

**Cargo: SARGENTO****Disciplina: Comunicação Institucional**

Questão	Gabarito por extenso	Justificativa	Conclusão (Deferido ou Indeferido)	Resposta Alterada para:
1	No Ofício interno ou externo é usada a formas de tratamento Vossa Excelência para os Secretários da Presidência da República.	Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que os recursos procedentes, a questão está em desconformidade com o edital N° 004/2018 – CFS/BM/2018 – ERRATA 3	DEFERIDO	ANULADA
2	I.	Em resposta ao recurso interposto, temos a dizer que os recursos procedentes, a questão está em desconformidade com o edital N° 004/2018 – CFS/BM/2018 – ERRATA 3	DEFERIDO	ANULADA
3	I, II e III.	Em resposta aos recursos interpostos, temos a dizer que sobre a Comunicação Institucional, os itens I, II e III estão corretos: “I. Está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos que explicitam o lado público das organizações; II. Constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social onde está inserta; III.O marketing cultural, o jornalismo empresarial e a assessoria de imprensa são exemplos de instrumentos da comunicação institucional”. Conforme podemos verificar na obra: Kunsch, Margarida Maria K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Editora: Summus. 5ª Edição revista. Volume 17. Págs:164, 165. Verifica-se que o erro de digitação evidente em “assessoria de imprensa”, não compromete a verificação do conhecimento sobre o assunto e a consequente identificação da única assertiva correta. Encontrando-se o tema abordado dentro do edital: MARKETING INSTITUCIONAL. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.	INDEFERIDO	-
4	Propaganda institucional.	Em resposta aos recursos interpostos, temos a dizer que é um instrumento utilizado pelas relações públicas, integrante da comunicação institucional, que visa divulgar as realizações das organizações, transmitir sua personalidade e fixar conceitos do seu fazer e ser: a Propaganda institucional. Conforme podemos constatar na obra: Kunsch, Margarida Maria K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Editora: Summus. 5ª Edição revista. Volume 17. Págs: 168 à 175. Encontrando-se o tema abordado dentro do edital: MARKETING INSTITUCIONAL. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, considera-se improcedente o recurso impetrado.	INDEFERIDO	-
5	Analisar os	Em resposta aos recursos interpostos, temos a dizer que durante a elaboração de um planejamento	INDEFERIDO	-

	ambientes externo e interno.	estratégico de marketing, é necessário: analisar os ambientes externo e interno. Conforme podemos constatar na obra: Kotler, Philip. Marketing de A a Z – 80. Conceitos que Todo Profissional Precisa Saber. Editora: Campus. 14ª Edição. Pags: 98 à 119. A semelhança entre questões não caracteriza plágio, a abordagem de assuntos relevantes podem proporcionar semelhança entre as questões, evidenciada pela verificação de diferença nos distratores. Sendo assim, por não haver qualquer inadequação na questão nem em seu gabarito, muito menos plágio vez que a questão foi elaborada a partir da obra citada anteriormente, considerando-se, portanto, improcedente o recurso impetrado.		
7	cliente.	Em resposta aos recursos interpostos, temos a dizer que o princípio que diz que as empresas devem concentrar-se nas atividades de Marketing que criam e fornecem valor, o qual só se viabiliza com a construção de relacionamentos à longo prazo é o Princípio do cliente. Conforme podemos confirmar na obra: Kotler, Philip. Marketing de A a Z - 80 Conceitos que Todo Profissional Precisa Saber. Editora: Campus. 14ª Edição. 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	-