



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA

PORTARIA INEP Nº 460, DE 30 DE MAIO DE 2018

Diário Oficial da União nº 105, de 04 de junho de 2018 – Seção 1– págs. 18 e 19

Dispõe sobre o componente específico da área de Tecnologia em Marketing 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 Tecnologia em Marketing, 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 Tecnologia em Marketing, terá como subsídios o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia, as normativas associadas ao Catálogo e a legislação profissional.





Parágrafo único. A prova do Enade 2018 terá, no componente específico da área de Tecnologia em Marketing, 30 (trinta) questões, sendo 03 (três) discursivas e 27 (vinte e sete) de múltipla escolha, envolvendo situações-problema e estudos de caso.

Art. 5º A prova do Enade 2018, no componente específico da área de Tecnologia em Marketing, tomará como referência do perfil do egresso as seguintes características:

- I. protagonista e agente de mudança na identificação de oportunidades para inovação na área do marketing;
- II. capaz de liderar, interagir e trabalhar com equipes multidisciplinares, visando 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; e
- VI. criativo com espírito empreendedor.

Art. 6º A prova do Enade 2018, no componente específico da área de Tecnologia em Marketing, avaliará se o estudante desenvolveu, no processo de formação, as competências e habilidades para:

- I. coordenar e mediar equipes multidisciplinares;
- II. diagnosticar potenciais de mercado considerando oportunidades e ameaças;
- III. planejar, executar e avaliar pesquisas 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 o 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;
- e
- X. desenvolver ações de Marketing Social, Cultural e Ambiental.

Art. 7º A prova do Enade 2018, no componente específico da área de Tecnologia em Marketing, tomará como referencial os seguintes conteúdos curriculares:

- 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 Digital e Inteligência Artificial;
- X. Branding;
- XI. Pesquisa Mercadológica;
- XII. Composto de Serviços;
- XIII. Tópicos Contemporâneos em Marketing: Político, Social, Ambiental e Esportivo; e
- XIV. Ética e Código de Defesa do Consumidor.





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

MARIA INÊS FINI

