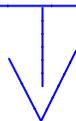


VENDAS E NEGOCIAÇÃO

MARKETING

- *PODEMOS ENTENDER MARKETING COMO UM PROCESSO DE TROCA PARA SATISFAZER OS CLIENTES EM UM AMBIENTE DE COMPETIÇÃO VISANDO LUCRO*

- *O MARKETING HOLÍSTICO RECONHECE QUE TODOS ENVOLVIDOS NO PROCESSO DA EMPRESA SÃO IMPORTANTES PARA O MARKETING. LOGO, DEVE LEVAR EM CONTA OS CONSUMIDORES, DEMAIS EMPRESA, CONSUMIDORES E ETC. LOGO, AS DECISÕES DE UMA ÁREA DO MARKETING DEVEM ESTAR COESAS COM O PLANEJAMENTO DAS DEMAIS ÁREAS. PODEMOS CLASSIFICÁ-LO DA SEGUINTE FORMA:*



MARKETING DE DESEMPENHO	<i>O LUCRO DA EMPRESA COMO RESULTANTE DO PROGRAMA DE MARKETING DELA.</i>
MARKETING DE RELACIONAMENTO	<i>DIRECIONADO À RELAÇÃO ENTRE OUTRAS PARCERIAS DE MARKETING E AQUELE ESTABELECIDO, EM TODOS OS ÂMBITOS, DE MANEIRA CONCRETA COM OS CLIENTES DA EMPRESA.</i>
MARKETING INTERNO	<i>VISA QUE TODOS OS FUNCIONÁRIOS DA EMPRESA ESTEJAM ADOTANDO OS PRINCÍPIOS DO MARKETING DE MANEIRA CORRETA.</i>
MARKETING INTEGRADO	<i>ALMEJA QUE OS MEIOS DE CRIAÇÃO E COMUNICAÇÃO DE VALOR ESTEJAM HARMONIZADOS E EMPREGADOS CORRETAMENTE.</i>

VENDAS E NEGOCIAÇÃO

DEMANDAS

ESPÉCIES DE DEMANDA QUE A DOCTRINA APRESENTA

DEMANDA INEXISTENTE	NÃO HÁ INTERESSE PELO PRODUTO E HÁ DESCONHECIMENTO DE SUA EXISTÊNCIA
DEMANDA NEGATIVA	PRODUTO É VISTO COMO NEGATIVO E CONSUMIDORES FAZEM DE TUDO PARA NÃO CONSUMI-LO
DEMANDA EM DECLÍNIO	PRODUTO É CONSUMIDO EM MENOR FREQUÊNCIA OU DEIXADO DE SER CONSUMIDO
DEMANDA LATENTE	HÁ UMA NECESSIDADE DO MERCADO, A QUAL OS CONSUMIDORES ACHAM QUE NENHUM PRODUTO PODE SATISFAZE-LA
DEMANDA PLENA	TODOS PRODUTOS EM DISPOSIÇÃO NO MERCADO SÃO CONSUMIDOS
DEMANDA IRREGULAR	O CONSUMO DE DETERMINADO PRODUTO VARIA BASTANTE DE ACORDO COM ALGUNS ASPECTOS, COMO POR EXEMPLO, O DIA DA SEMANA
DEMANDA INDESEJADA	PRODUTOR QUE ATRAEM O CONSUMIDOR MAS QUE O SEU USO É SOCIALMENTE MALVISTA
DEMANDA EXCESSIVA	HÁ DEMANDA MAIOR DE CONSUMIDORES QUERENDO DETERMINADO PRODUTO DO QUE A QUANTIDADE OFERTADA



BANCO DO BRASIL



VENDAS E NEGOCIAÇÃO

DIFERENÇA ENTRE CLIENTE E CONSUMIDOR

CLIENTE	CONSUMIDOR
<ul style="list-style-type: none">✓ GOSTA DE TER CADASTRO PARA RECEBER NOVIDADES;✓ PREZA PELA INDICAÇÃO POR OUTRAS PESSOAS;✓ COSTUMA TER FIDELIDADE À EMPRESA;✓ PREZA PRIORITARIAMENTE PELO BOM ATENDIMENTO; COSTUMA ANALISAR A QUALIDADE DO SERVIÇO/PRODUTO OFERTADO;✓ TENTA A SUGERIR MELHORIAS À EMPRESA;✓ COSTUMA PLANEJAR AQUILO QUE VAI CONSUMIR.	<ul style="list-style-type: none">✓ EVITA TER ALGUM TIPO DE CADASTRO;✓ GOSTA DE PROMOÇÕES MOMENTÂNEAS;✓ NÃO COSTUMA COMPRAR VÁRIAS VEZES NA EMPRESA;✓ PREZA PRIORITARIAMENTE PELO BOM PREÇO;✓ TENDE A COMPRAR POR IMPULSO OU NECESSIDADE MOMENTÂNEA;✓ NÃO SE IMPORTA COM A MELHORIA DA EMPRESA;✓ NÃO COSTUMA PLANEJAR O QUE VAI CONSUMIR TENDO EM VISTA NÃO PERDER MUITO TEMPO.

📌 OBS 1: A BANCA, ÀS VEZES, PODE TRATAR AS PALAVRAS COMO SINÔNIMAS.

📌 OBS 2: NOTE QUE O CLIENTE, DE MANEIRA DIRETA, NADA MAIS É QUE O CONSUMIDOR QUE POSSUÍ RELEVANTE FREQUÊNCIA.

VENDAS E NEGOCIAÇÃO

PLANEJAMENTO

MISSÃO X VISÃO X VALORES X NEGÓCIO

MISSÃO	<ul style="list-style-type: none">➡ É O MOTIVO PELO QUAL A ORGANIZAÇÃO FOI CRIADA.➡ REPRESENTA A IDENTIDADE DA ORGANIZAÇÃO.➡ É ATEMPORAL (PERMANENTE).➡ INDICA QUAIS BENEFÍCIOS A ORGANIZAÇÃO TRARÁ PARA A SOCIEDADE ASSIM COMO O PAPEL DA ORGANIZAÇÃO NA SOCIEDADE E COMO A ORGANIZAÇÃO PRETENDE ATUAR EM SEU DIA A DIA.
VISÃO	<ul style="list-style-type: none">➡ É A "VISÃO DE FUTURO" DA ORGANIZAÇÃO➡ DEVE TRADUZIR O CONSENSO DOS MEMBROS DA ORGANIZAÇÃO SOBRE O FUTURO QUE SE DESEJA, SENDO BASTANTE CLARA E COERENTE COM A MISSÃO DA ORGANIZAÇÃO.
VALORES	<ul style="list-style-type: none">➡ CONJUNTO DOS PRINCÍPIOS BÁSICOS E DAS CRENÇAS QUE NORTEIAM O COMPORTAMENTO DA ORGANIZAÇÃO.➡ CONSTITUEM A BASE PARA A TOMADA DE DECISÃO.➡ INDICA COMO OS MEMBROS DEVEM SE COMPORTAR
NEGÓCIO	<ul style="list-style-type: none">➡ REPRESENTA O "RAMO DE ATIVIDADES" NO QUAL A EMPRESA ATUA.➡ ESTÁ RELACIONADO ÀS ATIVIDADES PRINCIPAIS DA ORGANIZAÇÃO EM UM MOMENTO ESPECÍFICO.

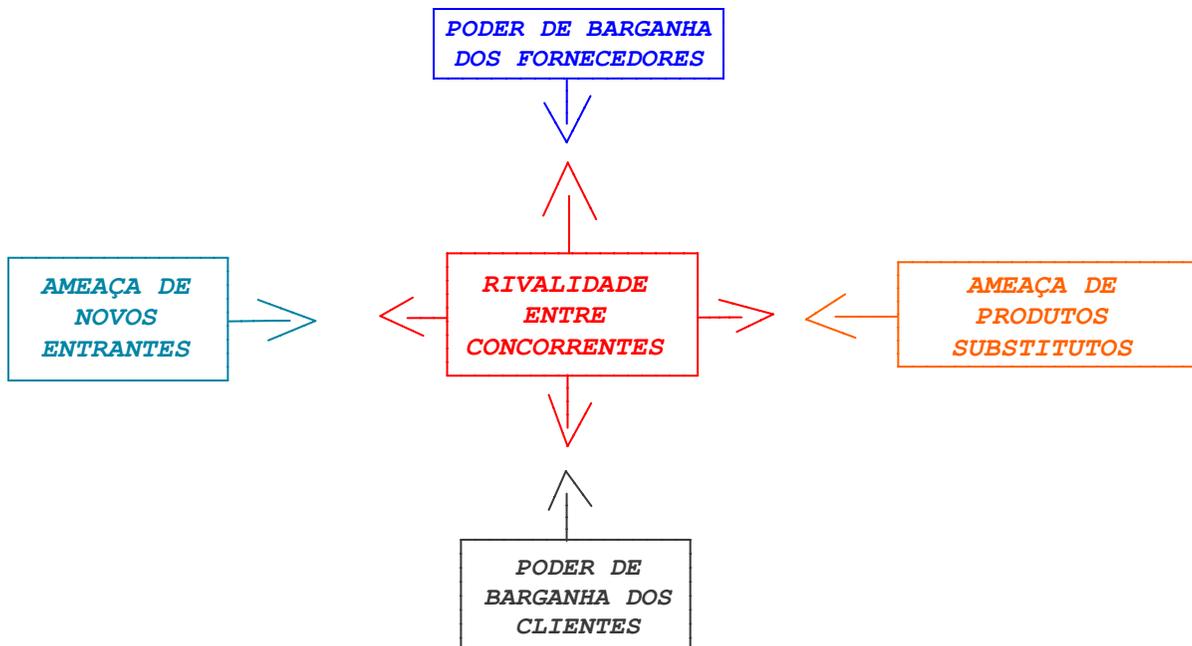
VENDAS E NEGOCIAÇÃO

PRINCIPAIS FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS

5 FORÇAS DE PORTER

➔ PORTER DEFENDE QUE É IMPORTANTE QUE A ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL LEVE EM CONSIDERAÇÃO E ENTENDA A **ESTRUTURA DO MERCADO** NA QUAL A ORGANIZAÇÃO ESTÁ INSERIDA, **BEM COMO AS INTERAÇÕES DO AMBIENTE**;

➔ O AUTOR IDENTIFICOU 05 FORÇAS COMPETITIVAS: AMEAÇA DE NOVOS ENTRANTES, AMEAÇA DE PRODUTOS SUBSTITUTOS, PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES, PODER DE BARGANHA DOS CLIENTES E RIVALIDADE ENTRE CONCORRENTES (CONCORRÊNCIA NO SETOR).



VENDAS E NEGOCIAÇÃO

SERVIÇOS

CONCEITO

PARA QUE HAJA A PRESTAÇÃO DE UM SERVIÇO, DEMONSTRA-SE NECESSÁRIO QUE UMA PARTE PRATIQUE UM ATO INTANGÍVEL, PARA A OUTRA, NÃO GERANDO PROPRIEDADE ALGUMA (COMO OCORRE NA COMPRA DE UM BEM).

CARACTERÍSTICAS

VARIABILIDADE	OS SERVIÇOS DEPENDEM DOS MAIS DIVERSIFICADOS FATORES, LOGO, ELES SÃO VARIÁVEIS, POIS CADA FATOR (COMO POR EXEMPLO, QUEM REALIZA O SERVIÇO) VAI INFLUENCIAR NO RESULTADO DA PRESTAÇÃO.
INSEPARABILIDADE	O CONSUMO E A PRODUÇÃO DO SERVIÇO OCORREM SIMULTANEAMENTE.
INTANGIBILIDADE	O SERVIÇO NÃO PODE SER "SENTIDO", OU SEJA, TOCADO, VISTO E ETC. PORTANTO, O CLIENTE VAI BUSCAR ANALISAR CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA PARA SABER SE O SERVIÇO PARECE SER DE QUALIDADE OU NÃO.
PERECIBILIDADE	ESSA CARACTERÍSTICA RESIDE EM VIRTUDE DE O SERVIÇO NÃO SER "ARMAZENÁVEL". LOGO, ELE É PERECÍVEL.

LÍNGUA PORTUGUESA

DICA - REESCRITA DE FRASES

EXPRESSÕES PROBLEMÁTICAS

À MEDIDA QUE

EXPRESSA IDEIA DE **PROPORÇÃO**

PODE SUBSTITUIR POR
"À PROPORÇÃO QUE"

EX: À MEDIDA QUE O TEMPO
PASSA, ELE FICA MAIS FORTE

X

**NA MEDIDA
EM QUE**

EXPRESSA IDEIA DE **CAUSA**

PODE TAMBÉM SER USADA COMO
CONDIÇÃO OU PROPORÇÃO

PODE SER SUBSTITUÍDA POR: **"UMA VEZ QUE"**
"VISTO QUE", **"JÁ QUE"**, DENTRE OUTROS

OBS: AS BANCAS, EM GERAL,
COBRAM MAIS A EXPRESSÃO
COM IDEIA DE CAUSA

EX: NA MEDIDA EM QUE VOCÊ
ESTUDOU, PASSOU NO CONCURSO



BANCO DO BRASIL



LÍNGUA PORTUGUESA

SINTAXE

ADJUNTO ADNOMINAL x COMPLEMENTO NOMINAL

ADJUNTO ADNOMINAL	COMPLEMENTO NOMINAL
SOMENTE SE LIGA A: ✓ SUBSTANTIVOS CONCRETOS E ABSTRATOS	SE LIGA A: ✓ SUBSTANTIVOS ABSTRATOS ✓ ADJETIVOS ✓ ADVÉRBIOS
PODE SER OU NÃO PREPOSICIONADO	É NECESSARIAMENTE PREPOSICIONADO
PRINCIPAL PEGADINHA DE PROVA PARA CONFUNDIR OS DOIS: NO CASO DE SUBSTANTIVO ABSTRATO COM TERMO PREPOSICIONADO "DE". NESSE CASO, VEJA COMO DISTINGUIR:	
◆ TERMO PREPOSICIONADO TEM SENTIDO AGENTE: SERÁ ADJUNTO ADNOMINAL	◆ TERMO PREPOSICIONADO TEM SENTIDO PACIENTE: SERÁ COMPLEMENTO NOMINAL
◆ SUBSTITUÍVEL POR UMA PALAVRA ÚNICA (UM ADJETIVO EQUIVALENTE) ◆ PODE INDICAR POSSE	◆ NÃO É SUBSTITUÍVEL POR UMA PALAVRA ÚNICA (ADJETIVO EQUIVALENTE) ◆ NÃO PODE INDICAR POSSE
EX: O CONSUMO DOS BRASILEIROS (OS BRASILEIROS CONSOMEM - AGENTE)	EX: O CONSUMO DE PÃO (O PÃO É CONSUMIDO - PACIENTE)

LÍNGUA PORTUGUESA

DICA - REESCRITA DE FRASES

EXPRESSÕES PROBLEMÁTICAS

EM VEZ DE

(NA DÚVIDA, OPTE
SEMPRE POR ELA)

X

AO INVÉS DE

EM GERAL, USADO COM SIGNIFICADO
DE "NO LUGAR DE"

MAIS ABRANGENTE - ALÉM DE SER USADO
PARA IDEIAS DIFERENTES, PODE SER USADO
TAMBÉM PARA IDEIAS CONTRÁRIAS

EM VEZ DE TELEFONAR PARA O MEU AMIGO,
IREI MANDAR UMA MENSAGEM PARA ELE

SIGNIFICA - IDEIAS CONTRÁRIAS,
OPOSIÇÃO, "AO CONTRÁRIO DE"

SOMENTE PODE SER USADO
NO SENTIDO DE OPOSIÇÃO

EX: AO INVÉS DE DESCER, SUBIU

LÍNGUA PORTUGUESA

ACENTUAÇÃO

USO DOS PORQUÊS

<p>POR QUE (PERGUNTA)</p>	<p>☞ EQUIVALE A "POR QUAL RAZÃO", "POR QUAL MOTIVO", "PELA QUAL", "PELOS QUAIS"</p> <p>EX - POR QUE VOCÊ QUER SER APROVADO NO CONCURSO DA PF?</p> <p>EX - ESTAS SÃO AS RAZÕES POR QUE ESTUDO BASTANTE</p>
<p>POR QUÊ (FIM DE FRASE)</p>	<p>☞ É UTILIZADO NO FINAIS DE FRASES, ANTES DE PONTO FINAL, DE INTERROGAÇÃO, DE EXCLAMAÇÃO OU DE RETICÊNCIAS</p> <p>EX - ESTUDO BASTANTE PARA SER APROVADO. SABE POR QUÊ?</p> <p>EX - O CONTRATO NÃO FOI ASSINADO. POR QUÊ?</p>
<p>PORQUE (RESPOSTA)</p>	<p>☞ CORRESPONDE A UMA EXPLICAÇÃO OU UMA CAUSA (POIS, JÁ QUE, UMA VEZ QUE, PORQUANTO. .)</p> <p>EX - COMPREI ESTE COMPUTADOR PORQUE É MAIS BARATO</p> <p>EX - ESTUDO PORQUE EU QUERO PASSAR</p>
<p>PORQUÊ (SUBSTANTIVO)</p>	<p>☞ EQUIVALE A UM SUBSTANTIVO (É ANTECEDIDO DE UM DETERMINANTE) - TEM SIGNIFICADO DE "MOTIVO", "RAZÃO"</p> <p>EX - NÃO SEI O PORQUÊ DESSA ESCOLHA</p> <p>EX - EU SEI O PORQUÊ DA SUA DEDICAÇÃO</p>

LÍNGUA PORTUGUESA

VERBOS

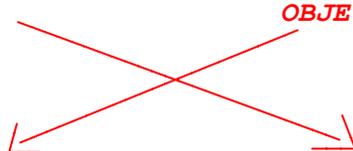
CONVERSÃO DA VOZ ATIVA PARA A VOZ PASSIVA

CONVERSÃO DA VOZ ATIVA NA VOZ PASSIVA ANALÍTICA

- 👉 O SUJEITO SE TRANSFORMA EM AGENTE DA PASSIVA
- 👉 O OBJETO DIRETO SE TRANSFORMA NO SUJEITO DA PASSIVA
- 👉 O VERBO TRANSITIVO SE TRANSFORMA EM LOCUÇÃO VERBAL

EXEMPLO:

O TREINADOR ALTEROU O HORÁRIO DO JOGO
SUJEITO OBJETO DIRETO



O HORÁRIO DO JOGO FOI ALTERADO PELO TREINADOR
SUJEITO PACIENTE (SER + PARTICÍPIO) AGENTE DA PASSIVA

- 👉 O SUJEITO (O TREINADOR) PASSA PARA AGENTE DA PASSIVA (PELO TREINADOR)
- 👉 O OBJETO DIRETO PASSA PARA SUJEITO DA PASSIVA (O HORÁRIO DO JOGO)
- 👉 O VERBO TRANSITIVO (ALTEROU) PASSA PARA LOCUÇÃO VERBAL (FOI ALTERADO)

INFORMÁTICA

REDE DE COMPUTADORES

TIPOS DE REDE

CLASSIFICAÇÃO QUANTO À ÁREA GEOGRÁFICA

SIGLA	DESCRIÇÃO
PAN (PERSONAL AREA NETWORK)	<p>☞ REDE DE COMPUTADORES LOCALIZADOS EM UMA ÁREA PESSOAL (CELULARES, COMPUTADORES, TABLET, ETC.)</p> <p>☞ ABRANGE UM ESPAÇO PEQUENO - DISTÂNCIA DE ALGUNS CENTÍMETROS A POUCOS METROS</p>
LAN (LOCAL AREA NETWORK)	<p>☞ REDE DE COMPUTADORES LOCAL (CASAS, PRÉDIOS, ESCRITÓRIOS E ETC.)</p> <p>☞ ABRANGE UM DISTÂNCIA DE ALGUMAS CENTENAS DE METROS A ALGUNS QUILÔMETROS</p>
MAN (METROPOLITAN AREA NETWORK)	<p>☞ REDE DE COMPUTADORES ENTRE LOCAIS DISTINTOS (EX: ENTRE UMA MATRIZ E FILIAIS EM UMA CIDADE)</p> <p>☞ ABRANGE UMA DISTÂNCIA DE ALGUMAS DEZENAS DE QUILÔMETROS</p>
WAN (WIDE AREA NETWORK)	<p>☞ REDE DE COMPUTADORES QUE ABRANGE UMA GRANDE ÁREA GEOGRÁFICA (ENTRE CIDADES, PAÍSES E CONTINENTES)</p> <p>☞ ABRANGE UMA DISTÂNCIA DE CENTENAS A MILHARES DE QUILÔMETROS</p>

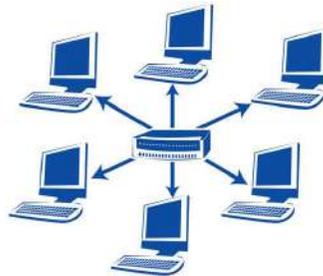
INFORMÁTICA

REDE DE COMPUTADORES

TIPOS DE REDE - QUANTO À TOPOLOGIA/LAYOUT

ESTRELA (STAR)

🔥 É A MAIS COBRADA 🔥



☞ AS ESTAÇÕES ESTÃO LIGADAS A UM NÓ CENTRAL CONTROLADOR, PELO QUAL PASSAM TODAS AS MENSAGENS.

☞ NÃO HÁ TRÁFEGO DIRETO ENTRE OS DISPOSITIVOS

☞ O ENLACE ENTRE AS ESTAÇÕES E O NÓ CENTRAL É PONTO-A-PONTO

☞ VANTAGENS:

✓ MAIOR TOLERÂNCIA A FALHAS - O DEFEITO NA ESTAÇÃO NÃO AFETA O RESTANTE DA REDE

✓ FACILIDADE PARA IDENTIFICAR/ISOLAR AS FALHAS

✓ FÁCIL ADICIONAR ESTAÇÕES

☞ DESVANTAGENS:

✓ SE O DISPOSITIVO CENTRAL FALHAR, TODA A REDE SERÁ PREJUDICADA

✓ INSTALAÇÃO MAIS CARA, POIS REQUER MAIS CABOS

INFORMÁTICA

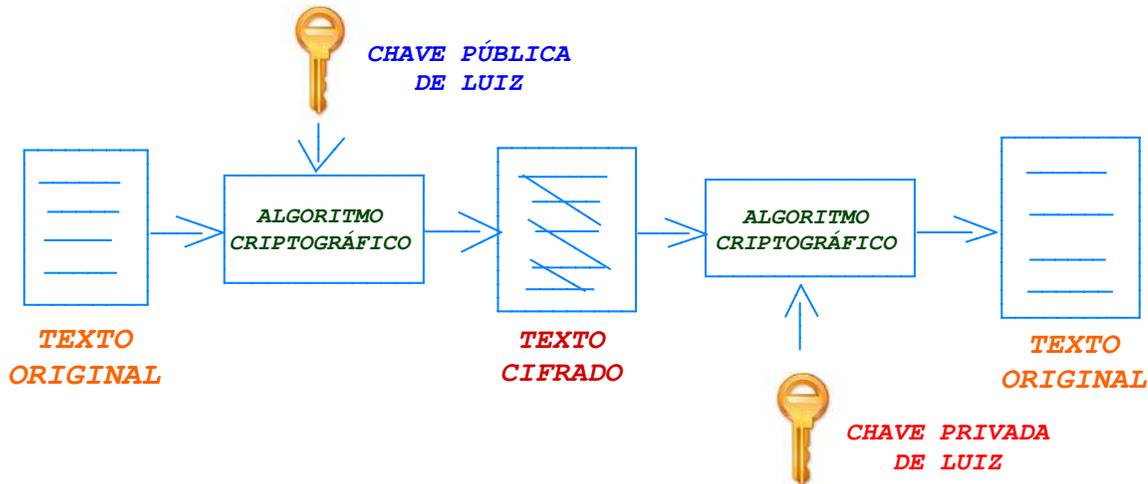
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

CRIPTOGRAFIA

CRIPTOGRAFIA ASSIMÉTRICA

➡ USA UMA CHAVE PÚBLICA E UMA CHAVE PRIVADA QUE FORMAM UM PAR EXCLUSIVO

➡ A CHAVE PÚBLICA É DISPONIBILIZADA PARA QUALQUER UM E A CHAVE PRIVADA É DE USO RESTRITO E PESSOAL DE UM USUÁRIO ESPECÍFICO



➡ NO CASO ACIMA, TEREMOS A CONFIDENCIALIDADE GARANTIDA, POIS:

◆ O EMISSOR UTILIZOU A CHAVE PÚBLICA DO RECEPTOR (LUIZ) PARA CRIPTOGRAFAR

◆ E O RECEPTOR UTILIZOU SUA CHAVE PRIVADA PARA DESCRIPTOGRAFAR

INFORMÁTICA

CORREIO ELETRÔNICO

WEBMAIL

WEBMAIL

É UM MODO/FORMA DE ACESSAR O SERVIÇO DE CORREIO ELETRÔNICO POR MEIO DA WEB (UTILIZANDO UM NAVEGADOR E UM COMPUTADOR CONECTADO À INTERNET)

TODAS AS MENSAGENS FICAM ARMAZENAS EM PASTAS NO SERVIDOR DE E-MAIL (NO CLIENTE DE E-MAIL, FICAM ARMAZENADAS NA MÁQUINA DO USUÁRIO)

EM SÍNTESE, O WEBMAIL TRATA-SE APENAS DE UMA PÁGINA WEB CAPAZ DE FORNECER UMA INTERFACE ENTRE O CLIENTE E O SERVIDOR DE E-MAIL

UTILIZAM O PROTOCOLO HTTP/HTTPS

MAIOR VANTAGEM

CAPACIDADE DE ENVIAR E RECEBER CORREIOS ELETRÔNICOS DE QUALQUER LUGAR

INFORMÁTICA

WINDOWS

JANELAS

**BARRA DE
TÍTULOS**

FAIXA DE OPÇÕES

BOTÕES DE NAVEGAÇÃO

BARRA DE ENDEREÇOS

CAIXA DE PESQUISA

PAINEL DE VISUALIZAÇÃO

PAINEL DE DETALHES

Nome	Status	Data de modificação	Tipo	Tamanho
BANCO DE DADOS	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	434 KB
BIG DATA	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	412 KB
COMPUTAÇÃO EM NUVEM	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	472 KB
CORREIO ELETRÔNICO	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	410 KB
FERRAMENTAS DE NAVEGAÇÃO	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	495 KB
INTRANET X EXTRANET	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	456 KB
LINUX	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	433 KB
REDE DE COMPUTADORES - I	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	504 KB
REDE DE COMPUTADORES - II	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	484 KB
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO - I	✓	31/01/2021 16:14	Adobe Acrobat D...	572 KB
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO - II	✓	13/02/2021 17:24	Adobe Acrobat D...	496 KB
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO - III	✓	13/02/2021 17:24	Adobe Acrobat D...	415 KB

QUESTÕES SEM COMENTÁRIOS
BANCO DE DADOS (18 QUESTÕES)

1 - (SISCEL/MS - 2016) Um esquema de banco de dados é um conjunto de regras que gerencia um banco de dados sobre o conjunto de objetos pertencentes a determinado usuário.

2 - (SISCEL/MS - 2016) Uma das vantagens de utilizar sistema gerenciador de banco de dados é o fato de não realizar o controle da redundância de dados, o que impede a ocorrência de inconsistências entre os registros.

3 - (SISCEL/MS - 2016) O usuário responsável por realizar a manutenção completa de banco de dados, é responsável por regular o acesso aos dados armazenados no sistema de gerenciamento de banco de dados (SGBD).

4 - (SISCEL/MS - 2016) Após um banco de dados ser criado, o administrador executa a criação de tabelas para dar permissão de acesso aos usuários (ou usuários) no e garantir informações no banco de dados. A responsabilidade de quem se acessa ao banco de dados é do sistema gerenciador de banco de dados (SGBD).

**BARRA DE
ENDEREÇOS**

**ALTERNAR ENTRE
JANELAS**

ALT + TAB

**COM CAIXA
DE DIÁLOGO**

ALT + ESC

**SEM CAIXA
DE DIÁLOGO**

**PAINEL DE
NAVEGAÇÃO**

**PAINEL DE
VISUALIZAÇÃO**

**PAINEL DE
DETALHES**



BANCO DO BRASIL



CONHECIMENTOS BANCÁRIOS E ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

SUPERVISORES DO SFN

A) BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB)

- SUPERVISOR DOS MERCADOS DE MOEDA, CRÉDITO E CÂMBIO;
- MISSÃO: GARANTIR A ESTABILIDADE DO PODER DE COMPRA DA MOEDA;
- NÃO TEM VINCULAÇÃO COM MINISTÉRIO ALGUM;
- SUPERVISIONA TAMBÉM INSTITUIÇÕES QUE NÃO SÃO CONSIDERADAS FINANCEIRAS, AS ADMINISTRADORAS DE CONSÓRCIOS E AS INSTITUIÇÕES DE PAGAMENTOS;
- OPERA O SELIC (SISTEMA ESPECIAL DE LIQUIDAÇÃO E DE CUSTÓDIA);
- COMITÊ DE POLÍTICA MONETÁRIA (COPOM): ÓRGÃO DO BANCO CENTRAL, FORMADO PELO SEU PRESIDENTE E DIRETORES, QUE DEFINE, A CADA 45 DIAS, A TAXA BÁSICA DE JUROS DA ECONOMIA - A SELIC.

B) COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM)

- SUPERVISOR DO MERCADO DE CAPITAIS;
- VINCULADA AO MINISTÉRIO DA ECONOMIA;

C) SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS (SUSEP)

- SUPERVISOR DO MERCADO DE SEGUROS PRIVADOS FECHADA;
- VINCULADA AO MINISTÉRIO DA ECONOMIA

D) SUPERINTENDÊNCIA NACIONAL DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR (PREVIC)

- SUPERVISOR DO MERCADO DE PREVIDÊNCIA FECHADA;
- VINCULADA AO MINISTÉRIO DA ECONOMIA



BANCO DO BRASIL



CONHECIMENTOS BANCÁRIOS E ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

CARTÕES

- São chamados de **DINHEIRO DE PLÁSTICO**.
- Seu uso torna as transações financeiras **mais seguras**, principalmente as que envolvem **altos valores**.
- Possibilitam **parcelamentos** de contas e compras.
- Os dados que armazenam permitem que as contas sejam **identificadas** através deles.
- Evolução dos dispositivos de segurança dos cartões:
 - **Captura manual** -> **Tarja magnética** (introdução do uso de senhas) -> **Chips** (permitiu a criptografia de dados) -> **NFC** (*Near Field Communication* – inovou com a tecnologia de *contact less*, permitindo pagamentos por aproximação).

CARTÕES DE DÉBITO

- Permite, no comércio, **PAGAMENTO À VISTA** com sua utilização.
- Permite que o portador do cartão faça transações em forma de autoatendimento, ou seja, através dos terminais, mais conhecidos como **caixas eletrônicos**.
- **OUTROS TIPOS DE CARTÕES DE DÉBITO:**
 - **CARTÃO DE DÉBITO CDC:** utiliza um limite de crédito concedido pela instituição, em forma de **empréstimo em conta corrente**.
 - **CARTÃO DE DÉBITO PRÉ-PAGO:** utiliza, para compras e transferências, **um valor depositado pelo cliente naquele cartão**, e não valores de conta corrente como o cartão de débito comum.



BANCO DO BRASIL



CONHECIMENTOS BANCÁRIOS E ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

DÉFICIT PRIMÁRIO, OPERACIONAL E NOMINAL

- **DÉFICIT PRIMÁRIO:** DIFERENÇA ENTRE AS DESPESAS NÃO-FINANCEIRAS E AS RECEITAS NÃO-FINANCEIRAS. POR "NÃO-FINANCEIRO" ENTENDE-SE TUDO AQUILO QUE NÃO É PAGAMENTO OU RECEBIMENTO DE JUROS. SE O RESULTADO FOR POSITIVO, HÁ DÉFICIT PRIMÁRIO;

- **DÉFICIT OPERACIONAL:** LEVA EM CONSIDERAÇÃO O PAGAMENTO DOS JUROS REAIS (JUROS NOMINAIS - INFLAÇÃO);

- **DÉFICIT NOMINAL:** DÉFICIT OPERACIONAL CORRIGIDO PELA INFLAÇÃO OU SOMA DAS DESPESAS FINANCEIRAS E NÃO FINANCEIRAS MENOS RECEITAS FINANCEIRAS E NÃO FINANCEIRAS.

MENSURAÇÃO ACIMA DA LINHA OU ABAIXO DA LINHA

ACIMA DA LINHA

OCORRE QUANDO SE MEDE O DÉFICIT COM BASE NA EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA DAS ENTIDADES QUE O GERAM, OU SEJA, DIRETAMENTE DAS RECEITAS E DAS DESPESAS;

ABAIXO DA LINHA

MEDE-SE A EXTENSÃO DO DÉFICIT PELO LADO DO FINANCIAMENTO. OS DADOS OFICIAIS DAS NECESSIDADES DE FINANCIAMENTO NO BRASIL SÃO GERADOS PELO BANCO CENTRAL.

LEI ANTICORRUPÇÃO

DISPOSIÇÕES GERAIS

A RESPONSABILIZAÇÃO
DA PESSOA JURÍDICA
NÃO EXCLUI

A RESPONSABILIDADE INDIVIDUAL DE SEUS DIRIGENTES
OU ADMINISTRADORES OU DE QUALQUER PESSOA NATURAL,
AUTORA, COAUTORA OU PARTICIPE DO ATO ILÍCITO

A PESSOA
JURÍDICA SERÁ
RESPONSABILIZADA

INDEPENDENTEMENTE DA RESPONSABILIZAÇÃO
INDIVIDUAL DAS PESSOAS NATURAIS REFERIDAS ACIMA

OS DIRIGENTES OU
ADMINISTRADORES SOMENTE
SERÃO RESPONSABILIZADOS

POR ATOS ILÍCITOS NA MEDIDA
DA SUA CULPABILIDADE

NA HIPÓTESE DE ALTERAÇÃO
CONTRATUAL, TRANSFORMAÇÃO,
INCORPORAÇÃO, FUSÃO OU
CISÃO SOCIETÁRIA

SUBSISTE A RESPONSABILIDADE
DA PESSOA JURÍDICA

LEI DE LAVAGEM DE DINHEIRO

CRIMINALIZAÇÃO DA LAVAGEM DE DINHEIRO

3 GERAÇÕES

LEIS DE PRIMEIRA GERAÇÃO	☞ AQUELAS QUE TRAZEM APENAS O DELITO DE TRÁFICO DE DROGAS COMO INFRAÇÃO PENAL ANTECEDENTE
LEIS DE SEGUNDA GERAÇÃO	☞ ESTABELECEM UM ROL DE INFRAÇÕES PENAIS ANTECEDENTES, DAS QUAIS PODE SE LAVAR O DINHEIRO
LEIS DE TERCEIRA GERAÇÃO 	☞ AQUELAS QUE ADMITEM QUALQUER INFRAÇÃO PENAL COMO ANTECEDENTE

ATUALMENTE, NO BRASIL, OS RECURSOS ILÍCITOS QUE SÃO OBJETOS DA LAVAGEM DE DINHEIRO PODEM SER PROVENIENTES DE **QUALQUER INFRAÇÃO PENAL**



BANCO DO BRASIL



LEGISLAÇÃO

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

TÉRMINO DO TRATAMENTO DE DADOS

ART. 15. O TÉRMINO DO TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS OCORRERÁ NAS SEGUINTE HIPÓTESES:



I - VERIFICAÇÃO DE QUE A FINALIDADE FOI **ALCANÇADA** OU DE QUE OS DADOS **DEIXARAM DE SER NECESSÁRIOS OU PERTINENTES** AO ALCANCE DA FINALIDADE ESPECÍFICA ALMEJADA;

II - **FIM DO PERÍODO DE TRATAMENTO**;

III - **COMUNICAÇÃO DO TITULAR**, INCLUSIVE NO EXERCÍCIO DE SEU DIREITO DE REVOGAÇÃO DO CONSENTIMENTO CONFORME DISPOSTO NO § 5º DO ART. 8º DESTA LEI, RESGUARDADO O INTERESSE PÚBLICO; OU

IV - **DETERMINAÇÃO DA AUTORIDADE NACIONAL**, QUANDO HOUVER VIOLAÇÃO AO DISPOSTO NESTA LEI.

ART. 16. OS DADOS PESSOAIS SERÃO ELIMINADOS APÓS O TÉRMINO DE SEU TRATAMENTO, NO ÂMBITO E NOS LIMITES TÉCNICOS DAS ATIVIDADES, AUTORIZADA A CONSERVAÇÃO PARA AS SEGUINTE FINALIDADES:



I - **CUMPRIMENTO DE OBRIGAÇÃO LEGAL OU REGULATÓRIA PELO CONTROLADOR**;

II - **ESTUDO POR ÓRGÃO DE PESQUISA, GARANTIDA, SEMPRE QUE POSSÍVEL, A ANONIMIZAÇÃO DOS DADOS PESSOAIS**;

III - **TRANSFERÊNCIA A TERCEIRO, DESDE QUE RESPEITADOS OS REQUISITOS DE TRATAMENTO DE DADOS DISPOSTOS NESTA LEI**; OU

IV - **USO EXCLUSIVO DO CONTROLADOR, VEDADO SEU ACESSO POR TERCEIRO, E DESDE QUE ANONIMIZADOS OS DADOS.**

TEORIA DA ÉTICA

ÉTICA E MORAL

PRINCÍPIOS, VALORES E VIRTUDES

PRINCÍPIOS

✓ SÃO MANDAMENTOS UNIVERSAIS, COMUNS A TODOS OS INDIVÍDUOS E GRUPOS.

✓ OS PRINCÍPIOS SÃO JUÍZOS ABSTRATOS DE VALOR QUE ORIENTAM A INTERPRETAÇÃO E A APLICAÇÃO DAS REGRAS.

VALORES

✓ SÃO NORMAS OU PADRÕES SOCIAIS GERALMENTE ACEITOS POR DETERMINADO INDIVÍDUO OU SOCIEDADE, OU SEJA, DEPENDEM DO CONTEXTO CULTURAL NO QUAIS ESTÃO INSERIDOS.

✓ OS VALORES SÃO PESSOAIS, SUBJETIVOS E RELATIVOS. EXEMPLO DE VALORES: HONESTIDADE E ALTRUIZMO.

VIRTUDES

✓ SÃO DISPOSIÇÕES CONSTANTES DO ESPÍRITO, AS QUAIS, POR UM ESFORÇO DA VONTADE, INCLINAM À PRÁTICA DO BEM.

➡ ARISTÓTELES AFIRMA QUE HÁ DUAS ESPÉCIES DE VIRTUDES: A INTELLECTUAL E A MORAL.

✓ A INTELLECTUAL É ADQUIRIDA POR MEIO DO ENSINO, A QUAL NECESSITA DE EXPERIÊNCIA E TEMPO.

✓ A MORAL É ADQUIRIDA COMO RESULTADO DO HÁBITO, QUE DETERMINA NOSSO COMPORTAMENTO COMO BOM OU RUIM.

MATEMÁTICA

PROPOSIÇÕES

PROPOSIÇÕES

- Uma proposição é uma oração que **admite** valores lógicos **Verdadeiro** ou **Falso**.
 - **Cuidado:** Uma proposição **não pode ser ao mesmo tempo verdadeira e falsa**. Sendo assim, ou ela é verdadeira ou é falsa.
 - **Cuidado 2:** Nem todas as frases são proposições.
- ➔ Lógica Proposicional ou Lógica Bivalente: são três princípios que devem ser observados:
- 1) Princípio da **Identidade**: uma proposição **verdadeira sempre é verdadeira**, assim como a **falsa será sempre falsa**
 - 2) Princípio da **Não Contradição**: uma proposição **não pode ser, simultaneamente, verdadeira e falsa**.
 - 3) Princípio do **Terceiro Excluído**: não há um meio termo entre verdadeiro e falso, a proposição **ou é verdadeira ou é falsa** (não há um terceiro valor).

MATEMÁTICA

PROPOSIÇÕES

NEGAÇÃO DE PROPOSIÇÃO COMPOSTAS

3.4 Negação de Condicional $P \rightarrow Q$

Para negar uma proposição condicional, **repete-se a primeira parte**, troca-se o conectivo por **“e”** e **nega-se a segunda parte**.

MNEMÔNICO : **MaNe** (mantém o primeiro, nega o segundo e troca os conectivos).

Exemplo:

Proposição Composta: Se sou inteligente, então passarei no concurso.

Negação: Sou inteligente **e não** passarei no concurso.

Assim, sabendo que a negação de $P \rightarrow Q$ pode ser escrita como $\sim(P \rightarrow Q)$, temos que $\sim(P \rightarrow Q) \Leftrightarrow P \wedge \sim Q$.

TABELA VERDADE:

P	Q	$P \rightarrow Q$	$\sim(P \rightarrow Q)$	$\sim Q$	$P \wedge \sim Q$
V	V	V	F	F	F
V	F	F	V	V	V
F	V	V	F	F	F
F	F	V	F	V	F

MATEMÁTICA FINANCEIRA

JUROS SIMPLES

Fórmulas

$J = C \times i \times t$
$M = C \times (1 + i \times t)$
$M = C + J$

J= valor do Juros Simples C= Capital i= Taxa de Juros
t= Tempo M= Montante simples

CUIDADO! Lembre-se que:

- 1) A taxa de juros **DEVE** ser aplicada na fórmula na sua forma **UNITÁRIA**

Exemplos:

- Colocar diretamente 10% na fórmula (**ERRADO!**)
- Colocar diretamente 0,10 na fórmula (**CERTO!**)
- Colocar diretamente 10/100 na fórmula (**CERTO!**)

- 2) O tempo (t) e a taxa de juros (i) devem estar **NECESSARIAMENTE** na mesma grandeza para serem inseridos nas fórmulas.

Exemplos:

- Tempo de 3 **meses** e a taxa de 60% ao **ano** (**NÃO INSERIR NA FÓRMULA, É PRECISO AJUSTAR O TEMPO OU A TAXA!**)
- Tempo em **semestre** e a taxa de 20% ao **semestre** (**PODE INSERIR NA FÓRMULA!**).



BANCOS DIGITALIZADOS:

- São os bancos **tradicionais**, os *players* tradicionais do mercado bancário.
- Os bancos se ajustam para oferecer serviços **através da internet**, ou seja, sem a necessidade de comparecimento físico em agências bancárias para realizar algumas operações.
- Principais serviços oferecidos: **internet banking** (acesso ao banco através da internet) e **mobile banking** (acesso ao banco através de dispositivos móveis).
- Para realização de algumas operações, como assinatura de contratos, por exemplo, ainda é **indispensável** que o cliente compareça em uma agência bancária.

BANCOS DIGITAIS OU BANCOS VIRTUAIS:

- São bancos que **não possuem atendimento em agências físicas, presenciais.**
- Principais serviços bancários oferecidos:
 - Conta corrente;
 - Transferência;
 - Pagamentos;
 - Cartões de crédito;
 - Ajuste de limites;
 - Investimentos; e etc.
- Por possuírem gastos menores que os bancos tradicionais ou digitalizados, oferecem serviços com tarifas **mais baratas ou gratuitas.**

IMPORTANTE: Os bancos precisam de autorização do Banco Central do Brasil para funcionar, além de atuarem sob sua supervisão.



BANCO DO BRASIL



ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

SEGMENTOS E INTERAÇÕES DIGITAIS

- No mercado financeiro, uma das segmentações mais utilizadas é dos próprios clientes, que são divididos em grupos respeitando alguns critérios como renda ou patrimônio.
- A segmentação permite que produtos diferentes possam ser disponibilizados para grupos de clientes distintos. Entre os produtos temos os tipos de contas correntes e os cartões de crédito.

- Segmentos mais comuns dos clientes de acordo com o investimento:

- **VAREJO:** é o público em geral, o maior número de clientes, geralmente com renda inferior a um valor pré-determinado ou investimentos inferiores a determinado volume.
- **ALTA RENDA:** Geralmente clientes com renda acima de determinado valor e investimentos financeiros também geralmente superiores a R\$ 100 mil.
- **PRIVATE BANK:** Geralmente clientes com investimentos financeiros superiores a R\$ 10 milhões.

OBSERVAÇÃO: Utilizamos a palavra “geralmente” porque os valores mudam de banco para banco, todavia, o Código Anbima determina o valor de investimento mínimo de R\$ 3 milhões para clientes do segmento Private.

- Segmentações do Banco Central das instituições financeiras e demais instituições autorizadas por ele a funcionar, para fins de regulação:

- **Segmento 1 – S1:** bancos múltiplos, bancos comerciais, bancos de investimento, bancos de câmbio e caixas econômicas. Porte (ativos) igual ou superior a 10% (dez por cento) do Produto Interno Bruto; ou exerçam atividade internacional relevante, independentemente do porte da instituição
- **Segmento 2 – S2:** instituições de porte igual ou superior a 1% (um por cento) do PIB.
- **Segmento 3 – S3:** instituições de porte entre 0,1% e 1% do PIB.
- **Segmento 4 – S4:** instituições de porte inferior a 0,1% do PIB.
- **Segmento 5 – S5:** instituições de porte inferior a 0,1% do PIB cuja metodologia utilizada seja a facultativa simplificada para apuração dos requerimentos mínimos de patrimônio e capital, com exceção dos bancos múltiplos, bancos comerciais, bancos de investimento, bancos de câmbio e caixas econômicas.



BANCO DO BRASIL



INGLÊS

INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS

- No processo de interpretação de textos em inglês, também **é fundamental identificar as palavras conhecidas em inglês as quais utilizamos com frequência no cotidiano** da comunicação em português, as quais são amplamente conhecidas

➤ **Ex: Fast-food; Office-boy; Shopping-Center e etc.**

- **OBSERVAÇÃO**: Também é fundamental o aluno elaborar anotações com as palavras em inglês que ele ainda não conhece o significado com o respectivo significado ao lado para que, a partir disso, ele realize frequentes revisões desse caderno.

- O aluno também pode optar pela utilização de desenhos com a respectiva palavra em inglês a ele atribuídas

➤ **Ex: Uma pessoa pulando escrito - "Jump" ao lado**".

- Agora, se na hora da prova cair uma palavra que você não saiba o significado, **TENTE ANALISÁ-LA DENTRO DO CONTEXTO A PARTIR DA SUA INTUIÇÃO.**

- TÉCNICA DO SCANNING E SKIMMING

a) **SCANNING**: Também é uma leitura rápida, mas buscando algum elemento específico do texto que tenha relação com o comando da questão.

b) **SKIMMING**: Leitura dinâmica apenas para entender o assunto que se trata no texto.

- **FORMAÇÃO DA ORAÇÃO EM INGLÊS COMO REGRA:**

➤ **SUJEITO -> VERBO -> COMPLEMENTO**



LISTA DE VOCABULÁRIO COM SINÔNIMOS E TRADUÇÃO

- a) **RISE** - go up - **ELEVAR**
- b) **WEAR** - put on - **VESTIR**
- c) **SHAPE** – mould - **FORMA**
- d) **INCREASE** – rise - **SUBIR**
- e) **ABROAD** – overseas – **EXTERIOR**
- f) **BUSINESS** – trade - **NEGÓCIOS**
- g) **EMPLOYER** – boss - **EMPREGADOR**
- h) **DEVELOPMENT** – progress - **PROGRESSO**
- i) **RATE** – fee - **TAXA**
- j) **SEARCH** – seek - **PROCURAR**
- k) **LAWYER** – attorney - **ADVOGADO**
- l) **PARTNERSHIP** – cooperation - **PARCERIA**
- m) **COSTLY** – expensive – **CARO**