

Concurso para ingresso no quadro técnico do corpo auxiliar da Marinha em 2025 (CP-T/2025)
COMUNICAÇÃO SOCIAL

Conteúdo programático

FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

Conceitos, teorias, objetivos, modelos, métodos e meios.
Comunicação de massa.
Efeitos e meios da comunicação de massa.
A sociedade em rede.
Componentes fundamentais da comunicação de massa.
Cultura da convergência.

JORNALISMO

Conceitos, teorias, críticas e tendências.
Linguagem jornalística multimeios: jornalismo impresso, fotojornalismo, telejornalismo, radiojornalismo, jornalismo digital e on-line.
Mídias convergentes.
Características dos meios jornalísticos.
Características do texto jornalístico.
Redação, estilo e edição.
Entrevista: tipos e classificação das entrevistas.
Reportagem: conceitos, características, modelos, aberturas e formas de narrativas, pauta e fontes.
Notícia: características, critérios, classificação, elementos, tipos de *lead* (lide) e técnicas.
Ética.

PUBLICIDADE, PROPAGANDA e MARKETING

Conceitos, teorias e técnicas.
Pesquisa e planejamento de campanha publicitária.
Briefing.
Redação e texto publicitário.
Marketing: conceitos, princípios, canais, tendências e processos de marketing.
Pesquisa e planejamento de marketing.
Desenvolvimento de oportunidades e estratégias de marketing.
Desenvolvimento do *mix* de marketing.
Marketing de conteúdo.
Marketing digital.
Marca: valor, posicionamento e gerenciamento.
Produção gráfica e design gráfico.
Editoração, fechamento de arquivos e pré-impressão.
Processos de impressão.
Acabamento.
Tipologia

RELAÇÕES PÚBLICAS

Conceitos, teorias, processos, objetivos, pesquisa, auditoria, mercado e produtos.
Teorias, estratégias de relações públicas.
A comunicação nas organizações: conceitos e técnicas.
Estratégias de comunicação nas organizações: planejamento, plano, gestão e mensuração.

Relações Públicas nas organizações.
Comunicação organizacional integrada.
Planos, projetos e programas de relações públicas.
Comunicação digital.
Comunicação corporativa e reputação.
Comunicação e opinião pública.
Gestão de crises.
Assessoria e consultoria de imprensa.
Públicos.
Eventos.
Nome, marca, identidade e imagem.
Estratégias de comunicação nas mídias sociais.

Bibliografia

- BANN, David. *Novo manual de produção gráfica*. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- BARBEIRO, Heródoto. *Mídia training: como usar a mídia a seu favor*. 3. ed. São Paulo: Benvirá, 2015.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- CARRASCOZA, João Anzanello. *Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. 18ª.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- CIPRIANI, Fabio. *Estratégias em mídias sociais*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FARIAS, Luiz Alberto de (Org). *Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos*. São Paulo: Summus, 2011.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. *Administração de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.
- LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2011.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambiente e redes*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. 16. ed. São Paulo: Loyola, 1999.
- NEVES, Roberto de Castro. *Crises empresariais com a opinião pública: como evitá-las e administrá-las*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio R. *Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SIMÕES, Roberto P. *Relações públicas: função política*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. 7. ed. São Paulo: Summus, 1986.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de comunicação*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

RODRIGUES, Carla (Org.). *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro, Porto Alegre: PUC-Rio e Sulina, 2009.

SANT'ANNA, Armando; ROCHA JÚNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando D. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. 9.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SQUARISI, Dad. *Manual de redação e estilo para mídias convergentes*. São Paulo: Geração, 2011.

TORQUATO, Gaudêncio. *Comunicação nas organizações: empresas privadas, instituições e setor público*. São Paulo: Summus, 2015.

Dados do concurso

Vaga para comunicação social

Remuneração: R\$ 9.070,60 (inclusos os adicionais)

Requisito:) ter menos de 35 anos de idade em 30/6/2026

Banca: Marinha (ingressonamarinha.mar.mil.br)

Inscrição: 30 de abril a 14 de maio

Taxa: R\$ 140,00

Data e locais da prova: 29 de junho, em Angra dos Reis, Rio de Janeiro, Nova Friburgo e São Pedro da Aldeia (RJ), Vila Velha (ES), Belo Horizonte, Salvador, Natal, Olinda (PE), Fortaleza, Belém, São Luís, Porto Alegre e Rio Grande (RS), Florianópolis, Ladário (MS), Brasília, Manuais, São Paulo e Santos (SP)

Prova objetiva de conhecimentos profissionais (fundamentos da comunicação, jornalismo, propaganda, marketing e relações públicas)

Redação

Prova de títulos e outros testes

Edital: iscom.com.br/marinha25

Curso on-line: iscom.com.br/marinha/

Conteúdo programático e bibliografia: iscom.com.br/xmarinha25/

Informações adicionais: <https://iscom.com.br/bmarinha25/>