


CIDADE DE SAPUCAIA DO SUL  
**INSTRUÇÕES GERAIS**

- 1 - Este caderno de prova é constituído por 40 (quarenta) questões objetivas.
- 2 - A prova terá duração máxima de 04 (quatro) horas.
- 3 - Para cada questão, são apresentadas 04 (quatro) alternativas (a – b – c – d).  
**APENAS UMA delas** responde de maneira correta ao enunciado.
- 4 - Após conferir os dados, contidos no campo Identificação do Candidato no Cartão de Resposta, assine no espaço indicado.
- 5 - Marque, com caneta esferográfica azul ou preta de ponta grossa, conforme exemplo abaixo, no Cartão de Resposta – único documento válido para correção eletrônica.  


- 6 - Em hipótese alguma, haverá substituição do Cartão de Resposta.
- 7 - Não deixe nenhuma questão sem resposta.
- 8 - O preenchimento do Cartão de Resposta deverá ser feito dentro do tempo previsto para esta prova, ou seja, 04 (quatro) horas.
- 9 - Serão anuladas as questões que tiverem mais de uma alternativa marcada, emendas e/ou rasuras.
- 10 - O candidato só poderá retirar-se da sala de prova após transcorrida 01 (uma) hora do seu início.

***BOA PROVA!***



## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

- 1.** O cerimonial público possui normas estabelecidas em decreto para este fim. Nele, são expressas diversas definições sobre os procedimentos e precedências que devem ser adotadas em toda a cerimônia pública. O decreto nº 70.274, de 1972, também é referência para cerimônias particulares e possui um caráter formal.

Em uma solenidade, considerando o grau de importância e o regramento estabelecido no artigo 8º do decreto acima citado, o governador de que estado será o primeiro a ser chamado para compor a mesa de autoridades?

- a) Acre.
- b) Bahia.
- c) Amapá.
- d) Distrito Federal.

- 2.** Considerando-se o decreto nº 70.274 de 1972, que aprova as normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência, atribua V (verdadeiro) ou F (falso) para as sentenças abaixo:

- ( ) Quando tivermos em uma cerimônia em nosso país a execução de vários hinos nacionais, o Hino do Brasil sempre será executado primeiramente.
- ( ) Em qualquer solenidade, o presidente sempre poderá ser representado e o seu representante irá presidir a cerimônia.
- ( ) A bandeira nacional deve ser colocada no centro ou à direita do centro (quando não houver mastro central) em toda a cerimônia pública no país.

A sequência correta, de cima pra baixo, é

- a) V, V, V
- b) F, F, F
- c) F, F, V
- d) F, V, V

- 3.** Salvo as cerimônias que possuem regulamento específico, qual deve ser o momento de execução do Hino Nacional, de acordo com o artigo 20 do decreto nº 70.274 de 1972?

- a) Final da cerimônia e antes da saída das autoridades.
- b) Início da cerimônia e após a entrada das autoridades.
- c) Início da cerimônia e antes da entrada das autoridades.
- d) Em qualquer tempo, pois o Mestre de Cerimônia decidirá.

- 4.** Em todo cerimonial existe a preocupação com os discursos, não somente com o teor e o tempo de duração, mas também pela ordem em que devem ser proferidos.

Qual o momento em que a autoridade superior em precedência deve realizar o seu discurso durante uma cerimônia?

- a) A autoridade deve ser a última pessoa a proferir o discurso.
- b) A autoridade deve ser a primeira pessoa a proferir o discurso.
- c) A autoridade escolhe o momento de proferir o discurso.
- d) O cerimonialista escolhe o momento em que o discurso deve ser proferido.

**5.** Considerando-se o artigo 10, do decreto nº 70.274, de 1972, sobre as solenidades municipais, quem deve presidir essas?

- a) Prefeito
- b) Presidente da Câmara de Vereadores
- c) Governador do Estado
- d) Presidente da República

**6.** Segundo Fontes, para a organização de um evento, são necessárias várias ferramentas e ações. Uma delas é definida como: "um conjunto de informações preliminares, uma coleta de dados discutida em uma reunião para o desenvolvimento de um evento" (2011, p. 137).

A ferramenta a que o autor está fazendo referência é

- a) a Proposta.
- b) o *Briefing*.
- c) o Relatório.
- d) o *Check list*.

**7.** Ao considerar o modelo de planejamento e organização de evento apresentado por FORTES(2011), em qual estágio deve ser feita a definição de responsabilidades?

- a) Estágio I.
- b) Estágio II.
- c) Estágio III.
- d) Estágio IV.

**8.** A compreensão das características de cada tipologia de evento é essencial para o seu correto planejamento. Enumere a coluna da direita conforme as referências dadas na coluna da esquerda, considerando a tipologia e a característica de cada evento, conforme orientações apresentadas por Zanella (2012).

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| (1) Feiras e exposições | ( ) Eventos gastronômicos           |
| (2) Simpósios           | ( ) Eventos para discussão e debate |
| (3) Fóruns              | ( ) Eventos de caráter científico   |
| (4) Coquetéis           | ( ) Eventos de caráter comercial    |

A sequência correta da coluna da direita, de cima para baixo, é

- a) 4, 3, 2, 1
- b) 4, 2, 3, 1
- c) 3, 1, 2, 4
- d) 3, 2, 1, 4

**9.** Segundo Zanella, (2012), a organização de um evento deve respeitar as etapas pré-evento, trans-evento e pós-evento.

Qual das opções abaixo **NÃO** é uma ação do pós-evento?

- a) Relatório Final
- b) Registro fotográfico
- c) Preparação do *press-kit*
- d) Correspondência de agradecimento

**10.** De acordo com Fortes, (2011) "É essencial frisar que o serviço de cerimonial não deve ser confundido com a organização de evento"

Para o autor, o cerimonial é o conjunto de

- a) regras que definem a organização e a ordem da composição da mesa de autoridades.
- b) ações que a instituição realiza e a divulgação de todos os participantes do evento.
- c) atitudes que devem ser adotadas ao longo do evento pelos participantes e autoridades.
- d) formalidades regidas por lei, tradição e cultura que devem ser observadas em qualquer evento.

**11.** Segundo Watt, (1998) "O planejamento de eventos deve ser desenvolvido de forma estruturada e lógica".

Para o autor, faz parte do processo de planejamento trazido por este autor em sua obra?

- a) divulgação.
- b) programação.
- c) justificativa e hipótese.
- d) plano de implementação.

**12.** Segundo Zanella, além da realização do evento principal, pode-se prever outras iniciativas para participantes e seus acompanhantes.

O autor cita, como iniciativa ou programa para participantes e seus acompanhantes em um evento,

- a) as palestras.
- b) as visitas técnicas.
- c) as mesas redondas.
- d) as feiras científicas.

**13.**A definição do tema e do público-alvo é muito importante para o planejamento e execução de um evento. Baseando-se na obra de Zanella, (2012), enumere a coluna da direita de acordo com as tipologias apresentadas na coluna da esquerda :

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| ( 1 ) Evento Cultural           | ( ) Olimpíada Estudantil                 |
| ( 2 ) Evento Esportivo          | ( ) Congresso Internacional do vinho     |
| ( 3 ) Evento Gastronômico       | ( ) Reveillon                            |
| ( 4 ) Evento Social             | ( ) Encontro de lazer e entretenimento   |
| ( 5 ) Evento Técnico-científico | ( ) Feira de Antiguidades                |
|                                 | ( ) Congresso Panamericano de arquitetos |

A sequência correta da coluna da direita, de cima para baixo, é

- a) 2, 3, 4, 4, 1, 5.
- b) 2, 5, 4, 4, 5, 5.
- c) 5, 2, 3, 5, 1, 5.
- d) 5, 2, 4, 4, 1, 5.

**14.**No que se refere a definição de tipologia de evento segundo à obra Giacaglia (2013), **NÃO** faz parte dessa classificação quanto

- a) à finalidade.
- b) à periodicidade.
- c) ao público-alvo.
- d) ao recurso empregado.

**15.**Os instrumentos de avaliação de um evento são ferramentas importantes para a gestão na área de eventos. Esses instrumentos possibilitam a mensuração de aspectos que sinalizam o sucesso e também o planejamento dos próximos eventos.

Qual dos índices a seguir **NÃO** é um índice da análise quantitativa?

- a) Divulgação
- b) Quantidade de visitas
- c) Orçamento previsto *versus* realizado
- d) Opinião dos participantes e colaboradores

**16.**Segundo Watt, (1998), o planejamento e a execução de um evento necessitam da criação de uma estrutura organizacional em comissões e/ou subcomissões. Cada grupo terá suas atribuições para que o evento seja realizado com sucesso.

Segundo o autor, faz parte do exemplo de uma estrutura simples

- a) o local.
- b) o apoio.
- c) a comunicação.
- d) a comissão executiva.

**17.**Toda e qualquer cerimônia necessita seguir um planejamento que é elaborado conforme uma sequência de formalidades estabelecidas por um protocolo. É essencial para um técnico em eventos o conhecimento acerca do protocolo, do cerimonial e da etiqueta em eventos.

Como é definido o momento em que o mestre de anuncia algum critério que não está previsto no cerimonial?

- a) Quebra de protocolo.
- b) Regra de precedência.
- c) Quebra de pronunciamento.
- d) Equívoco da organização.

**18.**Serviços de apoio são muito importantes para o sucesso de um evento. Fortes, (2011), aponta os profissionais e tarefas da equipe de apoio. Enumere a coluna da direita conforme as referências apresentadas na coluna da esquerda:

(1) Mestre de Cerimônias                    ( ) Funciona como organizador adjunto.

(2) Recepcionista                ( ) Responsável direto pelo contato com os participantes.

(3) Auxiliar do cerimonial        ( ) Pessoa que conduz o evento.

A sequência correta da coluna da direita, de cima para baixo, é

- a) 3, 2, 1.
- b) 1, 2, 3.
- c) 1, 3, 2.
- d) 3, 1, 2.

**19.**Baseando-se nas definições sobre as atividades a serem realizadas no evento e sobre seu planejamento prévio, Zanella (2012), aponta a necessidade de elaborar um cronograma para a sua execução. Conforme o autor, a organização do planejamento de um evento deve ser separada em três momentos cronológicos: seis meses, três meses e um mês antes do evento. Qual ação deve ser realizada seis meses antes do evento?

- a) Expedir os convites e formalizar os convites especiais.
- b) Confirmar a execução e contratação de serviços de terceiros.
- c) Verificar o *layout* para reserva dos locais onde será realizado o evento.
- d) Encaminhar material publicitário do evento para órgãos de comunicação.

**20.** Segundo Zanella (2012), O cerimonial e o protocolo são elementos importantes para a organização de um evento. Além desses, há o aspecto que "interfere no vestuário, alimentação, convite, comunicações sociais, linguagem e postura pessoal".

Em relação a esse aspecto, o autor está se referindo a

- a) etiqueta.
- b) educação.
- c) bons costumes.
- d) normas de convivência.

**21.** Para Reis (2002) "Marketing é a defesa de um melhor entendimento das necessidades, aspirações e valores de um consumidor e do que a empresa, em seu mercado, pode fazer para suprir as duas primeiras" (REIS, A.C.F. Marketing cultural e financiamento da cultura. São Paulo: Thomson Pioneira, 2002, p.7). De acordo com as ideias expostas pelo autor citado assinale (V) para verdadeiro e (F) para falso nas seguintes sentenças.

- ( ) Marketing cultural usa a cultura como base e instrumento para transmitir determinada mensagem a um público específico, sem que esta seja a atividade-fim da empresa.
- ( ) Marketing cultural não se confunde com os programas e ações desenvolvidos por organizações culturais, intermediários culturais ou criadores culturais, que têm na cultura seu campo de ação.
- ( ) A cultura é uma entidade frágil, vulnerável e carente de cuidados. Cultura é o que infunde forças, autoestima e um sentimento legítimo de quem somos.
- ( ) A cultura brasileira é multifacetada, pluralista e generosa com a sociedade, que dela e nela vive, e com as empresas, que perceberam que incentivar a cultura é investir em seu próprio potencial.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) F – V – V – V.
- b) V – V – F – V.
- c) F – V – V – F.
- d) V – V – F – F.

**22.** Vários fatores, convergentes e resultantes das novas ordens social e econômica mundial têm impulsionado o crescimento das atividades de marketing cultural. São fatores impulsionadores de tal marketing:

- I. Limitações da propaganda.
- II. Globalização e pasteurização cultural.
- III. Padronização de produtos e serviços.
- IV. Formação de uma sociedade mais ativa e crítica.
- V. Maior disponibilidade de tempo para as atividades de lazer.
- VI. Maior abertura entre as comunidades empresarial e cultural.

Estão corretas as afirmações

- a) II, III, IV e V, apenas.
- b) III, V e VI, apenas.
- c) I, II, III, IV, V e VI.
- d) I, II, V e VI, apenas.



**23.** Turismo cultural é aquele que tem como objetivo principal a vivência de uma experiência cultural, através de viagens a lugares históricos, participação em eventos culturais, visitas a instituições culturais ou simplesmente a busca por conhecer os hábitos e valores de outra comunidade ou país.

Dentre os temas culturais de maior potencial turístico, destacam-se:

- a) tradições folclóricas, produção cultural e sítios religiosos.
- b) instituições culturais, patrimônio histórico e comestíveis e bebidas.
- c) instituições culturais, tradições folclóricas, patrimônio histórico, sítios religiosos e comestíveis e bebidas.
- d) instituições culturais, tradições folclóricas, patrimônio histórico, produção cultural, sítios religiosos e comestíveis e bebidas.

**24.** Marketing é uma parte essencial do processo de gestão de eventos. Segundo Rogers (2011) "Ele deve começar tão logo, ainda que isso signifique divulgar detalhes mínimos acerca do evento, para que possíveis participantes ao menos marquem e reservem a data em suas agendas"

Leia as afirmações, considerando a teoria do autor citado:

- I. O objetivo do marketing de eventos não é apenas maximizar o número de participantes. Ele também cria um sentimento de otimismo com relação ao evento, por parte de todos os envolvidos em sua realização, e ajuda a aumentar a visibilidade, tanto no setor industrial, ao qual ele pertence, quanto no próprio setor de eventos.
- II. A importância atribuída à localidade nas decisões referentes à seleção de centros de eventos levou à criação de organizações de marketing de destinos turísticos, cuja função é promover os centros de eventos, as instalações e os atrativos de uma determinada área, a fim de gerar aumento nos negócios relacionados a eventos.
- III. Todas as atividades do marketing devem ter como foco principal as necessidades dos clientes. Essas atividades têm de ser planejadas por meio da aplicação sistemática de princípios e estratégias de marketing adaptadas ao setor de turismo de negócios e de eventos.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, apenas.
- b) II, apenas.
- c) III, apenas.
- d) I, II e III.

**25.** Para um bom gestor de eventos é necessário muito mais do que ter habilidades técnicas. Segundo Giacaglia (2011) "É necessário saber planejar, organizar e controlar e, saber liderar e lidar com diversos profissionais, de diversas áreas e níveis da empresa"

Então, **NÃO** é uma habilidade do gestor de eventos

- a) saber lidar com problemas.
- b) saber trabalhar sob pressão.
- c) ter visão limitada a sua função e cargo.
- d) ter liderança sobre times com perfis diferentes.

**26.** Segundo Giacaglia (2011, p.23) há diferenças entre profissionais com visão operacional, preocupados apenas com seus papéis de executores de eventos, e profissionais com visão estratégica que são preocupados com as maiores chances de crescimento na carreira.

Dessa forma, assinale (V) para verdadeiro e (F) para falso, considerando o conteúdo de cada linha na tabela a seguir:

	<b>Profissional com visão operacional</b>	<b>Profissional com visão estratégica</b>
( )	Limita-se à organização de cada evento. Vê o evento como uma obrigação.	Organiza o evento, mas o enxerga como uma oportunidade de se relacionar com a direção da empresa e <b>com</b> o mercado. Buscar infiltrar-se nas discussões estratégicas.
( )	É capaz de gerar resultados de curto prazo.	É capaz de alcançar resultados de médio e longo prazo.
( )	Avalia o evento segundo critérios operacionais, relacionados à organização de cada evento.	Sabe que o evento está diretamente relacionado à estratégia de comunicação da empresa e que, portanto, deve fazer parte de um plano de comunicação integrada.
( )	Estuda a fundo o negócio da empresa, conhecendo seus números, índices, metas e objetivos.	Procura fazer do evento uma ferramenta que gera negócios e promove o relacionamento, além da divulgação da marca.
( )	Acredita que o evento tem papel fundamentalmente institucional.	Vê o evento como uma atividade-fim.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) V – F – F – V – F.
- b) V – V – F – F – V.
- c) F – F – V – V – F.
- d) V – V – V – F – F.

**27.** Segundo Britto (2002), a pessoa criativa move-se com habilidade no tempo e espaço, transformando observações e experiências em novas ideias, e as ideias em ações criativas. Sobre a criatividade em eventos, tomando este autor como referência, é correto afirmar que:

- a) O processo criativo limita-se ao conhecimento das fases dos eventos, ou seja, a cumprir fielmente os detalhes de um *check-list*.
- b) A criatividade em eventos só é possível ser aplicada em eventos de grande porte e quando realizados em espaços diferenciados.
- c) Todo evento deve ser criado para ser único, envolver seu público-alvo, sensibilizar patrocinadores e apoio e, nem sempre, trazer resultados positivos aos empreendedores.
- d) A organização de eventos não se limita ao conhecimento ou à análise prévia das etapas do procedimento, pois, além disso, envolve o conhecimento das novas tendências, gostos, necessidades e modismos.

**28.** De acordo com Britto (2002). Sobre o processo criativo em eventos, tomando esse autor como referência, analise os itens abaixo:

- I. Ser criativo é ser capaz de criar, de produzir algo com as ferramentas disponíveis. Quem cria, não copia, mas pode transformar. A transformação é uma forma de criação.
- II. O mérito de ser criativo e original se insere, igualmente, na realização de eventos menores, e, não por isso, menos importantes.
- III. A criatividade trata-se de um processo relacionado com os ramos do turismo, hotelaria e eventos, que busca gerar o pleno conforto dos seus clientes e hóspedes.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativas

- a) I, apenas.
- b) II e III, apenas.
- c) I e II, apenas.
- d) I, II e III.

**29.** De acordo com Watt (1998), "O marketing é uma combinação simples de fatores buscando a obtenção de um equilíbrio correto para qualquer atividade comercial". Existem quatro fatores principais, denominados *mix de marketing*, os quais também são ferramentas dos gestores de eventos. Relacione os fatores com a respectiva descrição:

<b>Fatores:</b>	<b>Descrição:</b>
1 - Praça	( ) consiste na troca de valor para aproveitar o evento
2 - Produto	( ) é a alternativa de mídia usada para construir relacionamento com os mercados e o público do evento.
3 - Preço	( ) inclui vários aspectos: local, instalações, sinalização, mapas, estacionamento, etc.
4 - Promoção	( ) é o resultado final.

A ordem correta da descrição dos fatores nas colunas, de cima para baixo, é

- a) 3 - 4 - 1 - 2.
- b) 3 - 2 - 4 - 2.
- c) 1 - 2 - 3 - 4.
- d) 1 - 3 - 4 - 2.

**30.** O conceito de *marketing* pode ser aplicado a um serviço, como um evento, tanto quanto a qualquer outro produto. Segundo Watt (1998), os eventos, assim como os serviços, são diferenciados dos produtos industriais. O autor citado define as características especiais dos eventos. Associe-as com sua descrição.

<b>Características:</b>	<b>Descrição:</b>
(1) Intangibilidade	( ) Os clientes exigem consistência e é importante oferecê-la.
(2) Perecibilidade	( ) Os eventos não pertencem a ninguém, mas são desfrutados temporariamente por muitas pessoas.
(3) Inseparabilidade	( ) Os clientes sentem os benefícios e podem desfrutá-los, mas não podem tocar no evento.
(4) Consistência	( ) Os clientes associam um evento ao próximo.
(5) Ausência de propriedade	( ) A diversão é transitória. É raro termos evidências duradouras de um evento.

A ordem correta da descrição das características nas colunas, de cima para baixo, é

- a) 4, 5, 3, 2, 1.
- b) 4, 5, 1, 3, 2.
- c) 1, 5, 2, 3, 4.
- d) 2, 3, 1, 5, 4.

**31.A** Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e estabelece que:

- I. As organizadoras de eventos são as empresas que têm por objeto social a prestação de serviços de gestão, planejamento, organização, promoção, coordenação, operacionalização, produção e assessoria de eventos.
- II. As empresas organizadoras de eventos distinguem-se em 2 (duas) categorias: as organizadoras de congressos, convenções e congêneres de caráter comercial, técnico-científico, esportivo, cultural, promocional e social, de interesse profissional, associativo e institucional, e as organizadoras de feiras de negócios, exposições e congêneres.
- III. O preço do serviço das empresas organizadoras de eventos é o valor cobrado pelos serviços de organização, pela comissão recebida pela intermediação na captação de recursos financeiros para a realização do evento e pela taxa de administração referente à contratação de serviços de terceiros.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, apenas.
- b) II apenas.
- c) III apenas.
- d) I, II e III.

**32.A** Lei nº 11.771, de 11/09/08, estabelece os direitos e os deveres dos prestadores de serviços turísticos, cadastrados no Ministério do Turismo, resguardadas as diretrizes da Política Nacional de Turismo, na forma desta Lei.

Assinale (V) para verdadeiro e (F) para falso, considerando o conteúdo de cada linha na tabela a seguir.

	<b>Direitos</b>	<b>Deveres</b>
( )	Acessar programas de apoio, financiamentos ou outros benefícios constantes da legislação de fomento ao turismo.	Mencionar e utilizar, em qualquer forma de divulgação e promoção, o número de cadastro, os símbolos, as expressões e demais formas de identificação determinadas pelo Ministério do Turismo.
( )	Apresentar, na forma e no prazo estabelecido pelo Ministério do Turismo, informações e documentos referentes ao exercício de suas atividades, empreendimentos, equipamentos e serviços.	Utilizar siglas, palavras, marcas, logomarcas, número de cadastro e selos de qualidade, quando for o caso, em promoção ou divulgação oficial, para as quais o Ministério do Turismo e a Embratur contribuam técnica ou financeiramente.
( )	Manter, no exercício de suas atividades, estrita obediência aos direitos do consumidor e à legislação ambiental.	Apresentar, na forma e no prazo estabelecido pelo Ministério do Turismo, informações e documentos referentes ao exercício de suas atividades, empreendimentos, equipamentos e serviços, bem como ao perfil de atuação, qualidades e padrões dos serviços por eles oferecidos.
( )	Referenciar seus empreendimentos ou estabelecimentos empresariais, bem como dos serviços que exploram ou administram, em campanhas promocionais do Ministério do Turismo e da Embratur, para as quais contribuam financeiramente.	Manter, em suas instalações, livro de reclamações e, em local visível, cópia do certificado de cadastro.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) V, F, F, V.
- b) F, V, V, F.
- c) F, V, F, V.
- d) V, F, F, F.

**33.A** Lei nº 6.533, de 24 de maio de 1978, que dispõe sobre a regulamentação das profissões de Artistas e de técnico em Espetáculos de Diversões, estabelece que

- a) artista é o profissional que, mesmo em caráter auxiliar, participa, individualmente ou em grupo, de atividade profissional ligada diretamente à elaboração, registro, apresentação ou conservação de programas, espetáculos e produções.
- b) artista é o profissional ligado diretamente à elaboração, registro, apresentação ou conservação de programas, espetáculos e produções.
- c) o técnico em Espetáculos de Diversões é o profissional que, mesmo em caráter auxiliar, participa, individualmente ou em grupo, de atividade profissional ligada diretamente à elaboração, registro, apresentação ou conservação de programas, espetáculos e produções.
- d) o técnico em Espetáculos de Diversões é o profissional que cria, interpreta ou executa obra de caráter cultural de qualquer natureza.

**34.A** Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, estabelece que:

- I. Os locais de espetáculos, conferências, aulas e outros eventos de natureza similar deverão dispor de espaços reservados para pessoas que utilizam cadeira de rodas.
- II. Os centros comerciais e os estabelecimentos congêneres devem fornecer carros e cadeiras de rodas, motorizados ou não, para o atendimento da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida.
- III. Os locais de espetáculos, conferências, aulas e outros eventos de natureza similar deverão dispor de lugares específicos para pessoas com deficiência auditiva e visual, exceto o acompanhante, de acordo com a ABNT, de modo a facilitar-lhes as condições de acesso, circulação e comunicação.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I e II, apenas.
- b) III apenas.
- c) I apenas.
- d) I, II e III.

**35.A** Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), estabelece que os projetos a serem apresentados por pessoas físicas ou pessoas jurídicas, de natureza cultural para fins de incentivo, objetivarão contribuir para propiciar meios, à população em geral, que permitam o conhecimento dos bens de valores artísticos e culturais, compreendendo, entre outros, os seguintes segmentos:

- I. Teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres; produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográfica e congêneres.
- II. Literatura, inclusive obras de referência, música, artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres.
- III. Folclore e artesanato, patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos.
- IV. Humanidades, rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial.

As afirmativas que contemplam a lei são

- a) I e II apenas.
- b) III e IV apenas.
- c) II e III apenas.
- d) I, II, III e IV.

**36.A** Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece que os projetos culturais relacionados com os segmentos da produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográfica e congêneres deverão beneficiar as produções

- a) independentes, bem como as produções culturais-educativas de caráter não comercial, realizadas por empresas de rádio e televisão.
- b) dependentes, bem como as produções culturais-educativas de caráter não comercial, realizadas por empresas de rádio e televisão.
- c) independentes, bem como as produções culturais-educativas de caráter comercial, realizadas por empresas de televisão.
- d) dependentes, bem como as produções culturais-educativas de caráter comercial, realizadas por empresas de televisão.

**37.**A segurança das pessoas e dos locais de eventos é de relevante importância, exigindo o máximo cuidado e eficiência dos serviços de Portaria, Guarda e Vigilância.

Então, a segurança de eventos envolve a preocupação com:

- I. Serviços de guarda e vigilância.
- II. Atendimento emergencial de acidentes.
- III. Entrada e saída das pessoas do local de eventos.
- IV. Entrada e saída de veículos (apenas os veículos de transporte de materiais).

Estão corretas apenas as afirmativas

- a) I e II.
- b) I, II e III.
- c) III e IV.
- d) II, III e IV.

**38.**Na definição do orçamento de eventos, algumas empresas priorizam os eventos realizados por elas mesmas e outras preferem patrocinar eventos de terceiros.

Assinale (V) para verdadeiro e (F) para falso nas seguintes sentenças:

- ( ) A decisão estratégica deve levar em conta a adequação dos eventos existentes com os objetivos da empresa e a capacidade de atrair o público-alvo.
- ( ) A decisão estratégica leva em consideração o investimento em estrutura e a exclusividade perante o mercado.
- ( ) A decisão estratégica considera a estratégia de relacionamento, de exposição da marca e de vendas.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) V, V e F.
- b) V, V e V.
- c) F, F e V.
- d) F, V e V.

**39.**O processo estratégico é vinculado à função do marketing com o objetivo de mostrar a estrutura na qual os gerentes desenvolvem objetivos e estratégias de marketing para satisfazer às necessidades dos consumidores. Então, estratégia

- I. é de longo prazo, em vez de curto prazo. É sinônimo de tática.
- II. é a direção ampla e global que um evento toma para atingir seus objetivos.
- III. é baseado na análise cuidadosa dos recursos internos e dos ambientes externos.
- IV. é essencial para a sobrevivência.

Estão corretas as afirmativas

- a) I, II, III e IV.
- b) I, II e III apenas.
- c) II, III e IV apenas.
- d) I, II e IV apenas.



**40.** Os eventos têm uma série de impactos – positivos ou negativos – em suas comunidades locais e nos parceiros. É dever do gerente de eventos identificar e prever esses impactos. Esses impactos são no âmbito

- a) social, cultural, ambiental e político.
- b) cultural, ambiental, político e econômico.
- c) social, cultural, físico, ambiental, político e turístico.
- d) social, cultural, físico e ambiental, político, turístico e econômico.