Número de nascimentos em 2005 foi o mais baixo desde a 2ª Guerra e levou país a falar até em extinção

A Alemanha registrou o menor número de nascimentos em 2005 desde a Segunda Guerra Mundial. O país enfrenta uma crise demográfica que preocupa o governo alemão.

Plano prevê emergência para o Brasil

Empreza a partir de...

Um plano de emergência foi elaborado para o Brasil em caso de crise econômica. O plano prevê medidas para estabilizar a economia e garantir o acesso a recursos financeiros internacionais.

Advertisement for Chevrolet Corsa. It features two cars, a Corsa Meriva 1.8 and a Corsa Zafira 2.0. The text highlights a financing rate of 0.99% and a price of R\$ 57.990. The Chevrolet logo is also present.

Advertisement for Chevrolet Corsa. It features two cars, a Corsa Meriva 1.8 and a Corsa Zafira 2.0. The text highlights a financing rate of 0.99% and a price of R\$ 57.990. The Chevrolet logo is also present.

Uma bomba-relógio demográfica

Este artigo discute o impacto da mudança demográfica na Europa. O envelhecimento da população e a queda das taxas de natalidade são apontados como fatores que podem levar a uma crise econômica e social.

Feministas declaram guerra a 'mademoiselle'

Militantes francesas consideram termo machista e querem eliminar seu uso da linguagem

Em Paris, militantes feministas declaram guerra ao termo 'mademoiselle'. Elas consideram o termo machista e querem que seja substituído por 'madame' em todos os contextos.

Zimbábue: a vida sob hiperinflação

Preços sobem todo dia num país atormentado por recessão e miséria

Zimbábue enfrenta uma hiperinflação galopante. Os preços sobem diariamente, levando a uma situação de recessão e miséria para a população.



Observe a página do jornal abaixo.

O Globo, domingo, 7 de maio de 2006. Caderno "O Mundo".

Após ter visto este anúncio, enumere as informações que foram fundamentais para a Criação trabalhar a campanha e para a Mídia veicular a peça nesse meio.

Resposta:

O candidato deverá mostrar-se antenado com a necessidade cada vez maior de informação. Deverá enumerar a necessidade não só de pesquisas quantitativas mas, em especial, de pesquisas qualitativas que tratem do comportamento do consumidor, afinidade, valores, hábitos, projetos para a vida, enfim, tudo que vai fazer com que se escolha a melhor forma de comunicar a mensagem e encontrar o público no lugar certo pela mídia mais eficiente.