



ABMES[®]

Associação Brasileira de
Mantenedoras de Ensino Superior

Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior

SHN Qd. 01, Bl. "F", Entrada "A", Conj "A", 9º andar

Edifício Vision Work & Live, Asa Norte – Brasília/DF

CEP: 70.701-060 - Brasília/DF - Tel.: (61) 3322-3252

E-mail: abmes@abmes.org.br - Website: www.abmes.org.br

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA

PORTARIA Nº 441, DE 30 DE MAIO DE 2018

Dispõe sobre o componente específico da área de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Enade 2018.

A PRESIDENTE DO INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA, no uso de suas atribuições, tendo em vista a Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, a Portaria Normativa nº 19, de 13 de dezembro de 2017, a Portaria Normativa nº 501, de 25 de maio de 2018, e considerando as definições estabelecidas pela Comissão Assessora de Área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, nomeada pela Portaria Inep nº 151, de 05 de março de 2018, resolve:

Art. 1º O Exame Nacional de Desempenho de Estudantes - Enade tem por objetivo aferir o desempenho dos estudantes de cursos de graduação em relação às habilidades e às competências adquiridas em sua formação, a partir dos conteúdos previstos nas respectivas Diretrizes Curriculares Nacionais, do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia e de normas associadas, bem como da legislação de regulamentação do exercício profissional vigente.

Art. 2º A prova do Enade 2018 será constituída pelo componente de Formação Geral, comum a todas as áreas, e pelo componente específico de cada área.

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

Art. 3º As diretrizes para o componente de Formação Geral são publicadas em Portaria específica.

Parágrafo único. A prova do Enade 2018 terá, no componente de Formação Geral, 10 (dez) questões, sendo 02 (duas) discursivas e 08 (oito) de múltipla escolha, envolvendo situações problema e estudos de caso.

Art. 4º A prova do Enade 2018, no 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, Resolução CNE/CES nº 492, de 03 de abril de 2001, as normativas associadas às Diretrizes Curriculares Nacionais e a legislação profissional.

Parágrafo único. A prova do Enade 2018 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.



ABMES

Associação Brasileira de
Mantenedoras de Ensino Superior

Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior

SHN Qd. 01, Bl. "F", Entrada "A", Conj "A", 9º andar
Edifício Vision Work & Live, Asa Norte – Brasília/DF
CEP: 70.701-060 - Brasília/DF - Tel.: (61) 3322-3252
E-mail: abmes@abmes.org.br - Website: www.abmes.org.br

Art. 5º A prova do Enade 2018, no componente específico da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, tomará como referência do perfil do concluinte as seguintes características:

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 os resultados;

IV. criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas; e

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 A prova do Enade 2018, no componente específico da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, avaliará se o 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 influenciam o ambiente mercadológico e publicitário;

II. propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos e comunicacionais, utilizando ferramentas de comunicação integrada;

III. orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, da mídia e 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 linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;

VII. realizar e interpretar pesquisas de consumo, de tendências, de motivação, de concorrência, de imagem, entre outras; e

VIII. gerenciar departamentos de marketing e de comunicação, agências de comunicação e produtoras do setor comunicacional.



ABMES

Associação Brasileira de
Mantenedoras de Ensino Superior

Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior

SHN Qd. 01, Bl. "F", Entrada "A", Conj "A", 9º andar
Edifício Vision Work & Live, Asa Norte – Brasília/DF
CEP: 70.701-060 - Brasília/DF - Tel.: (61) 3322-3252
E-mail: abmes@abmes.org.br - Website: www.abmes.org.br

Art. 7º A prova do Enade 2018, no 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 Comportamento do Consumidor;
- X. Marketing e Gestão de Marcas;
- XI. Planejamento de Comunicação Integrada;
- XII. Planejamento de Mídia e de Pontos de Contato;
- XIII. Ferramentas de Comunicação Integrada;
- XIV. Redação Publicitária;
- XV. Direção de Arte;
- XVI. Produção Audiovisual, Digital, Fotográfica, Gráfica e Sonora;
- XVII. Gestão e resultados em Publicidade e Propaganda;
- XVIII. Legislação e Ética profissional; e
- XIX. Criatividade, Inovação e Empreendedorismo.

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

MARIA INÊS FINI

(DOU nº 105, 04.06.2018, Seção 1, p.11)