



CADERNO DE QUESTÕES

Companhia de Desenvolvimento dos Vales
do São Francisco e do Parnaíba

CODEVASF

Realização:

Prova para o Cargo de:

TARDE

Técnico em Desenvolvimento Regional - II



Área de Formação:

E09 - Marketing

Leia atentamente as informações abaixo:

1. Aguarde a autorização do Fiscal de Sala para iniciar a leitura das questões da prova.
2. A prova terá duração de 4 horas; o candidato que terminar a prova só poderá sair após decorrida 1 hora de seu início. O Caderno de Questões só poderá ser levado pelo candidato após 3 horas do início da prova, de acordo com o item 5.3. do Edital/Manual do Candidato.
3. Este Caderno é composto de:
20 questões de Conhecimentos Específicos - de 01 a 20;
15 questões de Língua Portuguesa - de 21 a 35;
10 questões de Informática - de 36 a 45;
05 questões de Legislação da CODEVASF - de 46 a 50.
4. Os Fiscais de Sala não estão autorizados a prestar qualquer esclarecimento sobre a resolução das questões: esta tarefa é obrigação exclusiva do candidato.
5. Não é permitido que os candidatos se comuniquem entre si. É proibida também a utilização de equipamentos eletrônicos.
6. Em cada questão só há uma opção correta de resposta, portanto evite rasurar seu Cartão de Respostas, pois em hipótese alguma ele será substituído.
7. Não dobre, amasse ou escreva em seu Cartão de Respostas; apenas confira seus dados, leia as instruções para seu preenchimento e assine no local indicado. É obrigatória sua assinatura no Cartão de Respostas.
8. O gabarito desta prova estará disponível nos locais de divulgação e no site www.fundec.org.br, a partir de 29/04/03.
9. Para exercer o direito de recorrer contra qualquer questão, o candidato deve seguir as orientações constantes do Manual do Candidato.

BOA SORTE

Conhecimentos Específicos

01) “Os consumidores dão preferência aos produtos amplamente disponíveis e de baixo preço. Portanto, como são sensíveis a preço, os gerentes devem concentrar-se em atingir uma eficiência produtiva elevada e uma distribuição ampla”. Essas idéias caracterizam organizações que se orientam essencialmente pelo conceito de:

- A) mercado;
- B) produto;
- C) produção;
- D) marketing social;
- E) vendas.

02) Tendo em vista o fenômeno do ciclo de vida comercial de um produto e os objetivos de marketing típicos para cada estágio, é correto afirmar que no estágio de:

- A) introdução do produto no mercado, o objetivo maior é maximizar lucro e defender antecipadamente a participação de mercado;
- B) maturidade, devem-se reduzir gastos, diminuindo o número de pontos de vendas;
- C) crescimento, deve-se concentrar em criar a consciência do produto e investir em promoções;
- D) declínio, deve-se tirar o máximo proveito da reputação obtida com a marca, investindo-se em propaganda e em novos pontos de venda;
- E) crescimento, deve-se aproveitar a aceitação do produto e maximizar a participação de mercado como forma de defesa contra eventuais novos entrantes.

03) Marketing interno, também conhecido como endomarketing®, é parte importante da rotina de um profissional de marketing porque:

- A) permite identificar suas potencialidades pessoais através de uma análise interna de seu perfil de compra;
- B) prepara os funcionários de sua instituição, tais como vendedores, telefonistas e outros, para ter a compreensão e auxiliá-los na implementação da orientação para o mercado;
- C) permite identificar as potencialidades de venda de determinados segmentos de mercado através de uma análise psicológica de seu comportamento de compra;
- D) auxilia na sua colocação no mercado de trabalho, através de uma melhor apresentação de seus valores internos;
- E) representa uma técnica de relacionamento mais íntima entre o setor de marketing e os seus consumidores através de pesquisas em pequenos grupos de compradores.

04) O conceito de agregação de valor tem sido amplamente utilizado por profissionais de diferentes áreas de atuação. O setor de marketing pode contribuir para a agregação e entrega de valor ao mercado através de um conjunto de conveniências ou utilidades. São elas:

- A) tempo, posse, forma e lugar;
- B) entrega, garantia, financiamento e propaganda;
- C) desconto, flexibilidade, crédito e entrega;
- D) garantia, crédito, desconto e entrega;
- E) crédito, uso, entrega, lugar.

05) Tendo em vista as decisões sobre gerência de produtos, é correto afirmar que:

- A) bens de conveniência são, de um modo geral, produtos comprados por impulso ou de forma emergencial, sem maiores planejamentos por parte do comprador e, portanto, sem relevância para o apelo de marca;
- B) a utilização de marca só faz sentido se houver uma estratégia de diferenciação por nível de qualidade;
- C) produto é algo que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer a um desejo ou necessidade, e sua manifestação mais fundamental é o benefício que oferece;
- D) o composto ou sortimento de produto é o conjunto dos itens que um vendedor específico coloca à venda para o mercado, atrelados a uma mesma marca e mesmo segmento-alvo;
- E) marca é um nome associado a um ou mais itens de uma linha de produtos que serve para identificá-lo e deve estar sempre relacionada a um bom padrão de qualidade.

06) Analisando o ambiente empresarial, o profissional de marketing, seja à busca de oportunidades ou alerta às ameaças, muitas vezes percebe que os concorrentes indiretos são mais perigosos do que os concorrentes diretos. Considerando a afirmação acima, é correto afirmar que:

- A) companhias de ônibus e caminhões não podem ser considerados concorrentes de companhias de aviação pois oferecem serviços distintos;
- B) as mercearias não podem ser consideradas concorrentes dos supermercados pois têm tamanhos diferentes;
- C) a Internet pode ser considerada concorrente dos correios, assim como os serviços de telefonia;
- D) as empresas de transporte ferroviário não concorrem de maneira alguma com as empresas de transporte rodoviário;
- E) a Nestlé e a Lacta são concorrentes indiretos no negócio de chocolates.

07) O Sistema de Informações de Marketing (SIM) representa a fonte de dados sobre os quais os gerentes devem embasar suas decisões. Tendo em vista a composição de um SIM, é correto afirmar que:

- A) o processo de pesquisa de marketing deve ser uma aplicação do método científico que inclui a definição do problema, a análise da situação, a obtenção de dados, a implementação de um ou mais métodos de interpretação dos dados e a apresentação de uma solução para o problema;
- B) o SIM deve ser composto de dados internos da empresa, dados publicados em fontes diversas mas não inclui pesquisas primárias sobre um problema específico;
- C) a pesquisa qualitativa busca respostas através de questões fechadas, bem estruturadas, a partir de entrevistas com os alvos desejados;
- D) a pesquisa quantitativa busca respostas para questões mais objetivas, normalmente através de veículos como questionários, e apresentam uma maior profundidade de conhecimento sobre cada pessoa pesquisada do que a pesquisa qualitativa, pois permite fazer cálculos;
- E) a pesquisa de mercado envolve vários métodos, tais como entrevistas com grupos de foco, levantamento por correio, telefone ou entrevista pessoal, mas não inclui a simples observação.

08) As cinco forças determinantes da atratividade estrutural de um segmento de mercado, segundo o modelo de Michael Porter, são:

- A) poder de fornecimento, ameaça de fornecedores, poder dos compradores, ameaça de novos entrantes e capacidade de diferenciação;
- B) ameaça de concorrentes, ameaça governamental, poder de compradores, poder de fornecedores e ameaça de fornecedores;
- C) barreiras à mobilidade, barreiras à saída, ameaça de substitutos, ameaça de fornecedores e rivalidade do segmento;
- D) poder de fornecimento, ameaça de concorrentes, rivalidade do segmento, barreiras dos fornecedores e barreira à saída;
- E) rivalidade do segmento, ameaça de novos entrantes, poder dos compradores, poder dos fornecedores e ameaça de substitutos.

09) A integração vertical de diferentes níveis de atividades por parte de uma empresa pode se dar por meio da incorporação de funções de:

- A) um ou mais fornecedores, mas não de intermediários de revenda;
- B) intermediários de revenda mais não de fornecedores;
- C) concorrentes diretos;
- D) um ou mais fornecedores e intermediários de distribuição;
- E) fornecedores, intermediário e governo.

10) O composto de marketing é formado por áreas de decisão (ferramentas) sobre as quais os gerentes têm maior controle. São elas:

- A) determinação de marca, especificação de embalagem, formas de financiamento e localização de lojas;
- B) composição de serviços, produtos, distribuição e promoção;
- C) formação de produtos, formação de preços e condições de compra, políticas de distribuição e políticas promocionais;
- D) formação de produtos, composição de serviços, apereçamento e políticas promocionais;
- E) formação de produtos, políticas de financiamento, escolhas de pontos de venda e de empresas de propaganda.

11) Segmentação de mercado é o processo de:

- A) identificação de diferentes padrões de comportamento da concorrência;
- B) classificação do mercado em grupos de diferentes classes sociais e perfis psicográficos, distinguindo compradores de consumidores;
- C) análise do padrão de compra de grupos do mercado, com vistas a uma campanha publicitária de esclarecimento da oferta;
- D) esclarecimento a grupos específicos do mercado sobre o perfil dos diferentes produtos da empresa;
- E) identificação e classificação de grupos de compradores que podem requerer ofertas distintas devido a desejos e necessidades diferentes.

12) Para fins de segmentação de mercado são utilizadas variáveis:

- A) demográficas, tais como faixa etária, sexo, renda e formação educacional;
- B) psicográficas, tais como estilo de vida, personalidade, religião e tamanho da família;
- C) geográficas, tais como clima, população e raça;
- D) comportamentais, tais como religião, atitude e renda;
- E) psicográficas, tais como benefícios procurados, classe social, estilo de vida e personalidade.

13) Posicionamento é o ato de:

- A) desenvolver um conjunto de diferenças significativas entre os produtos para distinguir a oferta da empresa;
- B) promover diferenças na distribuição de tal maneira que sejam encontradas em diversas posições dentro das lojas;
- C) tornar os produtos oferecidos ao mercado homogêneos;
- D) desenvolver a oferta e a imagem da empresa de maneira que ocupem uma posição distinta na mente do consumidor;
- E) desenvolver um conjunto de diferentes produtos que forcem a mobilização da concorrência.

14) É correto afirmar que:

- A) a estratégia de extensão da linha de produtos envolve riscos, pois pode levar à perda de significado da marca, ou seja, comprometer seu posicionamento junto ao público;
- B) uma empresa deveria sempre utilizar-se de uma única marca para expandir sua oferta, pois o nome conhecido certamente levará ao sucesso de posicionamento;
- C) com o processo de extensão da linha de produtos, novos itens são adicionados à oferta e quanto maior este número melhor, pois o expurgo de alguns traz redução de lucratividade;
- D) uma empresa deveria usar sempre a mesma marca para cada um de seus itens como forma de reduzir custos de propaganda e assim assegurar maiores vendas;
- E) a utilização de multimarcas dentro da mesma categoria de produtos deve ser sempre evitada para não confundir o mercado.

15) São exemplos de ferramentas do composto promocional:

- A) cartazes, catálogos e sortimento;
- B) relações públicas, venda pessoal e marketing direto;
- C) endomarketing/marketing interno, propaganda e escolha do ponto de venda;
- D) sortimento, relatórios anuais e marketing interno;
- E) escolha do ponto de venda, propaganda e formação de preços baixos.

16) A relação correta entre opções de formação de preço, as razões e as consequências esperadas, respectivamente, está apresentada na opção:

- A) aplicar o preço de penetração porque auxilia na experimentação e facilita no aumento da rentabilidade;
- B) utilizar a técnica de desnatação porque desencoraja a concorrência e mantém participação de mercado;
- C) aplicar o preço de penetração porque desencoraja a concorrência e auxilia na manutenção ou ganho de mercado;
- D) manter o preço e aumentar a qualidade percebida porque é mais barato mexer no preço e assim aumentar a lucratividade;
- E) aumentar o preço e manter a qualidade para impressionar os compradores e aumentar participação de mercado.

17) A área de distribuição é uma das mais delicadas a se gerenciar dentro do composto de marketing, uma vez que normalmente inclui o relacionamento com outras instituições. Portanto é correto afirmar que:

- A) é irrelevante analisar níveis de estoques como forma de gerar informações para o sistema de distribuição quando há sazonalidade na demanda;
- B) é melhor para o consumidor comprar diretamente do produtor, pois assim evita os intermediários e reduz seus custos de transação;
- C) quando empresas são eliminadas de uma cadeia de distribuição consegue-se reduzir o número de atividades a desempenhar;
- D) o conceito de logística integrada sugere que as empresas vejam as atividades de suprimento e distribuição como um fluxo contínuo, enquanto o gerenciamento de cadeia representa a visão fragmentada deste fluxo.
- E) as funções dos intermediários estão relacionadas à busca de informações, ajuste das discrepâncias entre oferta e demanda e redução do número de transações;

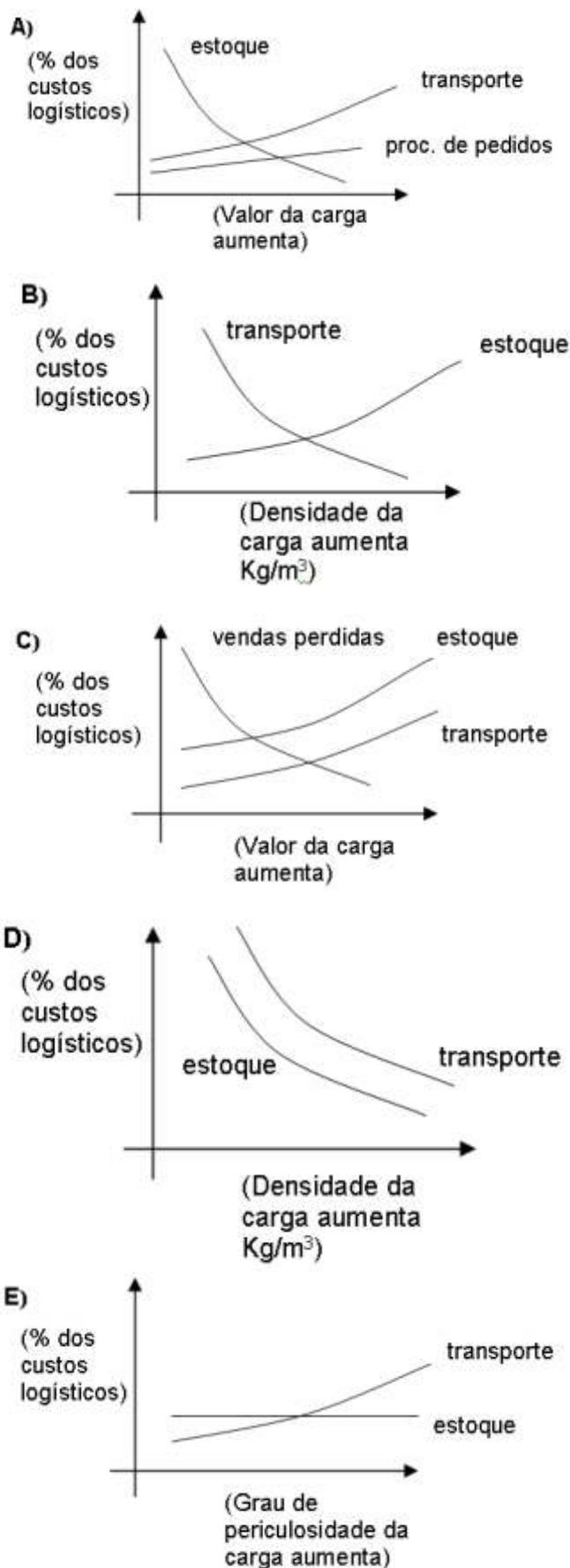
18) A logística constitui o gerenciamento de insumos, produtos semi-acabados, produtos prontos, além das informações relacionadas a eles. No contexto dos canais de marketing, distribuição física e logística andam juntas. A logística mais moderna expandiu-se para o conceito de gerenciamento de cadeia de suprimento e distribuição, que inclui algumas medidas táticas importantes. Das identificadas abaixo, aquela cuja definição está correta é:

- A) J.I.T. o conceito de *just in time* assume que os fornecedores estarão sempre em dia com os pedidos feitos por seus clientes;
- B) E.C.R. o conceito de *efficient consumer response* representa um programa de fornecimento somente do que é desejado, sem desperdícios e com ênfase no consumidor (comprador final);
- C) C.R.P. o conceito de *continuous replenishment planning* constitui a prática de repor estoques baseada no contínuo esforço de promover vendas com descontos;
- D) E.D.I. a troca eletrônica de dados representa a utilização maciça da Internet para fins de divulgação e promoção de produtos;
- E) Gerenciamento de categorias vem a ser a agregação de vendedores e distribuidores em grupos de empresas que controlam categorias de produtos.

19) Considerando o comportamento da demanda em relação à alterações de preços, é correto afirmar que:

- A) o aumento do preço de um produto de \$10,00 para \$15,00 leva ao um declínio de vendas da ordem de 2.000 unidades/mês para 1800 unidades/mês: isto representa que tal produto tem uma demanda elástica;
- B) a redução do preço de um produto de \$20,00 para \$18,00 traz um acréscimo de vendas de 350 unidades/mês para 370 unidades/mês: isto representa uma demanda elástica;
- C) o aumento do preço de um produto de \$150,00 para \$180,00 leva a um declínio de vendas de 900 unidades/mês para 730 unidades/mês, o que caracteriza uma demanda de elasticidade unitária;
- D) o aumento de preço de um produto por parte de seu produtor, cuja demanda é inelástica, leva ao aumento da receita total do mesmo;
- E) a redução do preço de um produto por parte de seu produtor, cuja demanda é inelástica, leva ao aumento da receita total do mesmo.

20) Considerando as relações entre políticas de transporte e estocagem, o gráfico abaixo que ilustre de forma correta a função de seus custos em relação aos diferentes tipos de produtos está na opção:



Língua Portuguesa

Leia o texto abaixo e responda às questões a seguir.

Os primeiros anos do século XX marcaram o surgimento, no Rio de Janeiro, de uma grande novidade: o *foot-ball*, esporte de origem inglesa que logo cairia no gosto das rodas elegantes da cidade. Aparecendo inicialmente nos últimos anos do século XIX por iniciativa de estrangeiros, como os sócios do Payssandu Cricket Club, o jogo é rapidamente assumido por grupos de jovens estudantes que voltavam do Velho Continente trazendo as novidades do tão moderno esporte. Era o caso dos fundadores do Fluminense Foot-ball Club. Criado em 1902 por alguns entusiastas do jogo da bola, era o primeiro clube do gênero na capital da República. Já nos anos seguintes, porém, surgiam outros clubes, como o Botafogo, que ajudariam a definir junto com eles uma feição de elegância e distinção para o futebol. Embora em muitos colégios e em diferentes regiões da cidade os jogos com bola já fossem apreciados pelo menos desde a década de 1890, os sócios destes clubes - autodenominados *sportmen* - firmavam no Brasil um modelo de jogo com regras e termos definidos, adotando os padrões do *foot-ball association* inglês. Definiam com isto de forma mais rígida uma ordenação para o esporte, ligando-o definitivamente ao modo pelo qual era praticado na Europa.

Empolgando a rica mocidade carioca, o futebol mostrava ter ainda, nos seus primeiros anos na cidade, um caráter restrito. Longe de ser um esporte nacional, o jogo era praticado majoritariamente por jovens endinheirados que iam fazendo dele um misto de diversão e de distinção, na formação de clubes privados nos quais pudessem reunir-se e praticar o esporte. Os sócios destes clubes elegantes não conseguiriam, porém, manter por muito tempo o monopólio desta prática esportiva. O futebol, que desde os primeiros anos do século vinha se difundindo rapidamente pela cidade, alcançava no fim da década de 1910 uma popularidade ímpar. Segundo uma revista esportiva, ele já era em 1919 o esporte "com maior número de adeptos" no Rio de Janeiro. Esta grande popularidade, que tirava do futebol o caráter de um jogo elegante para poucos, impressionava cronistas como Paulo Barreto, mais conhecido pelo pseudônimo de João do Rio. Se ainda em 1910 Gilberto Amado, sem dar importância ao jogo daqueles rapazes elegantes, afirmava que o futebol não seria "assunto de intelectuais", já em 1916 Paulo Barreto declarava, sem receio, a importância do jogo para a cidade - o que faz em uma crônica assinada com o pseudônimo de José Antonio José, um de seus personagens-narradores(...)

Ligando o jogo às festas esportivas da Antigüidade, como faria ainda em outras crônicas - nas quais afirma explicitamente para ele, pela boca de Godofredo de Alencar, uma origem ligada aos jogos olímpicos de Delfos (onde se realizavam os jogos em honra a Apolo), definindo o futebol como o "renascimento de um jogo grego" - Paulo Barreto mostrava a grandiosa impressão que a popularização do futebol lhe causava. Para ele, já neste momento "a alteração geral é o *sport*, é o *match*", o que daria às disputas futebolísticas na cidade uma dimensão nunca vista. Definitivamente, parecia que algo havia mudado nos campos da cidade, e o jogo dos rapazes elegantes transformara-se, então, em um grande fenômeno de massas.

(PEREIRA, Leonardo A. de M. O jogo dos sentidos: os literatos e a popularização do futebol no Rio de Janeiro. In: CHALHOUB, Sidney & PEREIRA, Leonardo A. de M. *A história contada*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1998, p. 195-6.)

21) Dentre as afirmações abaixo, a que NÃO pode ser atribuída ao texto é:

- A) deve-se aos praticantes estrangeiros a introdução do novo esporte no Brasil;
- B) a nova prática esportiva rapidamente conquistou a simpatia de jovens estudantes estrangeiros;
- C) o futebol foi praticado de imediato nas camadas mais prestigiadas da sociedade carioca;
- D) a criação do Fluminense Foot-Ball Club resultou do interesse despertado pelo esporte no início do século XX;
- E) com o tempo, o futebol passou a ser praticado pela população em geral.

22) O futebol praticado nos colégios não era o mesmo que se praticava nos primeiros clubes, em face do seguinte fato:

- A) a prática do futebol nos clubes era mais fiel às origens do futebol inglês;
- B) somente nos clubes havia termos próprios para uso na linguagem do futebol;
- C) os colégios procuravam dar caráter mais dinâmico ao esporte, em conformidade com os parâmetros europeus;
- D) coube aos clubes definir as regras do futebol, já que o esporte fora importado sem qualquer deliberação a respeito;
- E) nos colégios do século XIX ainda não havia ambiente adequado aos jogos com bola.

23) Traçam-se abaixo características dos primeiros adeptos do futebol no Brasil. O texto, entretanto, NÃO faz menção à característica expressa na opção:

- A) tratava-se de pessoas com boa situação financeira;
- B) o objetivo dos praticantes era a diversão e o prestígio social;
- C) pessoas de todas as faixas etárias se envolviam com a prática do novo esporte;
- D) os primeiros praticantes do século XIX não eram brasileiros;
- E) os praticantes do novo esporte pertenciam a clubes restritos e sofisticados.

24) Segundo o texto, o futebol passa a ser o esporte mais praticado no Rio de Janeiro:

- A) a partir da chegada dos estudantes que regressavam do Velho Continente;
- B) na época em que o esporte se popularizou entre sócios de clubes estrangeiros;
- C) em 1910, quando chamou a atenção dos intelectuais até então alheios ao esporte;
- D) apenas nos anos finais da segunda década do século passado;
- E) tão logo foi objeto de comentário dos cronistas fluminenses.

25) João do Rio, segundo o texto, manifestou-se sobre o futebol em várias oportunidades. O comentário abaixo que NÃO pode ser atribuído ao conhecido cronista é:

- A) revelou a importância do jogo para a cidade do Rio de Janeiro;
- B) contribuiu para o incremento dos termos típicos do futebol no Brasil;
- C) vinculou o futebol às práticas esportivas da Antigüidade;
- D) renunciou a imensa popularidade que o esporte viria a ter no país;
- E) redigiu textos em que se refere favoravelmente ao novo esporte.

26) Substituiu-se, em cada trecho abaixo, a palavra sublinhada por outra de igual valor semântico. O item em que a substituição resulta em alteração do sentido original do texto é:

- A) "...o jogo é rapidamente assumido por grupos de jovens estudantes que voltavam do Velho Continente trazendo as novidades do tão moderno esporte." (linhas 6-9) / ...o jogo é rapidamente absorvido por grupos de jovens estudantes que voltavam do Velho Continente trazendo as novidades do tão moderno esporte.
- B) "Já nos anos seguintes, porém, surgiam outros clubes, como o Botafogo..." (linhas 12-13) / Já nos anos subseqüentes, porém, surgiam outros clubes, como o Botafogo...
- C) "...adotando os padrões do *foot-ball association* inglês." (linhas 20-21) / ...adotando os modelos do *foot-ball association* inglês.
- D) "...o que faz em uma crônica assinada com o pseudônimo de José Antonio José, um de seus personagens-narradores." (linhas 45-47) / ...o que faz em uma crônica assinada com o apelido de José Antonio José, um de seus personagens-narradores.
- E) "...Paulo Barreto mostrava a grandiosa impressão que a popularização do futebol lhe causava." (linhas 54-55) / ...Paulo Barreto expunha a grandiosa impressão que a popularização do futebol lhe causava.

27) O adjetivo erudito fluminense, presente no texto, denomina as pessoas naturais do Rio de Janeiro. Dos adjetivos eruditos usados nas frases abaixo o que tem o emprego INADEQUADO é:

- A) A temperatura baixara a níveis de um verdadeiro frio estival.
- B) Necessitava da outorga uxória para a venda do imóvel.
- C) Sempre se destacou como aluno exemplar no corpo discente da escola.
- D) A exposição ao sol deixara-lhe extensas marcas cutâneas.
- E) Acreditava em tônicos capilares milagrosos contra a calvície.

28) Das alterações feitas abaixo na pontuação da frase "O futebol, que desde os primeiros anos do século vinha se difundindo rapidamente pela cidade, alcançava no fim da década de 1910 uma popularidade ímpar." (linhas 32-35) está INCORRETA a que foi feita na opção:

- A) O futebol, que, desde os primeiros anos do século, vinha se difundindo rapidamente pela cidade, alcançava no fim da década de 1910 uma popularidade ímpar.
- B) O futebol, que desde os primeiros anos do século vinha se difundindo rapidamente pela cidade, alcançava, no fim da década de 1910, uma popularidade ímpar.
- C) O futebol, que, desde os primeiros anos do século, vinha se difundindo rapidamente pela cidade, alcançava, no fim da década de 1910, uma popularidade ímpar.
- D) O futebol, que, desde os primeiros anos do século vinha se difundindo, rapidamente pela cidade, alcançava no fim da década de 1910 uma popularidade ímpar.
- E) O futebol que, desde os primeiros anos do século, vinha se difundindo rapidamente pela cidade alcançava no fim da década de 1910 uma popularidade ímpar.

29) A frase INCORRETA quanto à concordância verbal, de acordo com as normas da língua culta, é:

- A) Gilberto Amado foi um dos cronistas que afirmou não ser o futebol um assunto de intelectuais.
- B) Qual dentre os cronistas da época afirmaram que o futebol não era assunto de intelectuais?
- C) Poderia haver mais de um cronista que afirmasse não ser o futebol um assunto de intelectuais.
- D) Dez por cento da crônica especializada da época achavam que futebol não seria assunto de intelectuais.
- E) Um e outro cronista afirmavam ser o futebol um esporte destinado às grandes massas do povo.

30) Das alterações feitas abaixo na posição do pronome pessoal átono, é INCORRETA, de acordo com a norma culta da língua, a que foi feita na opção:

- A) "...e o jogo dos rapazes elegantes transformara-se, então, em um grande fenômeno de massas." (linhas 60-62) / ...e o jogo dos rapazes elegantes se transformara, então, em um grande fenômeno de massas.
- B) "...que desde os primeiros anos do século vinha se difundindo rapidamente pela cidade..." (linhas 32-34) / ...que desde os primeiros anos do século vinha difundindo-se rapidamente pela cidade...
- C) "...onde se realizavam os jogos em honra a Apolo..." (linhas 52-53) / ...onde realizavam-se os jogos em honra a Apolo...
- D) "...nos quais pudessem reunir-se e praticar o esporte." (linhas 29-30) / ...nos quais se pudessem reunir e praticar o esporte.
- E) "...Paulo Barreto mostrava a grandiosa impressão que a popularização do futebol lhe causava." (linhas 54-55) / ...Paulo Barreto mostrava a grandiosa impressão que a popularização do futebol causava-lhe.

31) No período "Já nos anos seguintes, porém, surgiam outros clubes, como o Botafogo, que ajudariam a definir junto com eles uma feição de elegância e distinção para o futebol" (linhas 12-15), a palavra junto é membro de um locução, razão por que se mantém invariável. A opção em que a palavra junto foi INCORRETAMENTE flexionada, por ser também invariável, é:

- A) Transformei-lhes a posição, de juntos a separados.
- B) Vejo-as sempre juntas pela manhã.
- C) Creio que, juntos, estaremos mais próximos da vitória.
- D) Eram tantos jogadores que poderiam juntos formar vários times de futebol.
- E) Encontrei-as juntas ao portão de entrada do clube.

32) Em cada item abaixo, foi feita a substituição do segmento sublinhado por uma palavra de sentido correspondente, expressa entre parênteses. A opção em que é INCABÍVEL a substituição é:

- A) Alguns sócios do clube estavam devendo mensalidades atrasadas. (inadimplentes);
- B) A falta de cumprimento de alguns deveres os levou a ser afastados do clube. (inobservância);
- C) Eram sem dúvida jogadores que não serviam para nada, só atrapalhavam os demais companheiros. (inócuos);
- D) O sócio contava fatos que não tinham a menor aparência de verdadeiros para justificar seus atrasos nas mensalidades. (inverossímeis);
- E) As palavras do treinador eram mal ordenadas e desconexas, de sorte que os jogadores sequer entendiam suas ordens. (incoerentes).

33) A palavra sublinhada no trecho "...já em 1916 Paulo Barreto declarava, sem receio, a importância do jogo para a cidade..." (linhas 43-44) relaciona-se, quanto à formação, ao verbo recear, cuja flexão obedece a um padrão especial, o dos verbos terminados em -ear. Das frases abaixo, está em **DESACORDO** com este padrão a que se encontra na opção:

- A) Supõem eles que receemos enfrentá-los.
- B) Talvez você receie enfrentá-los, não eu.
- C) Nosso time jamais receou enfrentar os adversários.
- D) Não os enfrentaremos, mas não porque receamos fazê-lo.
- E) Tinham receiado anteriormente um confronto direto conosco.

34) Das alterações processadas no trecho "O futebol, que desde os primeiros anos do século vinha se difundindo rapidamente pela cidade..." (linhas 32-34), a que implica erro de regência verbal, de acordo com as normas da língua culta, é:

- A) O futebol, por que aludiam os cronistas da época desde os primeiros anos do século...
- B) O futebol, a que se atribuía o interesse dos jovens desde os primeiros anos do século...
- C) O futebol, de que se ouvia falar desde os primeiros anos do século...
- D) O futebol, em que residia o interesse dos jovens desde os primeiros anos do século...
- E) O futebol, que desde os primeiros anos do século era praticado em clubes...

35. No trecho "Ligando o jogo às festas esportivas da Antigüidade..." (linhas 48-49), é obrigatório o emprego do acento indicativo da crase. Em outras situações, entretanto, este emprego é facultativo, fato que pode ser constatado na frase:

- A) Os introdutores do futebol no Brasil buscavam dar satisfação à vontade de divertir-se.
- B) Aos poucos o futebol ganhou popularidade, sendo às vezes verdadeira paixão.
- C) Os brasileiros devem a prática do futebol às pessoas que o importaram da Inglaterra.
- D) Idealizaram o time de futebol, mas nada disseram quanto às suas custas para o clube.
- E) O futebol manteve-se desconhecido entre nós até à derradeira década do século XIX.

Informática

36) Acerca do sistema operacional Windows, é correto dizer que:

- A) o Internet Explorer é o aplicativo usado para operações com pastas e arquivos;
- B) para alterar o layout do teclado, basta clicar em Iniciar - Configurações - Painel de Controle e dar um duplo clique no ícone Teclado;
- C) o editor de textos WordPad é ideal para documentos longos, com formatação complexa e grande quantidade de objetos a serem manipulados;
- D) o Windows Explorer possibilita a navegação pela WEB, garantindo segurança a autenticação em todos os acessos;
- E) os dados gravados na área de transferência permanecem na memória principal, mesmo quando o microcomputador é desligado.

37) Leia com atenção as afirmativas abaixo.

- I - _____ é a bateria ou conjunto de baterias que mantém o sistema no ar por alguns minutos, no caso de queda na rede elétrica, evitando a interrupção brusca do processador.
- II - As variações de voltagem fazem com que o funcionamento de um equipamento interfira em outro que esteja num mesmo circuito elétrico. Para evitar este problema, utiliza-se o dispositivo chamado _____.
- III - As anomalias nas redes elétricas ocasionam picos de voltagem ou oscilações de energia. Para proteger os circuitos destas anomalias, utiliza-se o _____.

No preenchimento das lacunas das afirmativas acima, devem ser usados, na ordem em que ocorrem, os termos:

- A) estabilizador, filtro de linha e no break;
- B) no break, estabilizador e filtro de linha;
- C) filtro de linha, no break e estabilizador;
- D) no break, filtro de linha, estabilizador de tensão;
- E) filtro de linha, estabilizador, no break.

38) Na memória do computador são executadas muitas funções, EXCETO o armazenamento de:

- A) instruções referentes a um programa que está sendo processado;
- B) dados iniciais referentes aos programas em execução;
- C) cópia periódica de segurança dos sistemas críticos;
- D) dados intermediários;
- E) resultados finais a serem transmitidos aos dispositivos de saída.

39) A opção que apresenta o dispositivo que é, ao mesmo tempo, um veículo de entrada e saída de dados é:

- A) leitora de código de barras;
- B) vídeo;
- C) tela sensível ao toque;
- D) scanner;
- E) unidade de fita magnética.

40) Numere os parênteses, considerando os conceitos da organização de computadores abaixo.

I - Barramento

IV - RAM

II - Clock

V - Instrução de máquina

III - Registrador

- () Dispositivo que armazena um programa que esteja sendo executado, juntamente com os respectivos dados. O acesso a este programa é feito a cada instrução pela UCP.
- () Elemento gerador de pulsos, cuja duração é chamada de ciclo, que tem a função de sincronizar e definir a velocidade de transferência de dados na UCP.
- () É a especificação de uma operação primitiva que o hardware é capaz de realizar.
- () Dispositivo que armazena, temporariamente, os resultados de um processamento, para que sejam manipulados na UAL ou serem transferidos para uma memória externa à UCP.
- () Hardware responsável pela interligação entre os componentes do computador, conduzindo de modo sincronizado o fluxo de informações, que podem ser dados, direção e controle.

A ordem correta da numeração, de cima para baixo, corresponde à opção:

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

41) A memória que armazena cargas elétricas em capacitadores, que paulatinamente perdem estas cargas, requerendo renovação periódica do seu conteúdo, chama-se:

- A) DRAM;
B) PROM;
C) SRAM;
D) EEPROM;
E) EAROM.

42) No editor de textos Word, para melhorar a aparência do texto, pode-se utilizar um recurso que separa a palavra em duas linhas denominado:

- A) Visualização;
B) Caixa de Textos;
C) AutoFormatação;
D) AutoCorreção;
E) Hifenização.

43) A opção que apresenta os modos de exibição de um documento na tela do computador, no editor de textos Word, é:

- A) Normal, Estrutura de Tópicos e Layout de Página;
B) Estrutura de Tópicos, Layout de Página e Zoom;
C) Visualização de impressão, Estrutura de Tópicos e Layout de Documento;
D) Normal, Visualização de Impressão e Estrutura de Estilo;
E) Zoom, Estilo de Impressão e Estrutura de Tópicos.

44) A opção que apresenta uma fórmula da planilha eletrônica Excel escrita corretamente é:

- A) MULTIA10B10;
B) A10*B10;
C) %(A10*B10);
D) =A10*B10;
E) ==A10XB10.

45) Sobre a planilha eletrônica Excel, a opção INCORRETA é:

- A) como exemplo dos formatos que podem ser utilizados na inserção de datas em um célula, podem-se citar DD/MM/AA, DD-MMM-AA e MMM-AA;
B) todas as células de uma coluna podem ter suas larguras alteradas simultaneamente;
C) o número máximo de planilhas que podem ser abertas na pasta de trabalho são seis;
D) é possível mover uma célula ou um grupo de células selecionando e arrastando as células escolhidas para o local desejado;
E) as colunas e linhas podem ser excluídas, independentemente de conterem dados, fórmulas ou vínculos.

Legislação CODEVASF

46) Relativamente às atividades de CODEVASF, à vista de suas finalidades previstas em lei, NÃO cabe à Companhia:

- A) coordenar obras de captação de água;
B) contratar obras de infra-estrutura, principalmente de saneamento básico e eletrificação;
C) contratar obras de infra-estrutura para irrigação;
D) coordenar ou contratar obras de construção de canais primários e secundários;
E) promover a implantação de distritos agroindustriais e agropecuários.

47) Leia com atenção as assertivas abaixo, relativas às normas que regem a CODEVASF.

I - Sendo criada por lei, a CODEVASF, como agente público, detém poder de administração e fiscalização do uso racional dos recursos hídricos e do solo.

II - A CODEVASF, tendo natureza jurídica de empresa privada, só pode funcionar como agente público por meio de delegação dos órgãos públicos competentes para administrar e fiscalizar o uso de recursos da água e do solo.

III - Os projetos elaborados pela CODEVASF, voltados especificamente para irrigação nas áreas de sua atuação, têm prevalência sobre programas elaborados por qualquer órgão de desenvolvimento regional.

IV - Nas áreas coincidentes, a CODEVASF deve atuar coordenadamente com órgãos de desenvolvimento regional.

V - A CODEVASF é administrada por um Presidente, nomeado pelo Presidente da República, e por três Diretores, eleitos pelo Conselho de Administração.

As afirmativas verdadeiras em relação à CODEVASF, à vista das normas que a regem, estão contempladas nos itens:

- A) I e II;
- B) III e IV;
- C) II e V;
- D) I e V;
- E) II e IV.

48) Leia com atenção as assertivas abaixo, relativas à lei que criou a CODEVASF.

- I - O Conselho de Administração da CODEVASF é composto por representantes de seis diferentes ministérios.
- II - O Conselho de Administração da CODEVASF é composto pelo Presidente da CODEVASF, que o preside, e por representantes dos Ministérios da Agricultura, das Minas e Energia, da Integração Nacional, do Planejamento, Orçamento e Gestão e dos Transportes.
- III - O Conselho de Administração da CODEVASF é composto por um representante do Ministério de Integração Nacional, que o preside, pelo Presidente da CODEVASF e por representante dos Ministérios da Agricultura, das Minas e Energia, do Planejamento, Orçamento e Gestão, totalizando seis membros.
- IV - A Diretoria Executiva é composta por um Presidente e por três Diretores nomeados pelo Presidente da República.
- V - A Diretoria Executiva é composta por um Presidente, nomeado pelo Presidente da República, e por três Diretores, indicados pelo Ministro da Integração Nacional e eleitos pelo Conselho de Administração.

As assertivas verdadeiras, tendo em vista as disposições da lei que criou a CODEVASF, estão contempladas nos itens:

- A) III e IV;
- B) II e IV;
- C) I e V;
- D) I e IV;
- E) I e II.

49) A CODEVASF é:

- A) empresa de economia mista;
- B) autarquia especial;
- C) empresa pública;
- D) agência pública;
- E) empresa controlada indiretamente pela União.

50) A CODEFASF foi criada para atuar originalmente:

- A) no Vale do Rio São Francisco e nos Estados de Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Ceará e Bahia;
- B) no Vale do Rio São Francisco e nos Estados de Pernambuco, Sergipe, Alagoas e Piauí;
- C) no Vale do Rio São Francisco e no Estados da Bahia, Minas Gerais, Sergipe, Alagoas e Pernambuco;
- D) no Vale do Rio São Francisco e nos Estados da Bahia, Minas Gerais, Sergipe, Pernambuco, Alagoas, Goiás e no Distrito Federal;
- E) nos Vales dos Rios São Francisco e Parnaíba, e nos Estados da Bahia, Minas Gerais, Sergipe, Pernambuco, Alagoas, Piauí e Ceará.