

PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 04/2022**2ª Etapa – Prova de Conhecimento****RESULTADO PRELIMINAR**

Analista II - Marketing - Jurisdição: Natal	
NOME DO CANDIDATO	SITUAÇÃO
JESSICA MATOS DANTAS	8,0
HENRIETTE DANTAS CORTEZ MEDEIROS	7,5
ALLYSON DARLAN MOREIRA DA SILVA	7,0
JULIANA ALVES ARAUJO	7,0
LEONARDO DE MOURA LOPES	7,0
MARIA VERÍSSIMA CHAIA DE HOLANDA	7,0
PAULA RAYSSA DA SILVA CUNHA	7,0

GABARITO

Assistente II – Marketing - Jurisdição: Natal				
1	2	3	4	5
A	E	C	B	A

06) QUESTÃO DISCURSIVA:

Espera-se que, em sua resposta, o candidato descreva itens que compõem uma análise de mercado, justificando sua escolha, podendo citar ferramentas para execução desta atividade, tais como: Análise de SWOT; Estudo de Concorrência; Pesquisa com dados Secundários: Pesquisa de Demanda de Clientela; Análise de PEST; Análise das Cinco Forças de Porter ou similares, desde que justificado devidamente.

Para tratamento do público-alvo, deve-se considerar as informações do enunciado, destacando-se a importância da definição de uma persona que irá direcionar as ações de Marketing e Comunicação, tais como definição de Manual de Tom de Voz, escolha de canais, definição do Plano de Mídia.

Os objetivos a serem sugeridos devem atender ao enunciado que afirma que a entidade pretende “reposicionar sua oferta de cursos técnicos no estado”, com a realização de “um grande investimento” na oferta de um portfólio com diversas opções de cursos na área de saúde.

Por trata-se de uma proposta de Plano com foco em reposicionamento, espera-se que o candidato sugira ações 360°, considerando os ambientes on-line e offline, utilizando-se de criatividade para propor ações diferenciadas. De igual modo, a divisão da verba deverá seguir o exposto nos objetivos da campanha, considerando média de mercado para investimentos em mídias de massa e marketing digital.

Entre os indicadores de acompanhamento, as respostas podem considerar: Número de visitantes; Número de Leads; Taxa de Conversão; Origem do tráfego; Taxa de Rejeição por LP; Taxa de Clique (CTR); Custo por Clique (CPC); Custo por Lead (CPL); Custo de Aquisição por Cliente (CAC); Retorno sobre o Investimento (ROI); Impressões. Também serão consideradas propostas, desde que devidamente fundamentadas e alinhadas aos objetivos que forem expostos pelo candidato.

Natal/RN, 15 de agosto de 2022

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN

Núcleo de Desenvolvimento de Pessoas