

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS

ANÍSIO TEIXEIRA

PORTARIA Nº 285, DE 30 DE JUNHO DE 2022

Dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de Tecnologia em Marketing, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2022.

O PRESIDENTE DO INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA - INEP, no uso das atribuições que lhe confere o Decreto nº 6.317, de 20 de dezembro de 2007, e tendo em vista o disposto na Lei n. 10.861, de 14 de abril de 2004, e nas Portarias Normativas MEC nº 840, de 24 de agosto de 2018; nº 41, de 20 de janeiro de 2022, e nº 109, de 1º de abril de 2022, resolve:

Art. 1º O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes - Enade, parte integrante do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), tem como objetivo geral avaliar o desempenho dos estudantes em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares, às habilidades e competências para atuação profissional e aos conhecimentos sobre a realidade brasileira e mundial, bem como sobre outras áreas do conhecimento.

Art. 2º A prova do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – Enade 2022 será constituída pelo componente de Formação Geral, comum a todas as áreas, e pelo componente específico de cada área.

Parágrafo único. O(a) estudante concluinte terá 04 (quatro) horas para resolver as questões de Formação Geral e do componente específico.

Art. 3º A prova do Enade 2022 terá, no componente de Formação Geral, 10 (dez) questões, sendo 02 (duas) discursivas e 08 (oito) de múltipla escolha.

Parágrafo único. As diretrizes para o componente de Formação Geral são publicadas em Portaria específica.

Art. 4º A prova do Enade 2022 terá, no componente específico da área de Tecnologia em Gestão Pública, 30 (trinta) questões, sendo 03 (três) discursivas e 27 (vinte e sete) de múltipla escolha, envolvendo situações-problema e estudos de caso.

Parágrafo único. O componente específico da área de Tecnologia em Marketing terá como subsídios o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia, as normativas associadas à legislação profissional.

Art. 5º O componente específico da área de Tecnologia em Marketing tomará como referência do(a) estudante concluinte o seguinte perfil:

- I - Protagonista e agente de mudança na identificação de oportunidades para inovação na área do marketing;
- II - Capaz de liderar, de interagir e de trabalhar com equipes multidisciplinares e multiculturais, visando a esforços cooperativos;
- III - Ético, reflexivo, crítico e responsável no desenvolvimento das dimensões social, ambiental, econômica e institucional;
- IV - Comprometido com a educação permanente e atento às tendências mercadológicas e aos anseios sociais;
- V - Sensível, com visão holística e humanista relacionadas ao seu fazer profissional;
- VI - Autônomo, resolutivo e criativo, com espírito empreendedor;

VII - Técnico e científico na sua atuação profissional, no âmbito da gestão e/ou da operação da atividade de marketing.

Art. 6º O componente específico da área de Tecnologia em Marketing avaliará se o(a) estudante concluinte desenvolveu, no processo de formação, as competências e habilidades para:

- I** - Coordenar e mediar equipes multidisciplinares e multiculturais;
- II** - Diagnosticar potenciais de mercado considerando oportunidades e ameaças;
- III** - Planejar, organizar, executar e avaliar pesquisas, campanhas e estratégias de mercado, propondo soluções;
- IV** - Comunicar, criar e manter relacionamentos com os stakeholders;
- V** - Criar, inovar e gerenciar bens e serviços;
- VI** - Criar experiências positivas com base no comportamento do consumidor;
- VII** - Utilizar novas tecnologias em ações do marketing;
- VIII** - Promover e solidificar a marca no mercado;
- IX** - Controlar e mensurar resultados das ações de marketing;
- X** - Desenvolver ações de marketing social, cultural e ambiental, com visão pluralista;
- XI** - Atuar em todas as dimensões que envolvam a relação com o consumidor on-line e/ou off-line.

Art. 7º O componente específico da área de Tecnologia em Marketing tomará como referencial os conteúdos que contemplam:

- I** - Matrizes de análises ambientais;
- II** - Comportamento do consumidor;
- III** - Estratégias mercadológicas;
- IV** - Gestão e desenvolvimento de produtos;
- V** - Formação de preço e percepção de valor;
- VI** - Canais de distribuição;
- VII** - Comunicação integrada e marketing de relacionamento;

- VIII** - Marketing de varejo;
- IX** - Marketing e negócios digitais;
- X** - Ciência de dados e inteligência artificial;
- XI** - Criação e gestão de marcas;
- XII** - Pesquisa mercadológica;
- XIII** - Composto de serviços;
- XIV** - Tópicos contemporâneos em marketing;
- XV** - Ética e código de defesa do consumidor;
- XVI** - Métricas e monitoramento de resultados

Art. 8º Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

DANILO DUPAS RIBEIRO

(Publicada no DOU nº 123, de 01 de julho de 2022, seção 1, pg. 203)