

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 01/07/2022 | Edição: 123 | Seção: 1 | Página: 205

Órgão: Ministério da Educação/Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

PORTARIA Nº 289, DE 30 DE JUNHO DE 2022

Dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, 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 Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, 30 (trinta) questões, sendo 03 (três) discursivas e 27 (vinte e sete) de múltipla escolha, envolvendo situações-problema e estudos de casos.

Parágrafo único. O componente específico da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda terá como subsídio as Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, constantes na Resolução CNE/CES n. 492, de 03 de abril de 2001, as normativas associadas às Diretrizes Curriculares Nacionais e à legislação profissional.

Art. 5º O componente específico da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda tomará como referência do(a) estudante concluinte o seguinte perfil:

I - Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais;

II - Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais;

III - Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados;

IV - Criativo para conceber e para produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas;

V - Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais.

Art. 6º O componente específico da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda avaliará se o(a) estudante concluinte desenvolveu, no processo de formação, competências para:

I - Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário;

II - Propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos, institucionais e sociais, utilizando ferramentas de comunicação integrada e de marketing;

III - Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, da mídia, dos pontos de contato, da criação e da produção para multiplataformas;

IV - Monitorar e aferir resultados mercadológicos, institucionais e sociais das campanhas e de ações comunicacionais;

V - Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;

VI - Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e de linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;

VII - Realizar e interpretar pesquisas de consumo, de tendências, de motivação, de concorrência, de imagem, entre outras;

VIII - Gerenciar departamentos de marketing e de comunicação, agências de comunicação e produtoras do setor comunicacional;

IX - Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão.

Art. 7º O componente específico da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda tomará como referencial os conteúdos que contemplam:

I - Teorias da comunicação;

II - História da comunicação e da publicidade e propaganda;

III - Metodologia e pesquisa em comunicação;

IV - Linguagens da comunicação;

V - Tecnologias da comunicação;

VI - Estética da comunicação;

VII - Sociologia da comunicação;

VIII - Psicologia da comunicação;

IX - Pesquisa de mercado e de comportamento do consumidor;

X - Marketing e gestão de marcas;

XI - Planejamento e ferramentas de comunicação integrada;

XII - Planejamento de mídia e de pontos de contato;

XIII - Redação publicitária;

XIV - Direção de arte;

XV - Produção audiovisual, digital, fotográfica, gráfica e sonora;

XVI - Gestão e resultados em publicidade e propaganda;

XVII - Legislação e ética profissional;

XVIII - Inovação e empreendedorismo.

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

DANILO DUPAS RIBEIRO

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.