INSTITUTO SUMARÉ DE
EDUCAÇÃO SUPERIOR – ISES
FACULDADE SUMARÉ
UNIDADE SANTO AMARO

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

2017

Sumário

1. Faculdade Sumaré 5
1.1 Apresentação 5
1.2 Princípios, Missão e Objetivos 10
2. Extensão e Pesquisa 13
3. Autoavaliação institucional 19
PARTE II 23
4. Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional 23
4.1 Justificativa da Oferta do Curso 23
4.2 Objetivos do Curso 25
4.3 Perfil Profissional do Egresso 27
4.4 Histórico do Curso 29
4.5 Estrutura Curricular 30
4.6. Conteúdos Curriculares 34
4.6.1 Certificações por módulos 34
4.6.2 Oferta de Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS 35
4.6.2 Educação das Relações Étnico-Raciais e ensino da História e Cultura Afro-brasileira e indígena 35
4.6.3 Política Nacional de Educação Ambiental 36
4.6.4 Política Nacional de Educação em Direitos Humanos 36
4.6.5 Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista 37
4.7 Metodologias e Práticas Educacionais 37
4.7.1 Projeto Profissional Interdisciplinar 38
4.7.2 Educação a Distância 40
4.8 Extensão e Pesquisa no Curso 41
4.9 Matriz Curricular 43
5. Apoio ao discente 62

5.1 Mecanismos de nivelamento 62
5.2 Atendimento ao discente 63
5.3 Apoio às atividades acadêmicas 63
6. Forma de Acesso ao Curso 66
7. Integralização do curso 66
8. Critérios de Aproveitamento de Estudos e Aceleração de Estudos 67
9. Avaliação 67
9.1 Sistema de Avaliação da Aprendizagem 67
9.2 Articulação da autoavaliação do curso com a autoavaliação institucional 69
10. Administração Acadêmica Do Curso 69
10.1 Coordenador do curso 69
10.2 Núcleo Docente Estruturante (NDE) 72
10.3 Colegiado do Curso 73
10.4 Corpo docente 73
PARTE III 74
11. Infraestrutura da Faculdade Sumaré – Santo Amaro 74
12. Anexo I – Histórico da matriz curricular 77

FACULDADE SUMARÉ

Mantenedora: Instituto Sumaré de Educação Superior - ISES Ltda, entidade jurídica de direito privado e com fins lucrativos.

Endereço: Av. Dr. Arnaldo, 1793
São Paulo - SP CEP: 01255-000 - Pinheiros
CNPJ nº 02.745.324/0001-84
Telefone: (11) 3067-7900

Registro no cartório: nº 229835 no 1º. Ofício de Registro Civil de Pessoas Jurídicas da comarca de São Paulo em 19/08/1998.

Código MEC –INEP nº 1388
Credenciamento: Portaria MEC nº 1581 de 28/10/1999
Recredenciamento: Portaria MEC nº. 1.392/2012, publicada no DOU em 26/11/2012.
Reconhecimento do Curso do Administração: Portaria MEC nº. 1.103, de 14/05/2003.

UNIDADE SANTO AMARO
Endereço: Rua Coronel Luis Barroso, 566, Bairro Santo Amaro
São Paulo - SP CEP: 04750-030
Telefone: (11) 5523-9704 ou 5523-9712

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
Autorização: Portaria MEC nº 2.817, de 07/10/2003.
Reconhecimento de curso: Portaria SETEC nº 62, de 28/02/2008, D.O.U. de 29/02/2008 com aditamento de endereço pela Portaria nº 2.319, de 19/12/2010, D.O.U. de 21/12/2010.
Vagas autorizadas: 130 anuais

PARTE I

1. Faculdade Sumaré

1.1 Apresentação

A Faculdade Sumaré nasceu no ano 2000, por iniciativa do Instituto Sumaré de Educação Superior (ISES), credenciada pela Portaria MEC nº 1581, de 8/10/1999, D.O.U. de 03/11/1999, e recredenciada pela Portaria MEC nº 1.392, de 23/11/2012, D.O.U. de 26/11/2012, com sede na Rua Capote Valente, nº 1121, Bairro Pinheiros - São Paulo - SP - CEP 05409-001, atual Avenida Doutor Arnaldo, nº 1793, Bairro Pinheiros – São Paulo – SP – CEP 01255-000, para funcionar na cidade de São Paulo, em um momento de significativas mudanças na sociedade em geral, advindas do grande avanço tecnológico que culminava com a chegada do terceiro milênio. Em março de 2017 recebeu nova comissão de reconhecimento institucional, processo este finalizado com nota 4, entretanto, no aguardo da Portaria MEC e respectiva publicação no D.O.U.

Em 2017, dado os resultados do IGC, nota 4 e do Conceito Institucional, nota 4, caminha para a protocolização do pedido de credenciamento como Centro Universitário, além do Ensino totalmente a distância em dez Unidades Acadêmicas sendo sete destas em pleno funcionamento na Cidade de São Paulo e três outras nas Cidades de Santos, Guaratinguetá e Ribeirão Preto. A autorização do Curso totalmente a distância ocorre após longo período de experiência no uso de metodologias e plataformas *on line* contemplando carga horária de 20% a distância em todos os cursos da Instituição, face a Portaria Normativa Personalíssima 3.104 de 31 de outubro de 2003.

Visando à excelência no ensino, a Faculdade Sumaré está comprometida com a educação voltada para a construção do conhecimento e difusão cultural, numa perspectiva crítica que pressupõe valores éticos e de promoção da cidadania. A Instituição acredita igualmente na formação de profissionais que, além da visão humanística e global, apresentem competências e habilidades necessárias ao desempenho profissional em um mercado de trabalho exigente, em acelerada mudança, que demanda saberes, tanto da área técnica quanto científica.

A Instituição tem como objetivo contribuir efetivamente para a mudança da educação, tendo, além daqueles apontados pela Lei de Diretrizes e Bases (BRASIL, 1996), os seguintes princípios:

1. gestão universitária focada na direção por valores;
2. qualidade com competitividade;
3. difusão, criação e recriação do saber;

4. incorporação de tecnologias avançadas;
5. parâmetros modernos de educação voltados para centros de excelência.

Após a superação das exigências legais para a implantação da Faculdade Sumaré, sua instalação se consolidou em 1º de março de 2000. A partir de então começaram, de fato, as atividades acadêmico-administrativas de uma Instituição de Educação Superior da maior significância para o desenvolvimento social, econômico, político e cultural da cidade de São Paulo e do Estado.

Até 2002, a instituição pautou-se por atender uma clientela das classes abastadas, com cursos nas áreas de Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC´s) e Gestão (com destaques para Administração e Ciências Contábeis). Na ocasião, a mantenedora entendia que a educação deveria ser mais inclusiva, e o projeto da instituição voltado para as classes trabalhadoras menos qualificadas e favorecidas da população, o que implicaria em manter convênios com as três esferas de Estado: Federal, Estadual e Municipal. Além, disso, as mensalidades deveriam ser revistas, com a adoção de descontos e a inclusão de cursos na área de licenciatura e tecnológicos, para contribuir efetivamente no projeto de desenvolvimento econômico-social do país.

Em agosto de 2003, a Faculdade Sumaré iniciou o curso de Pedagogia, e, nesse mesmo ano, celebrou com o Governo do Estado de São Paulo convênio para participação no Programa Escola da Família, tornando-se a maior parceira do Estado nesse programa. O curso de Pedagogia se consolidou e hoje é o maior da instituição, em número de alunos e de professores.

O Regimento da Faculdade Sumaré foi aprovado por Portaria Ministerial nº 836, de 29 de março de 2004, com limite territorial de atuação circunscrito ao município de São Paulo, Estado de São Paulo.

De 2000 a 2003, todos os cursos foram estruturados apenas na modalidade de ensino presencial, porém, em 2004, já com a Autorização do Ministério da Educação, a Faculdade Sumaré passou a ofertar disciplinas na modalidade a distância, não excedendo 20% (vinte por cento) do tempo previsto para integralização dos respectivos currículos de seus cursos, com base na Portaria MEC nº 3.104, de 31 de outubro de 2003, quando foi criada a Coordenadoria de Ensino a Distância.

De 2004 a 2011 a Instituição realizou um crescimento significativo no número de alunos e unidades, tendo em 2004 a abertura das unidades Tatuapé I e Imirim fora da sede. Esse crescimento alcançou a marca de 5000 alunos matriculados em 2007, impulsionando a abertura de outras duas novas Unidades em 2009 e 2010, respectivamente, Tatuapé II e Santo Amaro.

Em decorrência de sua expansão na cidade de São Paulo, a Faculdade Sumaré, no Processo Seletivo para ingresso de alunos nos cursos de Graduação em 2012, abre as

Unidades Belém e Bom Retiro, oferecendo aproximadamente 14.000 (quatorze mil) vagas, distribuídas nos 65 (sessenta e cinco) cursos autorizados, em ensino presencial, em cursos de bacharelado, licenciatura e tecnológico, incluindo-se neste número, em alguns casos, a repetição de uma mesma área em distintas Unidades Acadêmicas ou mesmo de turno.

Em observância à política de inclusão social, a Faculdade Sumaré manteve seu plano de democratização do acesso à Educação Superior incentivando e buscando candidatos que cursaram a Educação Básica (Ensino Fundamental e Ensino Médio) em Escolas Públicas.

Em 2013, a Instituição alcançou a marca de 15.000 alunos matriculados, promovendo em 2014, a abertura da Unidade Santana criando mais uma opção para os alunos residentes na zona norte da cidade de São Paulo.

Ao lado de uma política de expansão que perpassa a trajetória da Faculdade Sumaré desde sua fundação, a Instituição tem se pautado por parâmetros de mérito e qualidade acadêmica em suas áreas de atuação. Seus docentes têm participação em editoriais de revistas científicas e em diversas comissões.

Como instituição de ensino superior integrante do sistema federal de ensino superior brasileiro, a Faculdade Sumaré é a maior Faculdade isolada do Estado de São Paulo, se não do Brasil, destacando-se não apenas pela abrangência de sua atuação, como também pelo seu crescimento, que a projeta em uma posição de referência e de liderança regional.

Em 2015 foram oferecidos sete cursos de Pós-Graduação, sendo quatro cursos da área de educação (Docência para ensino superior, Psicopedagogia, História social da arte, História da África e Cultura afro-brasileira e indígena), dois na área de gestão (Controladoria e Gestão de Pessoas) e um da área de tecnologia (Computação Forense e Perícia Judicial). Observa-se que os temas estão alinhados aos cursos de graduação e evidenciam a importância das discussões referentes a diversidade e questões étnico-raciais.

As linhas de extensão e pesquisa encontram-se em consonância com os cursos de graduação da área de educação, gestão e tecnologia. Ao longo do último quinquênio, observa-se uma evolução do número de pesquisas científicas alinhadas aos temas propostos. Foram realizadas inúmeras atividades de extensão abrangendo sustentabilidade, questões étnico-raciais, inovação, estratégia, consultorias para a comunidade como atendimento à elaboração de currículos, imposto de renda, apresentação de trabalhos científicos em feiras, exposições além de saídas técnicas para eventos como as Feiras de Curso (FENATRAN, HSM, CONARH, Feira do Livro, Porto de Santos, Museu da Língua Portuguesa).

Em 2016 a Instituição mais uma vez amplia seu raio de atuação dentro da cidade de São Paulo com a abertura de mais duas unidades São Mateus e Tucuruvi.

Em janeiro de 2017 abrimos a unidade Itaquera, em março do mesmo ano recebemos nova comissão de recredenciamento institucional, processo este finalizado com nota 4, aguardando a edição da Portaria MEC e respectiva publicação no D.O.U.

Em 2017, dado os resultados do IGC, nota 4 e do Conceito Institucional, nota 4 caminhamos para a protocolização do pedido de credenciamento como Centro Universitário além do Ensino totalmente a distância em dez Unidades Acadêmicas sendo sete destas em pleno funcionamento na Cidade de São Paulo e três outras nas Cidades do Estado: Santos, Guaratinguetá e Ribeirão Preto. A autorização do Curso totalmente a distância ocorre após longo período de experiência no uso de metodologias e plataformas *on line* contempladas na carga horária de 20% a distância em todos os cursos da Instituição, face a Portaria Normativa Personalíssima nº 3.104 de 31 de Outubro de 2003.

Atualmente a Instituição conta com 14 Unidades Acadêmicas na Cidade de São Paulo, podendo ofertar até 20.370 vagas autorizadas, destas 11 em pleno funcionamento com 17.770 vagas autorizadas. Vale ressaltar que das 14 Unidades Acadêmicas autorizadas, 6 Unidades (Santana I, Santana II, São Mateus, Tucuruvi, Armênia Itaquera e Campo Limpo) foram autorizadas no quinquênio de 2013-2017, superando em uma unidade o previsto no PDI. Destas, já estão em funcionamento as Unidades Santana I, São Mateus, Tucuruvi e Itaquera, ficando as demais, Armênia, Santana II e Campo Limpo, ainda em processo de abertura. O detalhe de cursos por unidade, especificando quantidade de vagas autorizadas, turnos e dados legais encontram em anexo.

O quadro acadêmico há dois anos (Censo de 2016 referente a 2015 e Censo de 2017 referente a 2016) conta com 76% de mestres e doutores com no mínimo tempo de dedicação parcial em seu regime de trabalho. Não houve aumento do número de docentes, sendo 461 (quatrocentos e sessenta e um) em 2016 contra 413 (quatrocentos e treze) em 2017, apesar da expansão de Unidades, entretanto, essa ação reflete na dedicação do regime de trabalho em função do aumento da carga horária e estímulos ao vínculo Institucional.

Hoje contamos com 110 cursos superiores (dados apurados em junho de 2017), sendo 22 bacharelados, 32 licenciaturas e 56 tecnológicos, referendando e evidenciando o cumprimento de sua missão e visão institucional, previstas no PDI. O corpo técnico administrativo é formado por 444 colaboradores, destes 282 de nível médio e 162 de nível superior (segundo dados informados no Censo de 2016).

O total de matrículas soma 15.282 discentes em 105 cursos superiores (dados informados no Censo de 2016), sendo 21 bacharelados, 30 licenciaturas e 54 tecnológicos, referendando e evidenciando o cumprimento de sua missão e visão institucional, previstas no PDI. O corpo técnico administrativo é formado por 444 colaboradores, destes 282 de nível médio e 162 de nível superior (também segundo dados informados no Censo de 2016).

Em termos gerenciais e estratégicos, a mantenedora tem à sua frente três diretorias: Diretoria de Negócios, Diretoria de Tecnologia e Infraestrutura e Diretoria Financeira, sendo que o primeiro acumula a Reitoria Acadêmica, atuando os três sob a forma de sociedade.

A Faculdade Sumaré, mantida, já com vistas ao Centro Universitário tem a Reitoria ou Diretoria Geral, que se desdobra em três institutos: Instituto Superior de Educação, exigido pela Resolução CP/CNE nº 1/99, de 30 de setembro de 1999 e parecer CNE/CES nº 133/2001, de 30 de janeiro de 2001, Instituto Superior de Ciências Sociais Aplicadas Instituto Superior de Tecnologia de Informação e Comunicação, coordenadores de cursos e coordenadores de áreas.

A gestão é subsidiada por informações da Comissão Própria de Avaliação, por reuniões administrativas e pedagógicas semanais, ouvidoria, avaliações externas e internas. A estrutura administrativa é composta por colegiados impulsionando a gestão democrática pressuposto básico para o Centro Universitário.

As Unidades Acadêmicas contam com ampla infraestrutura física, de apoio e tecnológica para atuarem como polo acadêmico em cursos totalmente a distância.

Todos os cursos estão autorizados e reconhecidos nos níveis superiores da avaliação do MEC e mantivemos nível de 3 no IGC-MEC de 2007 até 2016, elevando este para nível 4 em 2017. Essa elevação do nível do IGC-MEC deve-se a qualificação do quadro docente, investimentos em infraestrutura tecnológica e física aumentando a satisfação do quadro de docentes e discentes, melhoria da qualidade dos conteúdos trabalhados nos cursos.

O sistema de gestão de uma organização que aprende, de forma totalmente colegiada tem como mola mestra a Gestão Universitária focada na direção por valores, resgatando através do ser humano o pensamento diretivo, a participação, a fraternidade, a solidariedade e a vivência comunitária.

Como pressuposto básico desde a sua criação, a Instituição adotou como diretriz central, a qualidade com competitividade, fixou áreas de atuação, constituiu instalações modernas e confortáveis e disponibilizou equipamentos de última geração, para servir de apoio aos discentes e ao seu corpo docente, constituído por Especialistas, Mestres e Doutores, titulados pelas mais bem-conceituadas universidades do país.

A Instituição conta com uma Biblioteca atualizada e totalmente informatizada, de modo que o aluno tenha disponibilidade de terminais e acesso a toda infraestrutura via Internet, a partir da própria Instituição, de sua residência, ambiente de trabalho ou “lan houses”. Este acesso permite ao aluno entrar em contato com bibliografias, programas e itens ligados aos conteúdos curriculares desenvolvidos em aula, assim como às informações administrativas e acadêmicas de seu interesse.

O papel da IES, relacionado à formação profissional, deve abranger as habilidades e aptidões de apreensão, compreensão, análise e transformação, tanto no âmbito do conhecimento tecnológico, que se dissemina velozmente, como no âmbito da formação da competência política, social, ética e humanista.

Sob o ponto de vista administrativo é uma instituição particular com finalidades econômicas e educacionais e que desenvolve atividades sociais e do ensino em geral, principalmente o superior, visando o bem comum da sociedade e seus agentes sociais.

Desta forma, a Instituição se concebe como uma comunidade social, formada por professores, alunos e funcionários, voltados à produção, conservação e transmissão do saber sistematizado, num fazer coletivo, no qual a reflexão, o debate e a crítica traduzam uma busca vigorosa, metódica e persistente do saber por meio do ensino, da pesquisa e da extensão e de suas ações à comunidade.

Está comprometida com um ensino de qualidade, permitindo aos alunos e futuros profissionais uma formação crítica da sociedade e compreensão do papel que lhes é inerente para que possam analisar e contribuir na solução dos problemas regionais e nacionais.

1.2 Princípios, Missão e Objetivos

Princípios

A Faculdade Sumaré, em cumprimento ao disposto na Constituição da República Federativa do Brasil e na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, se propõe a inserir no mercado de trabalho profissionais competentes, com formação humanística, visão global e comprometida com a qualidade de vida, capazes de desempenhar integralmente a sua profissão e exercer plenamente a cidadania.

A estrutura organizacional da Faculdade Sumaré, segundo o seu Regimento, é regida pelos seguintes princípios, além daqueles colimados na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional:

I - gestão acadêmica focada na direção por valores, resgatando, por meio da adoção de parâmetros modernos de educação superior, o ser humano e o pensamento crítico;

II - espaço privilegiado educacional e cultural de difusão, criação e recriação do saber e de tecnologias avançadas, onde o aluno seja construtor do seu próprio conhecimento;

III - promoção da capacidade de continuar aprendendo e de se adaptar com flexibilidade às novas condições de trabalho ou aperfeiçoamentos posteriores;

IV - ênfase no desenvolvimento do espírito científico, do pensamento reflexivo e da compreensão do processo tecnológico, com crescente autonomia intelectual;

V - ênfase na inovação tecnológica, na descoberta científica, na criação artística e cultural e nas suas aplicações técnicas, desenvolvendo competências profissionais para laboralidade;

VI - flexibilidade, interdisciplinaridade, contextualização e atualização permanente de cursos e currículos; e

VII - autonomia institucional para conceber, elaborar, executar e avaliar o projeto pedagógico.

A observância destes princípios é regida pelas seguintes normas:

a) os Institutos são órgãos, simultaneamente, de ensino, pesquisa e extensão nos respectivos campos de estudo;

b) o ensino, a pesquisa e a extensão desenvolvem-se nas unidades acadêmicas responsáveis pelos estudos compreendidos nas áreas pertinentes;

c) em sua Sede e Unidades Acadêmicas existem órgãos suplementares, de natureza técnica, cultural, científica, recreativa e assistencial para seus corpos docente, discente e administrativo.

Missão da Faculdade Sumaré

A Faculdade Sumaré tem como missão: **Educação para uma mentalidade transformadora**.

Isso significa que todo o nosso esforço se concentra na formação de profissionais competentes para adentrarem o mercado de trabalho, mas, antes disto, de formar cidadãos com sólida estrutura humanista, aptos a enfrentarem os desafios de uma nova sociedade.

Significa ainda que a Faculdade se empenha para formar pessoas preparadas para enfrentarem a realidade, de modo crítico e criativo, capazes de levantar questionamentos e propostas para intervir e transformar, sempre na direção do bem-estar das pessoas, da sociedade em geral e da melhoria da própria qualidade de vida.

Com base em proposições globais, a Faculdade Sumaré elegeu alguns referenciais para orientar o cumprimento da sua missão:

1. convivência na diversidade, de tal modo que sejam respeitadas as diferenças e as divergências;

2. disseminação de todas as formas de conhecimento pertinentes à Instituição, democratizando continuamente o acesso;

3. produção e inovação de conhecimentos científicos e tecnológicos que respondam a demandas sociais;

4. compromisso com a sua missão e os seus objetivos, privilegiando-os institucionalmente em detrimento de interesses particulares, individuais ou de grupo.

Objetivos e Metas

A Faculdade Sumaré tem como objetivo geral a educação de qualidade, conectada ao binômio homem-sociedade, interferindo e sofrendo influências de seu meio, consciente de sua missão da educação com mentalidade transformadora, colocando-se como parte integrante do processo e em contínua evolução.

Como objetivos específicos e em atendimento aos princípios apresentados, pode-se sintetizar seu processo educativo, em consonância com os objetivos da Educação Nacional, nos seguintes objetivos:

I- promover, indissociavelmente o ensino de graduação e de pós-graduação, a pesquisa e a extensão como suas funções básicas e fundamentais;

II - formar profissionais competentes, técnica e cientificamente, com concepção humanística e visão global, comprometidos com a qualidade de vida, capazes de desempenhar integralmente a profissão abraçada e exercer plenamente a cidadania; segundo os valores de uma sociedade aberta e pluralista;

III - incentivar o espírito de investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência, da tecnologia, da criação e difusão da cultura e, desse modo, desenvolver o entrosamento do homem com o meio em que vive;

IV - reunir professores com alta titulação e experiência profissional, comprometidos com o Ensino Superior, a produção de novos conhecimentos e a difusão dos mesmos à sociedade, sob a forma de serviços, eventos e cursos de extensão;

V - utilizar tecnologias e metodologias avançadas de ensino, visando proporcionar aos alunos uma maior e melhor aceleração de aprendizagem, bem como lhes ensejar a oportunidade de conhecer e utilizar esse instrumental em suas futuras profissões, e para a melhoria do atendimento acadêmico aos docentes e discentes;

VI - promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;

VII - suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional, bem como a formação continuada, a partir de programas de aperfeiçoamento e pós- graduação;

VIII - estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais; prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;

IX- promover a extensão de conhecimento, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na Instituição;

X - Manter relacionamentos com organizações empresariais e educacionais, com ou sem fins lucrativos, firmando parcerias para o intercâmbio de conhecimentos, inserção dos alunos no mercado profissional, aperfeiçoamento e atualização dos projetos dos cursos, envolvimento conjunto na formação complementar de professores e alunos, promoção da cultura, da troca de experiências e aprimoramento técnico e científico.

As metas institucionais são planejadas quinquenalmente e estabelecidas anualmente, de maneira participativa e o cumprimento é avaliado com a mesma periodicidade.

A Faculdade Sumaré é uma instituição de ensino superior privada, historicamente comprometida com o desenvolvimento da Cidade de São Paulo e do Estado, e, consequentemente, com o País. Para consolidar sua missão, procura disseminar suas formas de atuação em áreas geograficamente diversificadas, investindo permanentemente nas dimensões quantitativa e qualitativa dos seus projetos acadêmicos, científicos, tecnológicos e culturais.

Partindo da compreensão de que a educação superior cumpre uma função estratégica no desenvolvimento econômico, social e cultural do País, a Faculdade Sumaré constrói formas efetivas de cooperação institucional nos contextos local, regional, nacional. Uma das prioridades institucionais é a integração entre os diversos níveis e modalidades de ensino, pesquisa e extensão, buscando privilegiar os projetos e programas de impacto acadêmico e social com repercussões de caráter local, regional, nacional. A implementação dessa política advém da compreensão de toda a academia de que a expansão do ensino, o crescimento ordenado e constante com qualidade, constitui instrumento indispensável.

2. Extensão e Pesquisa

Em atendimento às demandas da sociedade contemporânea, a Faculdade Sumaré entende que há necessidade de uma formação que articule, com a máxima organicidade, a competência científica e técnica, considerando-se que só se adquire competência científica se cada curso de graduação conseguir trabalhar no sentido de que os alunos consolidem conhecimentos a partir de fundamentos que sustentam a parte científica pertinente a cada área do conhecimento. É na base desses fundamentos que se pode construir o "aprender a aprender", condição essencial para o exercício profissional.

A real articulação entre ensino, pesquisa e extensão pressupõe um projeto de formação cujas atividades curriculares transcendam a tradição das disciplinas. A defesa da prática como parte inerente, integrante e constituinte do questionamento sistemático, crítico e criativo e, da pesquisa como atitude cotidiana, como princípio cientifico e educativo, deve estar presente na própria concepção de prática educativa prevista na organização do Projeto Pedagógico de Curso (PPC).

A capacidade de contemplar o processo de produção do conhecimento por meio da dimensão investigativa (pesquisa) e sua abertura ao meio externo à Faculdade (extensão), estabelecida pelo Projeto Pedagógico de cada curso, oferecerá uma nova referência para a dinâmica na relação professor-aluno e desenhar um novo contexto para o processo de ensino/aprendizagem.

Para cuidar da extensão e da pesquisa, a Faculdade Sumaré criou a Coordenação de Extensão e Pesquisa, cujos objetivos são:

- Aperfeiçoar atividades de extensão existentes na Faculdade e estimular novas propostas;
- Oferecer, de forma sistemática, cursos de aperfeiçoamento para alunos, professores e comunidade externa;
- Criar condições para o desenvolvimento de projetos de iniciação científica e divulgar seus resultados;
- Desenvolver e pesquisar fontes de financiamento de pesquisas;
- Administrar os processos pertinentes à pesquisa e à extensão.

Extensão e responsabilidade social

A extensão na Faculdade Sumaré é realizada de três formas distintas: cursos abertos à comunidade acadêmica; divulgação de conhecimento; projetos sociais de interação entre Ensino Superior e Escola de Educação Básica.

Os **cursos de extensão** são oferecidos a alunos, professores e comunidade externa, sendo realizados mediante proposta do professor responsável, visando o aperfeiçoamento da formação dos alunos.

No que tange à divulgação de conhecimento, a Faculdade conta com a **Revista Acadêmica Eletrônica Sumaré**, uma publicação digital, independente, destinada à divulgação científica de trabalhos, atividades e pesquisas. Seu objetivo principal é publicar matérias que possam contribuir para a divulgação e o debate de temas voltados para as questões das áreas de abrangência dos cursos em geral e, em especial, das questões relativas ao Ensino Superior. A revista também se destina à publicação de entrevistas, traduções, resenhas e trabalhos de divulgação científica.

Outra forma de divulgação de conhecimento são os **Seminários Temáticos**, **palestras** ou **Congressos** com temas apontados como prioritários para a comunidade acadêmica.

A Faculdade Sumaré tem ciência de seu papel de inclusão social e as práticas são reveladoras do alto potencial de desempenho das ações, na medida em que torna real e efetiva a integração sociocultural e educativa, com programas de bolsas em parceria com instituições governamentais e associações.

Com o intuito de promover a inclusão social por meio da educação, a Faculdade Sumaré participa de Programas Públicos, como: **Programa Escola da Família**, **Jovens Acolhedores**, **Bolsa Universidade na Alfabetização**, todos do Governo do Estado de São Paulo. Além desses, participou com êxito do **Projeto Ler e Escrever** do município de São Paulo, que permitem, todos eles, aos alunos estudarem e contribuírem, como contrapartida, com trabalho nos equipamentos públicos de ensino, no atendimento aos contribuintes, aos jovens alunos do ensino fundamental na fase de alfabetização e às famílias do entorno das unidades da rede pública de ensino.

É relevante destacar o resultado desta ação, na medida em que faculta o apoio não só dos discentes à comunidade e demais interessados, como também promove a integração contínua dos alunos e dos professores, a partir do processo de orientação e da Coordenação de Projetos Públicos. É, portanto, uma atividade de extensão, realizada de maneira direcionada, contribuindo em muito para a comunidade e para a formação do futuro profissional.

A instituição mantém ainda diversos convênios e parcerias com organizações sociais, empresas e outras instituições de ensino, concedendo bolsas parciais ou integrais.

Além das Bolsas, a Faculdade Sumaré tem contribuído com entidades sem fins lucrativos, como os movimentos Educar para Vida e EDUCAFRO, promovendo palestras de orientação para a escolha da profissão, esclarecimentos sobre o ENEM e seus pontos de atenção para que os alunos do nível médio realizem as avaliações.

Desde 2007, há o programa Bolsa Escola Pública e Universidade na Alfabetização. Criado em 1º de março de 2007 pelo Governo do Estado de São Paulo, o projeto, conhecido como Bolsa Alfabetização, busca envolver a rede estadual de ensino e as Universidades, gerando um elo de integração para estimular a capacitação dos futuros docentes e também tornar ainda mais completa a assistência dada aos alunos da 1ª série do Ciclo I do Ensino Fundamental.

Dessa forma, a partir da assinatura de convênios entre as IES - Instituições de Ensino Superior, a SEE - Secretaria de Estado da Educação e a FDE - Fundação para o Desenvolvimento da Educação, o projeto visa desenvolver conhecimentos e experiências necessárias aos futuros profissionais da Educação em relação à natureza da função docente no processo de alfabetização de alunos da 1ª série, além de apoiar os professores destas turmas na complexa ação pedagógica de garantir a aprendizagem da leitura e escrita a todos os alunos ao final do primeiro ano letivo.

Das IES saem os Alunos Pesquisadores, que adquirem uma experiência direta na prática da docência atuando nas classes da 1ª série do Ensino Fundamental da rede pública estadual de ensino, sempre sob orientação dos professores da rede e de professores orientadores das universidades. Em troca, contribuem na formação das crianças que

ingressam no Ensino Fundamental. Assim, acompanhando a prática docente no dia a dia, os Alunos Pesquisadores levam às suas IES todas as experiências e aprendizados adquiridos na prática como forma de estimular as discussões sobre soluções, teorias e práticas pedagógicas em pauta no mundo acadêmico.

O Governo do Estado oferece à Universidade parceira uma bolsa para cada sala de aula atendida na rede estadual. Tais recursos são usados pelas IES para viabilizar a proposição e execução dos projetos pedagógicos a serem desenvolvidos por seus alunos, sempre sob a supervisão de professores universitários, em classes e no horário regular de aula da 1ª série do Ciclo I do Ensino Fundamental das escolas da rede pública estadual de ensino.

Além dos órgãos públicos intervenientes dos projetos anteriores, a Faculdade Sumaré mantém convênios com redução de preços nas mensalidades com diversas outras organizações e sindicatos como: Sindicato dos Comerciários; Empresas diversas; Coopesp – Cooperativa de Trabalho dos Profissionais de Educação do Estado de São Paulo; Educafro; Fies; PEF – Programa Escola da Família; PROUNI; Movimento Educar para Vida; SME – Secretaria Municipal de Educação.

Pesquisa

De acordo com o Projeto Pedagógico Institucional considera-se pesquisa:

> "o processo de investigação metódico e sistemático de um determinado campo ou domínio da realidade, através de fundamentação teórica e levantamento de dados, como meio de instrumentalizar o ensino e forma de ampliar os conhecimentos, mantendo um diálogo inteligente com o mundo." (PPI, p.22)

Assim, considerando as características da Faculdade, as áreas de conhecimento em que estão concentrados seus cursos e o contexto socioeconômico, foram definidas as seguintes linhas de pesquisa:

- **Práticas Escolares e Teorias de Ensino -** Esta linha de pesquisa tem por objetivo investigar as práticas escolares desenvolvidas pelos profissionais da Educação nas diversas áreas do conhecimento, bem como discutir e problematizar as teorias de ensino do âmbito educacional estabelecendo relação entre as teorias e as práticas escolares.
- **Inclusão Educacional e Profissional** - Esta linha de pesquisa tem por objetivo estudar a trajetória da educação inclusiva no Brasil em seus aspectos legais nas perspectivas atuais. Investigar e discutir práticas para a inclusão educacional e profissional de alunos com necessidades educacionais especiais, na educação

básica e no ensino superior analisando como a educação brasileira esta propiciando às pessoas com necessidades especiais uma formação para inserção no mercado de trabalho.

- **História e Historiografia -** Esta linha de pesquisa tem como objetivo propiciar o desenvolvimento científico de Licenciados em História a partir da perspectiva da relação indissociável entre docência e pesquisa. Desenvolver atitude investigativa e problematizadora, além da consciência sobre a importância da produção de conhecimento. Proporcionar aos pesquisadores o contato com diferentes linhas historiográficas e metodológicas para que tenham autonomia para dialogar com os vários materiais didáticos com os quais trabalham em sua prática docente, e outras práticas que lidam diretamente com o conhecimento histórico.
- **Geografia: ensino e teorias -** Esta linha de pesquisa tem como objetivo propiciar o desenvolvimento científico de Licenciados em Geografia a partir da perspectiva da relação indissociável entre docência e pesquisa. Desenvolver atitude investigativa e problematizadora, além da consciência sobre a importância da produção de conhecimento. Proporcionar aos pesquisadores o contato com diferentes áreas de especialidades da Geografia e do pensamento geográfico para que tenham autonomia para dialogar com os vários materiais didáticos com os quais trabalham em sua prática docente, e outras práticas que lidam diretamente com o conhecimento geográfico.
- **Tecnologia da Informação -** Desenvolvimento e gestão de tecnologias no ambiente de aprendizagem e/ou negócios, visando melhores práticas de segurança da informação, infraestrutura e inovação tecnológica.
- **Língua: abordagens -** Ementa: Esta linha de pesquisa tem como objetivo os estudos relacionados à linguística, filologia, gramática e variações de linguagem das línguas portuguesa, espanhola e inglesa e comparações entre elas. Visa levar o pesquisador a desenvolver atitude investigativa e problematizadora e consciência sobre a importância da produção de conhecimento, além de proporcionar aos investigadores o contato com um amplo leque de linhas de pesquisas e metodologias, possibilitando-os unir a teoria e a prática na licenciatura e na vida cotidiana.
- **Literatura: Abordagens -** Esta linha de pesquisa tem como objetivo os estudos relacionados à estudos relacionados à análise, crítica e comparação literária das literaturas das línguas portuguesa, espanhola e inglesa e comparações entre elas. Visa levar o pesquisador a desenvolver atitude investigativa e problematizadora e consciência sobre a importância da produção de

conhecimento, além de proporcionar aos investigadores o contato com um amplo leque de linhas de pesquisas e metodologias, possibilitando-os unir a teoria e a prática na licenciatura e na vida cotidiana.

- **Ensino de idiomas: abordagens -** Esta linha de pesquisa tem como objetivo os estudos relacionados ao ensino de idiomas das línguas portuguesa, espanhola e inglesa e comparações entre elas. Visa levar o pesquisador a desenvolver atitude investigativa e problematizadora e consciência sobre a importância da produção de conhecimento, além de proporcionar aos investigadores o contato com um amplo leque de linhas de pesquisas e metodologias, possibilitando-os unir a teoria e a prática na licenciatura e na vida cotidiana.
- **Gestão Estratégica de Negócios -** Esta linha de pesquisa investiga e busca aprimorar conceitos e técnicas relacionadas à Gestão Estratégica, contribuindo como subsídio a tomada de decisões sustentáveis nos negócios. Acompanha, desenvolve e consolida modelos de estudos de estratégias organizacionais nas abordagens relacionadas à gestão de pessoas, controladoria, administração dos negócios, gestão de marketing, logística, gestão de processos, tecnologia da informação.
- **Inovação -** Esta linha de pesquisa envolve experiências de ensino e pesquisa no universo científico da inovação com foco na gestão organizacional. Estuda a Gestão da Inovação em seu aspecto Tecnológico e de Processos, desenvolve conceitos e modelos gerenciais para empresas públicas e/ou, privadas. Contribui de forma plural e multidisciplinar na formação básica com reflexões a respeito do impacto da inovação no comportamento da sociedade visando a qualidade e sustentabilidade da mesma, questões ético-profissionais a respeito da forma e cuidados do desenvolvimento das pesquisas relacionadas à inovação.
- **Sustentabilidade -** Esta linha de pesquisa investiga a Sustentabilidade sob duas formas: impactos relacionados ao meio ambiente e, continuidade e/ou aprimoramento dos negócios. Abrange o estudo de sistemas sustentáveis, difusão e importância da sustentabilidade para a sociedade e organizações, gestão sustentável. Contribui de forma plural e multidisciplinar na formação básica com reflexões a respeito do impacto da sustentabilidade no comportamento da sociedade visando à qualidade e continuidade, questões ético-profissionais a respeito da forma e cuidados individuais e do grupo para com questões sustentáveis.

Seguindo essas linhas de pesquisa, a Faculdade Sumaré possui Iniciação Científica, com a participação de alunos bolsistas, sob a orientação de um professor. Para participar,

os alunos inscrevem-se enviando projetos de iniciação científica para seleção por uma comissão de avaliadores.

A Faculdade promove ainda a Pesquisa Docente que está organizada em linhas de pesquisa e articulam-se à área de concentração – Gestão, Tecnologia da Informação e Educação**.**

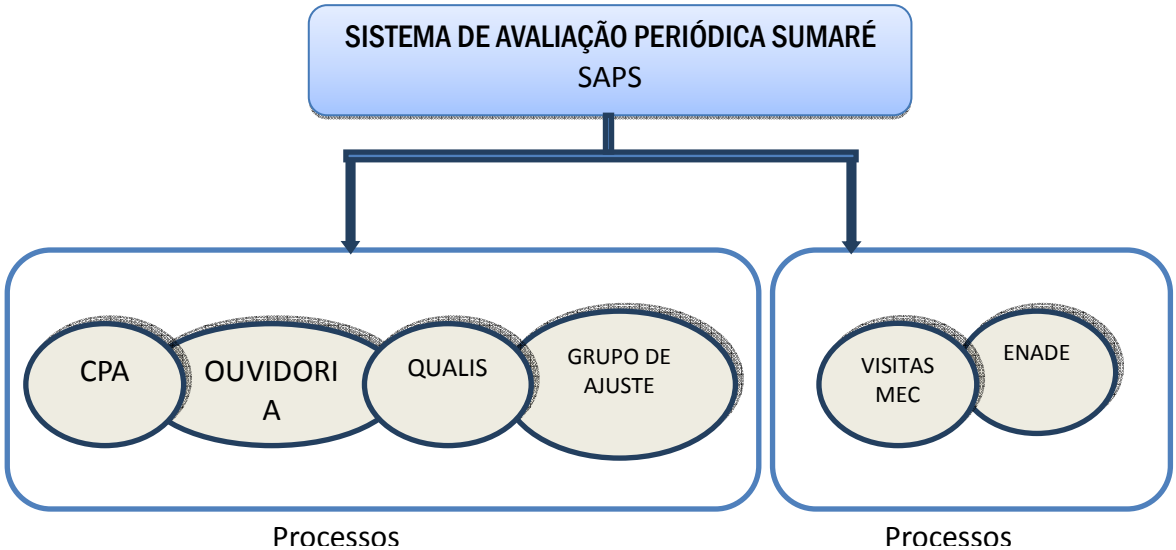
O ingresso na Pesquisa Científica Docente se dá por meio do projeto, de acordo com o modelo adotado pela Comissão de Iniciação Científica, que, obrigatoriamente, devem estar vinculados a uma linha de pesquisa e propostos por professores com titulação mínima de mestre.

Deverão ser indicados no mínimo 04 alunos e no máximo 06 alunos para colaboradores de pesquisa, que acompanharão o pesquisador ao longo do ano, com interesse em projetos futuros de iniciação científica.

3. Autoavaliação institucional

Para garantir processos ágeis e eficazes de autoavaliação institucional, foi instituído o Sistema Periódico de Avaliação Sumaré (SAPS), que trabalha com indicadores oriundos de processos internos e externos de avaliação. O SAPS é representado pela figura a seguir:

Figura 1 – Sistema de Avaliação Periódica Sumaré



Cada um dos componentes acima tem papel importante para que a avaliação do curso e a avaliação institucional sejam feitas de forma a gerar informações consistentes para ações que objetivem corrigir os desvios que possam estar nos afastando da filosofia, visão e

missão da instituição. Dessa forma, apresentaremos, a seguir, cada um desses componentes e descreveremos sua abrangência e função.

Processos internos

CPA – Comissão Própria de Avaliação

Como previsto no Art. 11 da Lei Federal nº 10.861, de 14 de abril de 2004, a CPA tem como objetivos:

- Produzir dados e informações que retratem o conjunto de atividades e finalidades desenvolvidas pela Instituição, do ponto de vista de seus atores institucionais;
- Identificar as causas dos problemas e deficiências:
- Aumentar a consciência pedagógica e capacidade profissional do corpo docente e técnico-administrativo;
- Prestar contas à sociedade;
- Fornecer informações para a tomada de decisões.

Esses objetivos vêm sendo alcançados à medida que os dados obtidos por suas pesquisas geram relatórios com análises, críticas e sugestões que são analisados para a proposição de ações a curto, médio e longo prazo no sentido de corrigir as deficiências e aprimorar o que está sendo bem avaliado.

A CPA possui uma Coordenação central e outras quatro comissões regionais organizadas segundo a região da cidade onde a unidade está inserida. Cada comissão regional conta com um representante docente, um representante discente, um representante técnico-administrativo e um representante externo.

O processo de composição da CPA se dá por indicações das áreas acadêmicas e administrativas, além de manifestações espontâneas dos representantes.

Grupo de Ajuste

O Grupo de Ajuste tem o objetivo de analisar os indicadores oriundos dos processos de avaliação do SAPS e propor ações corretivas e preventivas de abrangência institucional para promover ações que corrijam as fragilidades nas esferas acadêmicas e administrativas de forma ágil e eficaz.

Fazem parte, como membros efetivos do Grupo de Ajuste: o Diretor Geral, os Diretores dos Institutos Superiores, a Coordenação da CPA e Coordenação do Núcleo de Regulação, Supervisão e Avaliação da Faculdade Sumaré.

Além dos participantes fixos, poderão ser convidados outros profissionais da instituição que serão escolhidos em função do tema a ser tratado ou do projeto a ser desenvolvido.

Qualis

A Qualis é uma avaliação de aprendizagem cujo objetivo é melhorar a qualidade de ensino dos cursos oferecidos pela Faculdade Sumaré.

A Qualis é uma prova multidisciplinar realizada semestralmente por todos os alunos da Faculdade. A prova é elaborada por uma comissão de professores sob a orientação dos coordenadores de curso, seguindo os preceitos de uma avaliação formativa, em que a preocupação está voltada aos resultados qualitativos que orientam a ação docente em termos dos ajustes nos processos de ensino e aprendizagem.

Ouvidoria

A ouvidoria é um canal de comunicação para que docentes e discentes coloquem as questões relativas à administração, às atividades acadêmicas e pedagógicas, que julgam não atendidas pelos meios regulares.

Com base em um trabalho sistêmico, além de atender as questões apresentadas, essa ação permite a realização de um trabalho ao mesmo tempo corretivo e preventivo. A partir dos dados levantados pela Ouvidoria, procura-se identificar quais são setores e ou procedimentos que necessitam mais atenção.

Os relatórios gerados pela Ouvidoria são analisados pelos responsáveis e geram planos de ação corretiva e preventiva que possibilitam melhorar a prestação dos serviços acadêmicos.

Processos externos

ENADE

Os resultados e as provas do ENADE são discutidos pelos coordenadores de curso com NDE com a intenção de avaliar, entre outras questões, o Projeto de Curso, matriz curricular, e as bibliografias de cada curso, além do desempenho dos alunos por competências e conteúdo.

Essas análises geram planos de ação que visam a melhoria do curso de forma contínua.

Visitas do MEC

As visitas das comissões indicadas pelo MEC para os procedimentos de autorização, avaliação de cursos, bem como as de recredenciamento também servem de parâmetro avaliativo.

A interlocução com as diferentes equipes e os respectivos relatórios são analisados para se identificar as necessidades de melhoria, uma vez que mostram a “fotografia” do momento da avaliação in loco.

O Sistema de Avaliação Periódica Sumaré – SAPS – é entendido como um conjunto de instrumentos de coleta de dados que permitem a realização de uma autoavaliação ampla e contínua.

PARTE II

4. Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional

4.1 Justificativa da Oferta do Curso

O Estado de São Paulo, de acordo com o IBGE em 20101, conta com 41.262.199 habitantes, 248.196 Km², 166 hab/km² e 645 municípios. A perspectiva da população para 2012 é de 41.901.219 habitantes (IBGE, 2013).

A análise social demográfica do IBGE informa que 95,9% da população residem na área urbana, 25,5% atendem a faixa etária de 25 a 39 anos e 24,6% estão na faixa de 40 a 59 anos. O valor médio do rendimento mensal domiciliar per capita urbano é de R$ 920,00.

A capital do estado, cidade de São Paulo, de acordo com a Prefeitura do Município2, compõe com outros 38 municípios a Região Metropolitana de São Paulo, um aglomerado urbano de 19 milhões de habitantes, o quarto maior do mundo.

O Município de São Paulo, centro da região metropolitana mais densa e dinâmica do país, tem demonstrado uma vitalidade bastante marcante, mesmo em vista das diversas mudanças ocorridas no mercado de trabalho e nas atividades econômicas decorrentes da constante introdução de inovações tecnológicas e demais transformações na esfera produtiva inerentes à globalização. Prova disso é que seu Produto Interno Bruto (PIB), que é o 10º maior PIB do mundo3, cerca de 12,26% do PIB brasileiro. A cidade de São Paulo é responsável por cerca de 36% de toda produção de bens e serviços do Estado de São Paulo, sendo sede de 63% das multinacionais estabelecidas no Brasil.

Do ponto de vista do Mercado de Trabalho, o maior destaque se dá por conta da redução da taxa de desemprego da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) em 2005 e 2006, capitaneada pelo município de São Paulo. Assim, a taxa de desemprego do município que era 18,1% em 2004, caiu para 15,7% em 2005 e 14,7% em 2006, menor patamar desde 1996, quando foi observada a taxa de 14,0%. Quanto à ocupação, os dados de 2006 mostram a predominância do setor de Serviços (inclusive domésticos), contando com cerca de 65% do total dos ocupados, seguido pelo setor Industrial (16,5% do total) e do Comércio (16%).

A Subprefeitura de Santo Amaro é composta por três distritos, Santo Amaro, Campo Belo e Campo Grande, que somados representam uma área de 37,5 km², habitada por mais de 219 mil pessoas. O IDH da região é de 0,939 representando o 3º maior índice do município. As subprefeituras mais próximas da região são: M´Boi Mirim, Campo Limpo, Capela do Socorro e Pinheiros.

Santo Amaro é um distrito da zona sul da cidade de São Paulo, incorporado inicialmente à metrópole em 1935. É a região da cidade que mais concentrou imigrantes alemães precursores da atividade industrial e do fluxo migratório de nordestinos que favoreceram ao desenvolvimento do comércio. Nesta região está um dos comércios populares mais importantes da cidade, o Largo 13 de Maio, que está em plena expansão. A região de Santo Amaro concentra importantes indústrias, sobretudo na região localizada entre Santo Amaro e Jurubatuba, precisamente no distrito de Campo Grande. Recentemente, grandes escritórios e sedes de bancos estabeleceram-se nas áreas próximas à Marginal do Rio Pinheiros.

A infraestrutura educacional conta atualmente com várias Universidades, Faculdades como o SENAC, UNINOVE, UNIP, UNISA, UNITALO, UNIB, ESTÁCIO, 21 escolas de ensino fundamental municipais, 50 escolas estaduais e 65 escolas particulares. As de ensino médio somam 32 escolas estaduais e 43 particulares. A estrutura cultural e de lazer conta ainda com 5 bibliotecas, 4 casas de cultura e o Teatro Paulo Eiró, em homenagem ao poeta local de maior projeção.

A região utiliza uma vasta rede de transportes municiadas por terminais rodoviários, metrô (em plena expansão) e principais vias de acesso urbano (Avenida das Nações Unidas, Avenida Santo Amaro, Avenida Washington Luis, Avenida Luis Carlos Berini, Avenida Interlagos, dentre outras). Apesar das linhas do metrô estar em plena expansão para o centro da cidade, já está em funcionamento este transporte na região interligando os principais bairros da Zona Sul da cidade, quais sejam: Capão Redondo, Campo Limpo, Vila das Belezas, Giovanni Gronchi, Santo Amaro e Largo Treze. Esta linha está em obras que prevê a ligação com a estação Ana Rosa. Toda esta mobilidade urbana da região favorece o acesso à Faculdade que está localizada em uma das principais avenidas centrais da região, a Avenida Adolfo Pinheiros, poucos metros do Largo Treze de Maio tido como terminal rodoviário para as regiões periféricas da cidade.

Na região do Campo Belo encontra-se o Aeroporto de Congonhas, um dos mais movimentados da América Latina, responsável por grande parte do escoamento de importações e exportações por via área no Brasil. Esta região faz divisa com a Avenida Luis Carlos Berrini, grande centro de empresas do setor terciário, construída a partir de 1970 cujas obras de extensão chegam até Santo Amaro.

Campo Grande abriga fábricas, sedes de complexos industriais de diversas multinacionais, inúmeros e isolados galpões do setor industrial instalados ao longo das avenidas Nações Unidas e Eng. Eusébio Stevaux, atualmente alguns estão sendo desativados e seus terrenos estão sendo incorporados por grandes construtoras.

Além desse dinamismo do setor industrial e construção civil, há grandes centros comerciais como o Shopping Interlagos, Shopping SP Market, que são atendidos pela Linha

9 – Esmeralda da CPTM com a Estação Jurubatuba, muito próximo também está a Estação Socorro.

A Subprefeitura do M´Boi Mirim tem 62Km, 553.384 habitantes, IDH 0,773 (dados do Censo de 2010) e, sedia Centro Empresarial de São Paulo (Cenesp), um dos maiores complexos de escritórios da América Latina, localizado próximo à Marginal Pinheiros em São Paulo. O complexo abriga diversas empresas, como Rhodia, Alcoa, American Express e Accenture. O centro empresarial está apenas 3 km da Faculdade Sumaré.

A vantagem competitiva da Faculdade Sumaré está na oferta de horários diferenciados, aplicação de valores de mensalidades acessíveis à população de baixa renda, sem, contudo, abrir mão da qualidade de ensino pelo seu programa de aulas e corpo docente de alto gabarito.

Especificamente, o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional na Faculdade Sumaré, seguindo as Diretrizes Curriculares, propõe-se a contribuir, efetivamente, com a qualificação dos profissionais da área de Comunicação nas empresas instaladas da cidade e do estado do São Paulo.

4.2 Objetivos do Curso

Objetivo Geral

O curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional contribui com a missão da Faculdade Sumaré “Educação para uma mentalidade transformadora”. Esta contribuição se dá no âmbito individual formando e preparando indivíduos qualificados profissionalmente e pessoalmente para atuar na área de Comunicação, bem como no âmbito social proporcionando suporte e subsídios a demandas de infraestrutura específica na área de Comunicação. A formação de profissionais qualificados, preparados técnica e emocionalmente propulsiona o crescimento e a transformação individual e da sociedade contribuindo para a construção de uma cultura de paz, de cidadania e de direitos humanos nos termos da legislação vigente.

A missão da Faculdade Sumaré “Educação para uma Mentalidade Transformadora” é trabalhada em todas as disciplinas o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional de forma integral verticalizada, instigando o discente a pensar de que maneira, através de seu trabalho, pode fazer diferente, e fazer a diferença no mercado de trabalho e na sociedade. As atividades práticas são pensadas de modo a trabalhar além da teoria, as questões da sustentabilidade e responsabilidade social.

Conforme estabelecido pela Resolução CNE/CP3 de 2002, em que se instituem as diretrizes curriculares nacionais gerais para organização e funcionamento dos cursos superiores de tecnologia, estabelece-se que os cursos superiores de tecnologia deverão:

I - incentivar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e efeitos;

II - incentivar a produção e a inovação científico-tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho;

III - desenvolver competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a gestão de processos e a produção de bens e serviços;

IV - propiciar a compreensão e a avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias;

V - promover a capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições de trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos em cursos de pós-graduação;

VI - adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente dos cursos e seus currículos;

VII - garantir a identidade do perfil profissional de conclusão de curso e da respectiva organização curricular.

Levando-se em consideração também as orientações propostas no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia de 2016, especificamente ao Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional, destaca-se a atuação deste profissional em diferentes empresas, com sólidas competências profissionais e humanísticas, que compreendem a formação básica de gestão, publicidade e propaganda, assessoria de imprensa, mídias, pesquisa de mercado, gestão de marcas e comunicação organizacional, visando preencher não só uma lacuna importante gerada por empresas do setor na demanda por profissionais qualificados contribuindo para a economia, como também, e, principalmente promovendo a evolução do conhecimento para uma sociedade com conceitos de ética, responsabilidade social e cidadania.

Objetivos Específicos

O Curso Superior de Tecnologia Comunicação Institucional da Faculdade Sumaré tem por objetivo desenvolver habilidades e competências discentes para:

- Planejar, implementar, gerenciar e promover as políticas de comunicação das organizações;
- Entender e definir os objetivos de comunicação organizacional;
- Implantar e avaliar os resultados da política de comunicação;
- Especificar projetos de comunicação em diferentes mídias;
- Promover eventos corporativos;
- Gerenciar o alinhamento da comunicação nas organizações;

• Aprovar campanhas de comunicação;

• Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;

• Contribuir de forma crítica-reflexiva para a evolução do conhecimento em uma sociedade ética, com responsabilidade social e cidadania.

Nesse contexto, o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional tem a proposta de formação de profissionais com sólidos conhecimentos teóricos e práticos, voltados à absorção, à utilização e à integralização de tecnologias inovadoras da área de Comunicação.

4.3 Perfil Profissional do Egresso

O perfil do egresso refere-se a profissionais com capacidade empreendedora e de compreensão da evolução tecnológica e seus impactos, aplicando os conhecimentos adquiridos no mercado de trabalho e contribuindo para a sociedade por meio de competências profissionais e humanísticas em seus aspectos éticos, de responsabilidade social e de cidadania. A contribuição também se dá pela incorporação e gestão de novas tecnologias, inovando as práticas atuais, e promovendo uma continuidade na evolução do conhecimento perante aos demais.

As competências adquiridas no curso permitem ao egresso atender a demanda exigida pelo mercado de trabalho e sociedade. Esta demanda é subsidiada por uma organização curricular modular, que adota flexibilidade, interdisciplinaridade e uma adequada contextualização atualizada de cenários voltados à área de Comunicação.

O egresso estará apto para a articulação da teoria à prática, mobilizando-se de maneira eficiente e eficaz requerida pelo mercado de trabalho e pela própria sociedade, tendo, desta forma, sólidas competências relacionadas aos aspectos de gestão com ampla visão básica de gestão que associada a um perfil profissional humanista vai de encontro às necessidades do mercado e da sociedade, com conceitos de ética, responsabilidade social e cidadania.

As competências para os egressos do curso de tecnólogo em Comunicação Institucional da Faculdade Sumaré, derivam da definição de competência profissional descrita na CNE/CP nº 3 de 18 de dezembro de 2002, que aponta para a mobilização, articulação, e aplicação dos conhecimentos, habilidades, atitudes e valores, aspectos estes exigidos para os tecnólogos, os quais foram devidamente abordados no perfil do egresso além das competências profissionais e humanísticas apontadas nos objetivos gerais e específicos do curso.

O Tecnólogo de Comunicação Institucional é um profissional de nível superior capaz de articular teoria e prática, mobilizando-as de maneira eficiente e eficaz para atender funções de natureza tecnológica, requeridas no mundo do trabalho.

O egresso será capaz de utilizar de forma crítica o conteúdo teórico-prático no curso, sendo, competente para posicionar-se do ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação integrada, sobre as repercussões sociais consequentes do ato da comunicação e sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação.

Além disso, a partir das mudanças presentes no setor da comunicação no país, o egresso será um profissional capaz de produzir conteúdo de qualidade para as diversas mídias e canais, para os diversos públicos.

Será capaz de elaborar plano de comunicação, diagnosticar necessidades empresariais e atender com versatilidade políticas de comunicação, envolvendo atividades de pesquisa, planejamento, assessoria de imprensa, eventos, controle e execução dos processos de comunicação.

A partir deste perfil geral da área e como resposta à demanda específica desse mercado, o Tecnólogo em Comunicação Institucional apresentará as seguintes competências:

- Assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
- Usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
- Posicionar-se de modo ético-político;
- Compreender o grau de relevância do profissional de comunicação para o entendimento do fenômeno organizacional e, simultaneamente, seu alto grau de complexidade;
- Conhecer como as teorias da comunicação moldam os modelos e práticas da comunicação institucional;
- Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
- Experimentar e inovar no uso das linguagens e tecnologias da comunicação.
- Compreender o papel estratégico da gestão de comunicação para a competitividade das empresas;
- Entender a gestão de comunicação em um ambiente dinâmico e competitivo;
- Entender a importância do alinhamento do planejamento de comunicação com as estratégias empresariais;
- Entender as responsabilidades da liderança na formação, manutenção e desenvolvimento das equipes de trabalho.

- Ter visão geral fundamentada dos principais conceitos envolvidos na área de Comunicação.
- Elaborar e implementar planos de Comunicação, adotando soluções adequadas em função das demandas.
- Empregar as ferramentas de Comunicação, otimizando os recursos disponíveis e visando o resultado como foco.
- Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação
- Defender a ideia da Comunicação como um diferencial estratégico.
- Planejar e desenvolver tecnicamente a comunicação na área de atuação.
- Conhecer e utilizar instrumentais de informática e Sistemas de Informação, necessários para o gerenciamento das atividades da área.
- Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e específicos na área.
- Atuar em equipes multidisciplinares.

4.4 Histórico do Curso

O Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional foi autorizado pela Portaria MEC nº 2.817, de 07/10/2003. Teve seu reconhecimento de curso pela Portaria SETEC nº 62, de 28/02/2008, D.O.U. de 29/02/2008 com aditamento de endereço pela Portaria nº 2.319, de 19/12/2010, D.O.U. de 21/12/2010.

Ao longo do primeiro semestre de 2012, a estrutura curricular passou por reformulação, tornando-se mais alinhada às necessidades do mercado de trabalho e da demanda por profissionais qualificados.

Em cada semestre, foi introduzida uma disciplina oferecida na modalidade a distância, autorizada pela Portaria 3.104 de 31/10/2003, que permitiu a ampliação dos temas abordados, tornando o curso mais completo.

Assim, a nova matriz curricular, em vigor desde agosto de 2012, favorece a formação de um egresso muito mais bem relacionado com a tecnologia, capaz de ser um agente de transformação no meio social em que vive.

No segundo semestre de 2012, houve uma alteração da matriz curricular, na qual o curso foi completamente repensado para dar ao perfil do aluno egresso muito mais abrangência em sua formação.

A introdução de um componente curricular oferecido na modalidade a distância no semestre permitiu a ampliação dos temas abordados, tornando o curso mais completo; tem-se, por exemplo, a filosofia, tema fundamental para a formação do profissional.

Em 2014 houve um ajuste na carga horária das disciplinas de modo a manter uma melhor equivalência entre as disciplinas.

Em 2016 houve uma adequação para melhor traduzir o mercado de trabalho e as diretrizes institucionais.

Em 2017, ocorre a reformulação da grade, após discussão com os professores do NDE (Núcleo Docente Estruturante), observando as demandas profissionais dos alunos, assim como as ofertas de curso existentes em São Paulo. Observou-se que o aluno matriculado no ensino superior em Tecnologia de Comunicação Institucional necessitava de uma formação mais especifica e curta. Assim, neste ano, foi implantada uma grade de transição, onde os alunos passaram a cursar o curso em dois anos e meio.

4.5 Estrutura Curricular

O Currículo do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional foi elaborado atendendo aos parâmetros legais e diretrizes estabelecidas pelo Ministério da Educação e Conselho Nacional da Educação, considerando:

A organização curricular do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional foi elaborada buscando, além do cumprimento das disposições legais e das diretrizes pedagógicas oriundas da Faculdade Sumaré, estabelecer um currículo capaz de formar profissionais para atuarem na área mercadológica com embasamento teórico e prático que lhes permitam lidar com modelos de gestão inovadores e preparados para vencer desafios organizacionais e de mercado, com flexibilidade, adaptabilidade e visão estratégica que o ambiente empresarial exige.

A estrutura curricular do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Faculdade Sumaré apresenta a distribuição de seus conteúdos por módulos semestrais, conforme exposto a seguir:

Módulo A – Gestão de Comunicação

Refere-se às disciplinas que promovam a reflexão relacionada a comportamentos, estimule uma visão abrangente para a compreensão dos problemas da sociedade promovendo reflexões a respeito de melhorias e que possibilitem ao aluno de uma forma introdutória a compreensão de disciplinas básicas e preliminares para o desenvolvimento adequado de seu conhecimento.

Estão contempladas neste grupo as disciplinas de Tecnologia e Sociedade – EAD, Projeto Profissional Interdisciplinar I, Administração Contemporânea, Fundamentos de Comunicação e Marketing, Teorias de Comunicação e Audiência, desenvolvimento de Projetos de Comunicação em Diferentes Mídias.

O PPI faz o desfecho integrador e multidisciplinar das disciplinas preliminares que são base para o desenvolvimento das demais disciplinas.

O módulo A, estudado no primeiro semestre têm por objetivo proporcionar ao aluno conceitos introdutórios que permitam a formação básica de gestão, para tanto, inclui-se a disciplina de Administração Contemporânea que associada a Fundamentos de Comunicação e Marketing proporcionam uma visão global do curso no tocante à gestão e introduzem conceitos as disciplinas profissionalizantes. A disciplina de Tecnologia e Sociedade faz uma reflexão de cenário no tocante aos aspectos comportamentais e a influência destes frente aos desafios da tecnologia e as demandas do mercado de trabalho. A disciplina de Teorias de Comunicação e Audiência faz uma introdução aos principais conceitos de comunicação e mídia. O tema do PPI trabalha todos os conceitos do semestre na aplicação prática de pesquisa orientada, entendendo o papel do profissional de comunicação institucional.

Para a fase inicial do curso, desperta no aluno a necessidade de compreensão do universo que atua, organizando-se melhor, promovendo a necessidade de o aluno buscar constantemente o conhecimento.

As competências e habilidades desenvolvidas neste módulo são:

- Compreender os principais conceitos e formas de gestão de Marketing nas organizações e suas características fundamentais integrando atividades de negócios e, possibilitando a tomada de decisões relacionadas a produto, preço, comunicação e distribuição;
- Compreender o grau de relevância da Administração para o entendimento do fenômeno organizacional e, simultaneamente, seu alto grau de complexidade;
- Compreender mudanças no comportamento humano a partir de novas tecnologias;
- Conhecer e analisar a aplicabilidade das Teorias de Comunicação nos diferentes tipos de mídias.

Módulo B – Comunicação Integrada de Marketing

Este módulo evolui o conhecimento gradual do aluno em relação a Publicidade e Propaganda associando as seguintes disciplinas no módulo: Projeto Profissional Interdisciplinar II, Sustentabilidade e Responsabilidade Social – EAD, Publicidade e Propaganda Institucional, Comunicação Jurídica, Redação Institucional e Publicitária, e Gerência da Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

As disciplinas de Publicidade e Propaganda Institucional associadas a redação institucional e publicitária e comunicação jurídica possibilitam ao aluno compreender os

principais conceitos de comunicação em campanhas publicitárias observando a importância da redação e questões jurídicas.

A disciplina de sustentabilidade e responsabilidade social permite um equilíbrio em relação as disciplinas profissionalizantes, pois retoma conceitos relacionados ao comportamento pessoal e da sociedade visando um futuro sustentável.

As competências e habilidades desenvolvidas neste módulo são:

- Compreender os principais conceitos e influências da sustentabilidade das relações e de responsabilidade social na comunicação;
- Entender as principais legislações aplicáveis em Campanhas de Comunicação;
- Compreender os principais conceitos e aplicabilidade de Publicidade e Propaganda;
- Gerenciar a comunicação institucional em relação as técnicas e conceitos de mensagem;
- Compreender os papéis e as competências gerenciais necessárias para condução de pessoas e aplicação de recursos para se atingir objetivos organizacionais.

Módulo C – Criação e Criatividade

Este módulo reúne os conceitos introdutórios relacionados ao Design e Produção, estudando as disciplinas de Projeto Profissional Interdisciplinar III – Design e Produção, Filosofia – EAD, Processos Gráficos, Design Gráfico para Publicidade e Propaganda Institucional, Linguagens de Comunicação e Mídias e Gestão Financeira de Projetos Comunicacionais.

As disciplinas de Design Gráfico para Publicidade e Propaganda Institucional associadas as Linguagens de Comunicação e Mídias, Processos Gráficos possibilitam as questões de caráter visuais e estéticos, a análise de resultados de mídias sociais associados aos principais conceitos de comunicação.

A disciplina de Filosofia, assim como nos semestres anteriores, equilibra os aspectos profissionais com comportamentais fazendo uma reflexão sobre as diferentes formas de visão da sociedade e como a mesma sofre interferências de fatores internos e externos ao meio.

As competências e habilidades desenvolvidas neste módulo são:

- Entender e aplicar os principais conceitos estéticos e visuais na produção de material publicitário;
- Entender e gerenciar as linguagens dos canais de comunicação e seus respectivos formatos;

- Estudar, compreender e gerenciar as atividades de mídias sociais, como forma de linguagem estética de comunicação das organizações, produtos e marcas;
- Entender o impacto da ética nas atividades profissionais e na dinâmica das atividades diárias.

Módulo D – Comunicação com clientes internos e externos

No módulo D, o aluno aprimora seus conhecimentos nos aspectos de comunicação com clientes internos e externos, estudando as disciplinas: Comportamento nas Organizações – EAD, Projeto Profissional Interdisciplinar IV – Gestão Estratégica, Planejamento e Promoção Estratégica de Eventos, Inovação e Criatividade em Comunicação Institucional, Cultura, Linguagem, Regionalidade e Inclusão na Comunicação Institucional, e Assessoria Estratégica em Comunicação.

A integração desses conteúdos, bem como a cronologia ou sequência que estão definidos possibilita uma composição de conhecimentos necessários ao desenvolvimento de habilidades e atitudes requeridas para que um profissional de Comunicação seja absorvido pelo mercado de trabalho.

As competências e habilidades desenvolvidas neste módulo são:

- Conhecer as escolas estratégicas e compreender o processo de planejamento estratégico;
- Entender o uso de técnicas, como matriz de BCG, SWOT, de atratividade e de produto-mercado, no planejamento empresarial e marketing;
- Compreender o uso de técnicas de planejamento estratégico na formulação do plano de Comunicação;
- Entender como os recursos de marketing eletrônico podem ser integrados ao processo de marketing tradicional;
- Entender a importância dos recursos do marketing eletrônico nos negócios;
- Diferenciar os usos estratégicos e táticos dos recursos de marketing eletrônico;
- Compreender o processo de tomada de decisão;
- Entender a importância do uso de recursos financeiros (verba, budget) como subsídio e apoio aos Projetos de Comunicação;
- Elaborar orçamentos e acompanhar resultados dos processos de comunicação.

A proposta do curso baseada na evolução do conhecimento organizada por módulos prevê uma continuidade de raciocínio e um alinhamento conceitual desde o ingresso do discente ao curso até seu término, entretanto, é possível que a ordem dos módulos se altere.

4.6. Conteúdos Curriculares

O currículo é composto de unidades curriculares gerais e profissionalizantes. Nas unidades curriculares gerais são desenvolvidas as competências e habilidades administrativas necessárias para que o profissional possa ter uma visão abrangente e integradora dos variados elementos que compõem o contexto organizacional, bem como as competências e habilidades gerenciais fundamentais para o sucesso num cargo gerencial. Nas unidades curriculares profissionalizantes são desenvolvidas competências e habilidades próprias da área de atuação profissional.

Outra importante característica do projeto pedagógico está focada no forte estímulo para os aspectos práticos do curso e com a realidade de mercado. Nesse sentido, sem descuidar dos aspectos teóricos, o curso prioriza os aspectos práticos da formação profissional do aluno. Isto se dá tanto por meio da aula onde o professor incita, apoia e cobra do aluno pesquisas, visitas e formulações que devem advir da realidade exterior, como por intermédio de seminários, palestras e conferências que trazem para a experiência discente informações e realidades da área financeira, fundamentais no processo de formação profissional.

O aspecto prático do curso vê-se ainda mais reforçado pelo método utilizado nas aulas, constituindo-se de exercícios, discussão de casos, solução de problemas, levantamentos e leituras de revistas, jornais, etc., que objetiva evitar o abismo existente entre o abstracionismo da teoria e a concretude da prática.

Atendendo também à Lei n.º 9.795/1999, em artigo 11º e ao Decreto N.º 4.281/2002, em seus artigos 5º e 6º, o tema de educação ambiental permeia todos esses eixos de forma transdisciplinar, sendo constantemente debatida por professores e alunos nos diferentes componentes curriculares.

A proposta do curso baseada na evolução do conhecimento organizada por módulos prevê uma continuidade de raciocínio e um alinhamento conceitual desde o ingresso do discente ao curso até seu término, entretanto, é possível que a ordem das disciplinas se altere.

4.6.1 Certificações por módulos

A fim de possibilitar a flexibilidade curricular e a inserção do aluno no mercado de trabalho, o CST em Comunicação Institucional proporciona ao aluno certificações intermediárias ao término dos módulos.

Quadro - Certificação por módulos

Módulos				CERTIFICAÇÕES
A				
	B			Assistente de Publicidade e Propaganda
		C		Analista de Publicidade e Propaganda
			D	Analista de Produção Gráfica
A	B	C	D	Tecnólogo em Comunicação Institucional

A partir do Módulo B, o aluno pode solicitar no atendimento da Faculdade a realização de uma prova de certificação. Sendo aprovado, ele recebe o certificado correspondente.

4.6.2 Oferta de Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS

A oferta de Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS – no curso é feita de forma optativa aos alunos, que podem cursá-la a qualquer momento em uma das turmas em andamento. O componente curricular tem carga horária de 50 horas e é oferecida regularmente nos cursos de Licenciatura da Faculdade Sumaré.

4.6.2 Educação das Relações Étnico-Raciais e ensino da História e Cultura Afro-brasileira e indígena

A educação às relações étnico-raciais e ensino da História e Cultura estão associadas de modo multidisciplinar, transversal contribuindo para a formação humanística do profissional.

Algumas disciplinas em específico trabalham este conteúdo de forma teórica e prática como, por exemplo, as disciplinas de Recursos Humanos, Consultoria e Assessoria Secretarial Inclusiva, Administração Contemporânea e Cultura, Clima e Antropologia Organizacional. Estes conteúdos trabalham e refletem a respeito da postura ética, cujos valores estão associados a sustentabilidade dos negócios e da sociedade, respeito ao próximo. A disciplina de Filosofia e Comportamento nas organizações retomam esses conceitos no âmbito individual, sociedade e organizações de modo que o discente identifique o impacto deste conhecimento para seu bem-estar melhorando também a qualidade de vida do grupo (sociedade). A disciplina de sustentabilidade trabalha todo o conteúdo voltado a reflexão de situações que impactam o meio ambiente e a sociedade cuja causa advém do comportamento humano.

A promoção de eventos, palestras, saídas pedagógicas, orientações para com a sociedade como, por exemplo, o Imposto de Renda atua na prática os conteúdos estudados nos componentes curriculares.

Estes eventos também impulsionam uma aproximação entre os discentes, docentes e sociedade contribuindo para a evolução da cultura e conhecimento.

4.6.3 Política Nacional de Educação Ambiental

O curso oferece conteúdos curriculares adequados às exigências do Decreto nº 4.281/2002, que regulamenta a Lei nº 9.795/1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental. As disciplinas de Sustentabilidade, Legislação aplicada ao Marketing, Comunicação e Eventos discutem a importância dos atos relacionados a Educação Ambiental nos negócios e organizações. O discente quando faz uma análise da comunicação institucional relacionada ao marketing e sustentabilidade avalia os impactos das ações e decisões envolvidas e especificamente neste conteúdo identifica a valoração da informação em relação ao micro e macro ambiente institucional, analisando inclusive o grau de cumprimento aos preceitos da Política Nacional de Educação Ambiental.

4.6.4 Política Nacional de Educação em Direitos Humanos

O curso atende de forma multidisciplinar a Resolução Nº1 de 2012 que estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos, um dos eixos fundamentais do direito à educação, corroborado com um dos principais objetivos deste curso em relação a formação humanística. O uso de concepções e práticas educativas fundadas nos Direitos Humanos e em seus processos de promoção, proteção, defesa e aplicação na vida cotidiana e cidadã de sujeitos de direitos e de responsabilidades individuais e coletivas são trabalhados nas disciplinas: Administração Contemporânea; Protocolo, Cerimonial e Etiqueta em Eventos; Relações Internacionais; Filosofia; Sustentabilidade; Consultoria e Assessoria Secretarial Inclusiva além de temas envolvidos nos Projetos Profissionais Interdisciplinares.

Estas disciplinas em específico trabalham o perfil profissional de modo a ressaltar ações éticas, visando o bem-estar individual, coletivo, identificando e respeitando as diferenças. A prática destas ações e corroborando com o despertar para a importância da conscientização dos Direitos Humanos estão as palestras, atividades práticas orientadas (PPI) que evidenciam na prática a importância do conhecimento e exercício das práticas de cidadania visando não apenas o bem-estar pessoal como também a melhoria do coletivo.

4.6.5 Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista

A Faculdade Sumaré visando ao atendimento de seus objetivos institucionais e a Legislação 12.764 de 27 de dezembro de 2012, desenvolveu um Projeto liderado pela área de Pedagogia, no qual foram idealizados e realizados programas de capacitação de gestores multiplicadores, de forma a capacitar o grupo docente e alunado garantindo o direito a proteção das pessoas com transtorno do espectro autista.

A capacitação dos colaboradores multiplicadores envolve em uma primeira etapa a reflexão com o grupo de coordenadores e gestores a respeito de questões pedagógicas relacionadas a recomendação da ONU/2006, artigo 1º da CDPD assegurando um tratamento equitativo as pessoas com necessidades especiais. 36

A segunda etapa, seguindo as orientações pedagógicas relacionadas ao tema, é a identificação dos alunos ou colaboradores com necessidades especiais e o desenvolvimento de um plano de ação orientado e acompanhado por psicopedagogas do grupo de coordenação. As ações do planejamento referem-se à identificação das características individuais, de certo modo diagnosticando o transtorno do espectro autista e, objetivando a eliminação de barreiras que dificultem ou impeçam a aprendizagem e sua interação social (Artigo 2º da lei 12.764/2012).

Para o grupo de alunado são oferecidas palestras, seminários e oficinas, com a finalidade de fazer com que os alunos adquiram conhecimentos teóricos-metodológicos da área de Tecnologia Assistiva voltada à Comunicação Alternativa/Aumentativa para os portadores do Transtorno do Espectro Autista.

4.7 Metodologias e Práticas Educacionais

As metodologias utilizadas no curso promovem o desenvolvimento e a formação profissional dos alunos, articulando teoria e prática, além de investigação científica.

No curso, são comuns momentos de trabalho coletivo em que os alunos possam trocar experiência e conhecimentos entre si, permitindo que alunos mais experientes auxiliem outros. Dessa forma, os alunos aprendem de forma colaborativa e participativa a compartilhar problemas e suas soluções, desenvolvendo, assim, sua autonomia.

Outra metodologia comum no curso é a utilização de atividades práticas, a fim de aproximar o academicismo ao mercado de trabalho do curso. Entende-se que um modelo de educação e de formação profissional que atenda às necessidades do mercado de trabalho deve partir dos problemas e práticas emergentes da própria dinâmica da vida social e do mundo do trabalho. O exercício cognitivo de analisar e apontar soluções sistemáticas e racionais permite que o aluno estabeleça a relação entre a prática e a teoria, isso é, permite

que o aluno tenha um olhar para os fenômenos profissionais a partir de uma reflexão teórica, permeada por uma concepção dialética da ciência.

Os professores do curso, em geral, possuem forte formação profissional nas áreas administrativa, contábil ou financeira, além da formação acadêmica. Esses professores trazem para a sala de aula vários casos de sua vivência profissional, ilustrando o conteúdo da disciplina.

Anualmente, os alunos, orientados pelos professores, auxiliam a comunidade na elaboração da declaração de ajuste do imposto de renda. Esse programa conta com um treinamento preliminar dos alunos interessados e, posteriormente o atendimento à comunidade. O cidadão interessado é previamente orientado quanto à documentação necessária e comparece à unidade da Sumaré para fazer a declaração e enviar à Receita Federal, saindo da unidade com o protocolo da declaração enviada.

O Projeto Profissional Interdisciplinar é uma das formas adotadas pela Faculdade Sumaré de relacionar problemas práticos da vida profissional e a teoria vista no curso. A atividade de prática orientada, amparada na Resolução CNE/CES nº3/2007, DOU 03/03/2007, em seu artigo 2º, inciso II, permite que os alunos analisem problemas e proponham soluções de forma coletiva.

No curso há ainda um componente curricular em cada semestre realizado na modalidade a distância como autoriza a Portaria nº. 3.104 de 31/10/2003. Essa metodologia permite que o aluno desenvolva a autoaprendizagem, a construção do conhecimento e o desenvolvimento da autonomia intelectual.

Em todos os componentes curriculares, os alunos contam com o apoio de um ambiente virtual, o "*Moodlerooms",* onde podem acessar conteúdo das aulas ministradas presencialmente. Esse ambiente virtual também conta com ferramentas de comunicação, que permitem interação assíncrona (e-mail e fórum de discussões), possibilitando que as atividades e discussões de sala de aula mesclem-se aos momentos de virtualidade e vice-versa.

As aulas, com os conteúdos ministrados, juntamente com a frequência dos alunos e as notas, são registradas em diário eletrônico de classe, por meio do software Lyceum, no ambiente do professor, são registrados no diário eletrônico de classe.

4.7.1 Projeto Profissional Interdisciplinar

O Projeto Profissional Interdisciplinar (PPI), amparada na Resolução CNE/CES nº3/2007, DOU 03/03/2007, em seu artigo 2º, inciso II, é um componente curricular de prática orientada presente no curso e orienta o currículo numa perspectiva interdisciplinar, articulando o perfil de competências profissionais do curso e as intenções formativas do

semestre, potencializando o desenvolvimento de estratégias de conhecimento e de intervenção social como resposta aos desafios contemporâneos.

O PPI tem como objetivo a problematização de cenários definidos para cada semestre do curso, subsidiada por estratégias de pesquisa científica e de implementação de projetos em diferentes áreas de conhecimento, possibilitando aos estudantes a responsabilidade de organizar seu próprio processo de aprendizagem.

Por meio do PPI, o corpo discente é estimulado a investigar, formular propostas e elaborar documentos conclusivos, socializando o conhecimento construído com a comunidade local mediante apresentação dos resultados.

Nessa perspectiva, cabe aos estudantes estabelecerem um diálogo com a realidade, explicitando concepções e compreensões, formulando questões e perguntas que deverão contribuir para a solução de situações-problemas propostas pelo professor responsável, cujo papel é o facilitar esse processo, estimulando e orientando os estudantes que são centro do processo de ensino e aprendizagem.

Em cada semestre, o PPI é organizado em torno de um tema que articula os conhecimentos adquiridos nos componentes curriculares daquele semestre. Os projetos são realizados em grupos, a fim de proporcionar aprendizado de uma postura democrática, participativa, cooperativa, crítica e empática face aos integrantes do grupo.

Para cada PPI, a Coordenação de Curso atribui a responsabilidade de orientação e para um professor por turma; todos os outros professores do semestre fazem o acompanhamento do projeto, juntamente com o orientador.

O planejamento, o controle da realização, os critérios de avaliação e formas de registro acadêmico estão definidos Plano de Ensino de cada componente.

Os temas dos projetos em cada período são:

PPI I: Campos de atuação do profissional de Comunicação - o objetivo principal deste trabalho é estudar a atuação do profissional de Comunicação. O tema proposto abrange: histórico da função de comunicação, o campo de atuação do profissional, as competências requeridas juntamente à demanda do mercado de trabalho. Este projeto possibilita ao aluno um primeiro contato com o mercado de trabalho na ótica de Gestão.

PPI II: Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação – o objetivo do trabalho abrange o estudo e análise da aplicação prática da cultura, linguagem, regionalidade e inclusão na comunicação institucional, estratégia e respectivas legislações em Projetos de Comunicação.

PPI III: Design e Produção - o objetivo deste trabalho é desenvolver no aluno a análise, aplicação prática do design gráfico, das linguagens de comunicação e mídias, processos gráficos e tecnologias de comunicação digital e ferramentas de mídias sociais.

PPI IV: Gestão Estratégica – o objetivo deste trabalho é desenvolver a análise prática de assessoria estratégica em comunicação, desenvolvimento de projetos em diferentes mídias, gestão financeira de produtos inter-relacionando conceitos e resultados.

Os PPI têm, no Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional, a função de levar o aluno a produzir criticamente e difundir conhecimentos, bens e valores culturais, formando um profissional capaz de associar a teoria e a prática, aumentar sua autonomia e capacidade de trabalho em grupo e que tenha uma abrangência no mercado de trabalho.

Os PPI também asseguram a integração e a flexibilização do currículo, pois assegura a integração dos diversos componentes curriculares tratados como um todo, assegurando ao graduando o desenvolvimento de uma atitude interdisciplinar desde o primeiro ano de sua formação.

4.7.2 Educação a Distância

A Faculdade Sumaré, sustentada pela Portaria 3.104 de 31/10/2003, oferece 20% da carga horária curricular na modalidade a distância como diretriz institucional. Em cada semestre, um componente curricular é oferecido nessa modalidade, com o acompanhamento de um professor, para possibilitar ao aluno a autoaprendizagem, a construção do conhecimento e o desenvolvimento da autonomia intelectual.

No curso Superior de Tecnologia em Gestão Financeira, os componentes curriculares oferecidos nessa modalidade são:

Semestre	Componente Curricular
1º	Tecnologia e Sociedade
2º	Sustentabilidade e Responsabilidade Social
3º	Filosofia
4º	Comportamento nas Organizações

Tecnologia e Sociedade visa introduzir os alunos no discurso sociais da ciência e da tecnologia, destacando suas principais tradições teóricas; debater a importância da Tecnologia e Sociedade para a compreensão crítica do mundo contemporâneo; possibilitar que os alunos compreendam a ciência e a tecnologia como uma instituição social; oferecer

condições para que os alunos reflitam sobre a dinâmica, funcionamento e papel da tecnologia nas sociedades industriais e das sociedades na tecnologia.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social tem o objetivo de reconhecer e definir os problemas socioambientais existentes nos processos produtivos, no conflito pelo acesso e uso dos recursos ambientais e nas demais questões que implicam em relações com o ambiente, assim como desenvolver a capacidade gerencial e de solução de conflitos socioambientais nas organizações.

Filosofia pretende: contribuir para o aperfeiçoamento do pensamento filosófico, assim como entendê-lo como reflexão crítica acerca da realidade e da condição humana; refletir sobre a essência e as possibilidades de construção do ser humano e discuti-la em sociedade e sua relação com o meio ambiente; trazer à discussão a utopia como um elemento importante nas construções humanas e como uma crítica à realidade; fortalecer o debate acerca dos valores e da liberdade humana, bem como sobre a política e o papel do Estado.

Comportamento nas Organizações visa contribuir para que o aluno tenha uma ampla visão teórica e conceitual dos processos psicossociais implícitos nas relações de trabalho; e apresentar os principais modelos teóricos e as estratégias de intervenção e ou atuação básicas, ou os objetivos de formação potencial no âmbito do trabalho.

Os componentes oferecidos a distância colaboram, portanto, para formar um profissional autônomo, capaz de entender e a agir diante das constantes transformações sociais, e também para a abrangência da atuação de nossos alunos no mercado de trabalho, levando-os a produzir criticamente e difundir conhecimentos, bens e valores culturais.

4.8 Extensão e Pesquisa no Curso

No Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional os alunos são incentivados a participar regularmente de eventos oferecidos pela instituição ou montados pelos professores do curso para aprofundar ou dar outra dimensão a teorias vistas em sala de aula.

Os alunos também são informados da existência da Iniciação Científica e incentivados a fazer parte dela, uma vez que a vivência acadêmica e a formação para a pesquisa são fundamentais para um professor que investiga constantemente, renovando-se ao longo de sua prática pedagógica. As linhas de pesquisa que permeiam os cursos de gestão onde, onde está inserido o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional são:

Linha de pesquisa GO1: GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

Esta linha de pesquisa investiga e busca aprimorar conceitos e técnicas relacionadas à Gestão Estratégica, contribuindo como subsídio a tomada de decisões sustentáveis nos negócios. Acompanha, desenvolve e consolida modelos de estudos de estratégias organizacionais nas abordagens relacionadas à gestão de pessoas, controladoria, administração dos negócios, gestão de marketing, logística, gestão de processos, tecnologia da informação.

Principais Eixos:

I- Gestão Organizacional;

II- Sistemas Estratégicos Organizacionais;

III- Modelos Estratégicos Organizacionais;

IV- Sistema de Controles Internos;

V- Sistemas de Informações e Tecnologia nos Negócios;

VI- Ética e Sustentabilidade nos Negócios;

VII- Empreendedorismo e desenvolvimento (Micro e Pequenas Empresas – MPEs).

VIII- Aspectos quantitativos relacionados a estudos estatísticos na mensuração e interpretação de resultados proporcionados pelas estratégias nas Organizações.

Linha de Pesquisa GO2: INOVAÇÃO

Esta linha de pesquisa envolve experiências de ensino e pesquisa no universo científico da inovação com foco na gestão organizacional. Estuda a Gestão da Inovação em seu aspecto Tecnológico e de Processos, desenvolve conceitos e modelos gerenciais para empresas públicas e/ou, privadas. Contribui de forma plural e multidisciplinar na formação básica com reflexões a respeito do impacto da inovação no comportamento da sociedade visando a qualidade e sustentabilidade da mesma, questões ético-profissionais a respeito da forma e cuidados do desenvolvimento das pesquisas relacionadas à inovação.

Principais eixos:

I - Inovação na Gestão Organizacional;

II - Difusão da Inovação;

III - Inovação Colaborativa e Sustentável;

IV - Aspectos quantitativos relacionados a estudos estatísticos na mensuração e interpretação de resultados proporcionados pela Inovação nas Organizações.

Linha de Pesquisa GO3: SUSTENTABILIDADE

Esta linha de pesquisa investiga a Sustentabilidade sob duas formas: impactos relacionados ao meio ambiente e, continuidade e/ou aprimoramento dos negócios. Abrange o estudo de sistemas sustentáveis, difusão e importância da sustentabilidade para a sociedade e organizações, gestão sustentável. Contribui de forma plural e multidisciplinar na

formação básica com reflexões a respeito do impacto da sustentabilidade no comportamento da sociedade visando à qualidade e continuidade, questões ético-profissionais a respeito da forma e cuidados individuais e do grupo para com questões sustentáveis;

Principais eixos:

I - Sustentabilidade com foco na gestão organizacional;

II - Sustentabilidade como vantagem competitiva no desempenho organizacional;

III - Manutenção e continuidade dos negócios e sociedade;

IV - Aspectos quantitativos relacionados a estudos estatísticos na mensuração e interpretação de resultados proporcionados pela Sustentabilidade a Sociedade e/ou Organizações. No que tange ao quesito extensão, promovemos palestras e saídas culturais com o intuito de integrar o discente ao conteúdo ministrado em sala. Para o ano de 2014 os temas das palestras são: Incentivo Pessoal, Coaching, Liderança, Motivação tendo como público alvo alunos do curso mas aberta a quem tiver interesse.

4.9 Matriz Curricular

Módulo A - Gestão de Comunicação	
Componente curricular	CH
Tecnologia e Sociedade - EAD	80
Projeto Profissional Interdisciplinar -Papel do profissional em Comunicação Institutcional	120
Administração Contemporânea	50
Fundamentos de Comunicação e Marketing	50
Teorias de Comunicação e Audiência	50
Desenvolvimento de Projetos de Comunicação em Diferentes Mídias	50
Subtotal	**400**
Módulo B - Comunicação Integrada de Marketing	
Componente curricular	Total
Projeto Profissional Interdisciplinar - Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação	120
Sustentabilidade e Responsabilidade Social - EAD	80
Publicidade e Propaganda Institucional	50
Comunicação Jurídica	50
Redação Institucional e Publicitária	50
Gerência da Comunicação Organizacional e Relações Públicas	50
Subtotal	**400**
Módulo C - Criação e Criatividade	
Componente curricular	Total

Projeto Profissional Interdisciplinar - Design e Produção	120
Filosofia - EAD	80
Processos Gráficos	50
Design Gráfico para Publicidade e Propaganda Institucional	50
Linguagens de Comunicação e Mídias	50
Gestão Financeira de Projetos Comunicacionais	50
Subtotal	**400**
Módulo D - Comunicação Com clientes internos e externos	
Componente curricular	Total
Comportamento nas Organizações - EAD	80
Projeto Profissional Interdisciplinar - Gestão Estratégica	120
Planejamento e Promoção Estratégica de Eventos	50
Inovação e Criatividade em Comunicação Institucional	50
Cultura, Linguagem, Regionalidade e Insclusão na Comunicação Institucional	50
Assessoria Estratégica em Comunicação	50
Subtotal	**400**
CARGA HORÁRIA PARCIAL	**1600**
EAD	**320**

* Conforme regulamento de Atividades Acadêmicas Complementares, no capítulo II, artigo 5º, a carga horária pode ser cumprida desde o primeiro semestre do curso.
** O estágio supervisionado pode ser feito a partir da metade do curso (4º semestre).

4.11 Ementas e Bibliografias por Unidades Curriculares

Módulo A

Administração Contemporânea	
Módulo A	**Carga Horária: 50 h**
Ementa	Compreensão da relevância da Administração para o entendimento do fenômeno organizacional e, simultaneamente, seu alto grau de complexidade. As funções administrativas básicas: Planejamento, Organização, Direção e Controle. Os papéis e habilidades do administrador. As grandes áreas funcionais da empresa. Entendimento do ambiente organizacional e as forças que nele atuam. Análise das funções básicas da administração. Refletir sobre os modelos de gestão e os reflexos nas práticas de adotadas pelas organizações. Reflexão da tomada de decisão com ética, cidadania, abrangendo o estudo das questões étnico raciais e Direitos Humanos.
Conteúdo	Conceito de Administração Ciclo Planejar, Organizar, Dirigir e Controlar Áreas funcionais da empresa Funções básicas da administração Modelos de Gestão
Bibliografia Básica:	MAXIMIANO, A. C. Amaru. Teoria Geral da Administração. Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 2012. BATEMAN, T. e SNELL, S. A. Administração: novo cenário competitivo. São Paulo: Atlas, 2011. CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos: os novos horizontes em administração. São Paulo: Makron Books, 2010. 710p. FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Os Desafios da aprendizagem e Inovação Organizacional. Rev. adm. eletrônica, São Paulo, v. 35, n.5, Set-Out., 1995. Disponível em RAE - revista de administração de empresas, vol. 35, n. 5, set-out 1995.
Bibliografia Complementar	CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2000. FERREIRA, Ademir Antônio. Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias. São Paulo. Pioneira, 2011. MAXIMIANO, A. C. Amaru. Introdução a Administração. Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 2006. OLIVEIRA, Ana Joaquina. Passeio pelo mundo do trabalho. Rev. Ter. Ocup. Univ. São Paulo, São Paulo, v. 14, n. 1, abr. 2003 . Disponível em http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-91042003000100005&lng=pt&nrm=iso ANDRADE, Sílvia Patricia Cavalheiro de; TOLFO, Suzana da Rosa;

	DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento. Sentidos do trabalho e racionalidades instrumental e substantiva: interfaces entre a administração e a psicologia.Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 16, n. 2, Apr. 2012. Available from http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552012000200003&lng=en&nrm=iso .

Fundamentos de Comunicação e Marketing	
Módulo A	**Carga Horária: 50 h**
Ementa	Estudos conceituais através de reflexões sobre os Fundamentos de Marketing. Aplicações práticas fundamentadas nos conceitos de marketing na dinâmica organizacional voltada ao ambiente de negócios. Aprofundamento dos elementos envolvidos no processo de administração de marketing inter-relacionando os departamentos institucionais. Explicitação das etapas do Planejamento de Marketing com suas respectivas fases. Ética em Marketing.
Conteúdo	Definição de Marketing; Conceitos Aplicados em Marketing; Ambiente de Negócio; Administração de Marketing; Planejamento de Marketing; Ética em Marketing; Abordagem Clássica do Mix de Marketing (4Ps); Introdução à Análise SWOT; Análise da Concorrência; Ação Promocional de Venda; Abordagens específicas de Marketing (Marketing Ambiental).
Bibliografia Básica:	DIAS, Sergio Ribeiro. Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2010. 539p. KOTLER, PHILIP. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos exercícios e casos. São Paulo: Saraiva 2009. NARVER, John C.; SLATER, Stanley F.. Efeito da orientação para o mercado sobre a lucratividade da empresa. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 46, n. 2, jun. 2006 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902006000200014&lng=pt&nrm=iso
Bibliografia Complementar:	REINALDO, Dias. Marketing Ambiental. São Paulo: Editora Atlas, 2013. SÁ, Patricia R. Galante; HAIM, Maria; CASTRO, Ricardo de. [et al]. Comunicação integrada de marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2011. 171p. MADRUGA, Roberto Pessoa; THIN CHI, Ben; SIMÕES, Marcos L. da Costa. [et al]. Administração de marketing no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: FGV, 2011. 146p. CRUZ, Breno de Paula Andrade; ZOUAIN, Deborah Moraes. Atuação de consórcios de exportação brasileiros no segmento de moda praia. RAM, Rev. Adm. Mackenzie,São Paulo, v. 9, n. 2, abr. 2008 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000200002&lng=pt&nrm=iso QUEIROZ, Tatiana Silva de; SOUZA, Tereza de; GOUVINHAS, Reidson Pereira.

	Estratégias de marketing como um diferencial na escolha do supermercado de bairro.RAM, Rev. Adm. Mackenzie,São Paulo, v. 9, n. 3, jun. 2008 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000300004&lng=pt&nrm=iso

Teorias de Comunicação e Audiência	
Módulo A	**Carga Horária: 50 h**
Ementa	Compreensão da relevância da Comunicação, definindo os seus objetivos, avaliando resultados, institucionalizando conceitos referentes as políticas de comunicação, interagindo com o público interno e externo. O conhecimento adquirido contribui em competências e habilidades relacionadas ao desenvolvimento de projetos de comunicação em diferentes mídias, além da atuação em equipes multidisciplinares, promovendo eventos e utilizando estratégias de gestão e marketing.
Conteúdo	Processos de comunicação: conceitos fundamentais e aplicações práticas. As diversas correntes teóricas. Transformações históricas e sociais, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase no período contemporâneo. Endomarketing. Marketing de relacionamento. Ações promocionais de vendas. Merchandising no ponto de venda. Marketing direto. Propaganda. Mídias sociais. Pós-venda. Relações públicas.
Bibliografia Básica:	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa. São Paulo: Manole, 2003. KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006. BELCH, Michael A.; BELCH, George E. Propaganda e Promoção - Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2008. 936p. DELOUYA, Daniel. Acerca da comunicação: entre Freud (1895) e Klein (1946). Ágora (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 5,n. 1, jun. 2002 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982002000100006&lng=pt&nrm=iso
Bibliografia Complementar:	SCOTT, David Meerman. Marketing e comunicação em tempo real. São Paulo: Évora, 2011. CHINEM, Rivaldo. Introdução à comunicação empresarial. São Paulo: Saraiva, 2010. OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. Nova York: Prentice Hall Ptr, 2002. THOMAZ, José Carlos; BRITO, Eliane Pereira Zamith. Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 14, n. 2, abr. 2010 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552010000200004&lng=pt&nrm=iso PIMENTA, Márcio Lopes; SILVA, Andrea Lago da; YOKOYAMA, Marcos Hideyuki. Integração entre logística e marketing: fatores críticos na perspectiva de interação e colaboração. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre,v. 17, n. 3, dez.

	2011 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112011000300006&lng=pt&nrm=iso

Tecnologia e Sociedade-EAD	
Módulo A	**Carga Horária: 80h**
Ementa	Estudo a respeito dos avanços tecnológicos em curso e suas implicações na sociedade, como também as implicações da sociedade e seus valores sobre os avanços tecnológicos. Analisa-se, a partir deste princípio, o desenvolvimento tecnológico desde a descoberta do fogo, passando pelas Revoluções Industriais até os dias de hoje, a sociedade ligada em rede. Procurando discutir as relações entre tecnologia e sociedade, relacionando-os aos problemas sociais e éticos da tecnologia.
Bibliografia Básica:	CRUZ, Franklin Nelson da. Ciências da natureza e realidade: interdisciplinar. Natal, EDUFRN Editora da UFRN, 2005. KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Ciência, Tecnologia e Sociedade no Brasil, São Paulo: Editora Alínea, 2012. CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. MACHADO, Carlos José Saldanha Tecnologia, Meio Ambiente e Sociedade: Uma introdução aos modelos teóricos. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2003. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=sCl9hALrp4kC&pg=PA15&dq=Tecnologia+em+Sociedade&hl=ptBR&sa=X&ei=YOAwUd7PLcje0gGlqoDwCA&sqi=2&ved=0CEAQ6AEwAg. Acesso em 20/02/16
Bibliografia Complementar:	ALMEIDA, Marco Antonio de. A produção social do conhecimento na Sociedade da Informação. Informação & Sociedade: Estudos, João Pessoa, v.19, n.1, p. 11-18. PORTELA, TarlisTortelli. Interferência da Tecnologia nas Relações Sociais. IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade, UTFPR Curitiba, 2011. ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Aspectos e Contribuições do Uso de Tecnologia da Informação. São Paulo: Editora Atlas, 2006. COSTA, Francisco de Assis. Ciencia, Tecnologia E Sociedade Na Amazônia: Questões Para O Desenvolvimento Sustentável, Belém: Cejup, 1998 In: http://books.google.com.br/books?id=6Md70_lTi8EC&printsec=frontcover&dq=ciencia,+tecnologia+e+sociedade&hl=pt-BR&sa=X&ei=3MojUcDhBZC68wSEvoGYBg&ved=0CDUQ6AEwAA DAVILA, Tony, EPSTEIN Mark J., SHELTON Robert. As Regras da Inovação, Porto Alegre, 2006 In: http://books.google.com.br/books?id=bRTQy4L8YcgC&pg=PA55&dq=inova%C3%A7%C3%A3o+tecnologica&hl=pt-BR&sa=X&ei=i8wjUYbEIYjK9QSNuYDQDA&ved=0CE8Q6AEwBQ#v=onepage&q=inova%C3%A7%C3%A3o%20tecnologica&f=false CAMPOS, Edna;TEIXEIRA, Francisco Lima C. Adotando a tecnologia de informação:

	análise da implementação de sistemas de “groupware” RAE-eletrônica, v. 3, n. 1, Art. 2, jan./jun. 2004. *Disponível em: http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006*

Projeto Profissional Interdisciplinar I – campos de atuação	
Módulo A	**Carga Horária: 120h**
Ementa	Compreensão da concepção de conhecimento como produção humana e coletiva. Entendimento acerca da elaboração e de um projeto de pesquisa. Relação entre a teoria e a prática para resolução de problemas, de maneira interdisciplinar. Conhecimento dos campos de atuação do profissional de Comunicação.
Bibliografia Básica:	GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2004. ANDRADE, M. M. Introdução à metodologia do trabalho científico.São Paulo: Atlas, 2010. SEVERINO, A. J. Metodologia do Trabalho Científico. 23 ed. revista e atualizada, São Paulo: Cortez, 2007.
Bibliografia Complementar:	MACHADO, A. R.; LOUSADA, E.; ABREU-TARDELLI, L. S. Resenha. São Paulo: Parábola, 2011. MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010. MAXIMIANO, A. C. A. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2010. COSTA, Francisco de Assis. Ciencia, Tecnologia E Sociedade Na Amazônia: Questões Para O Desenvolvimento Sustentável, Belém: Cejup, 1998 In: http://books.google.com.br/books?id=6Md70_lTi8EC&printsec=frontcover&dq=ciencia,+tecnologia+e+sociedade&hl=pt-BR&sa=X&ei=3MojUcDhBZC68wSEvoGYBg&ved=0CDUQ6AEwAA DAVILA, Tony, EPSTEIN Mark J., SHELTON Robert. As Regras da Inovação, Porto Alegre, 2006 In: http://books.google.com.br/books?id=bRTQy4L8YcgC&pg=PA55&dq=inova%C3%A7%C3%A3o+tecnologica&hl=pt-BR&sa=X&ei=i8wjUYbEIYjK9QSNuYDQDA&ved=0CE8Q6AEwBQ#v=onepage&q=inova%C3%A7%C3%A3o%20tecnologica&f=false CAMPOS, Edna;TEIXEIRA, Francisco Lima C. Adotando a tecnologia de informação: análise da implementação de sistemas de “groupware” RAE-eletrônica, v. 3, n. 1, Art. 2, jan./jun. 2004. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006 KERZNER, Harold R. Gestão de Projetos: As Melhores Práticas, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2017. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

Módulo B

Publicidade e Propaganda Institucional	
Módulo B	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Introdução aos conceitos de Publicidade e Propaganda intrinsecamente ligados aos aspectos sociais pessoais (comportamentais) e organizacionais inter-relacionando a origem e o desenvolvimento dos temas. Reflexão, análise e exemplos de aplicações práticas dos conceitos junto às agências de propaganda e de comunicação, departamentos de marketing, prestadores de serviços das áreas de pesquisa, criação, produção, promoção e eventos. Conhecimento e uso de redes sociais.
Bibliografia Básica	GIACOMINI FILHO, Gino. Consumidor versus propaganda. São Paulo: Summus, 1991. 168p BELCH, George E.; BELCH, Michael A..Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. 7 ed. São Paulo: Mcgraw-Hill, 2008 818p. TAHARA, Mizuho. Mídia. São Paulo: Global, 1998. 118p SILVA, Marco Antônio; URDAN, André Torres. O conhecimento do consumidor sobre

	preços: um exame de produtos de oito categorias de bens duráveis. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo, v. 9, n. 2, abr. 2008 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000200005&lng=pt&nrm=iso.
Bibliografia Complementar	REINALDO, Dias. Marketing Ambiental. São Paulo: Editora Atlas, 2013. PINHO, J.B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papirus, 1991. 194p. RIBEIRO, Júlio. et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1989. 430p. GALATO, Dayani; PEREIRA, Greicy Borges; VALGAS, Cleidson. Análise de informes publicitários distribuídos em farmácias e drogarias. Rev. Saúde Pública, São Paulo, v. 45, n. 1, fev. 2011 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102011000100024&lng=pt&nrm=iso. MASSOTE, Cynthia Gambogi; REZENDE, Sérgio Fernando Loureiro; VERSIANI, Ângela França. A dinâmica de relacionamentos nacionais e internacionais em processos de internacionalização: um estudo de caso de uma agência norte-americana de publicidade no mercado Brasileiro. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 14, n. 1, fev. 2010 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552010000100005&lng=pt&nrm=iso.

Comunicação Jurídica	
Módulo B	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Introdução às legislações que regulamentam as atividades comerciais locais e internacionais. Estudo das formas de contratos de compra e venda de bens e serviços, e outros documentos legais. Explicitação do processo de registro de marcas e patentes (INPI).
Conteúdo	Noções de Direito com a classificação tradicional (Público e Privado); Teorias sobre o comportamento do consumidor; Variáveis do comportamento do consumidor; Pesquisas de perfil de compra; Ciclo de vida do produto; Código de Defesa do Consumidor.
Bibliografia Básica	BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F.. Comportamento do Consumidor. Tradução Eduardo Teixeira Ayrosa. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 606p. Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Rideel, 2010. 140p. FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2007. ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W .. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR. 8. ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2000 COSTA, Filipe Campelo Xavier da; LARAN, Juliano A.. A compra por impulso em ambientes on-line. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 43, n. 4, dez. 2003 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902003000400004&lng=pt&nrm=iso
Bibliografia Complementar	BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado. Saraiva, 2011. GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor. Pioneira, 2011 MAMEDE, Gladston. Direito Empresarial Brasileiro. São Paulo: Atlas, 2011. 416p. LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti et al . Assistência pública à saúde no Brasil: estudo de seis ancoragens. Saúde soc.,São Paulo, v. 11, n. 2, dez. 2002 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902002000200004&lng=pt&nrm=iso RANGEL-S., Maria Ligia. Epidemia e mídia: sentidos construídos em narrativas jornalísticas. Saúde soc., São Paulo, v. 12, n. 2, dez. 2003 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902003000200002&lng=pt&nrm=iso

Redação Institucional e Publicitária	
Módulo B	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Introdução aos conceitos de redação institucional e publicitária. Reflexão, análise e exemplos de aplicações práticas dos conceitos junto às agências de propaganda e de comunicação, departamentos de marketing, prestadores de serviços das áreas de pesquisa, criação, produção, promoção e eventos.
Bibliografia Básica	GIACOMINI FILHO, Gino. Consumidor versus propaganda. São Paulo: Summus, 1991. 168p BELCH, George E.; BELCH, Michael A.. Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. 7 ed. São Paulo: Mcgraw-Hill, 2008 818p. TAHARA, Mizuho. Mídia. São Paulo: Global, 1998. 118p SILVA, Marco Antônio; URDAN, André Torres. O conhecimento do consumidor sobre preços: um exame de produtos de oito categorias de bens duráveis. RAM, Rev. Adm. Mackenzie,São Paulo, v. 9, n. 2, abr. 2008 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000200005&lng=pt&nrm=iso.
Bibliografia Complementar	REINALDO, Dias. Marketing Ambiental. São Paulo: Editora Atlas, 2013. PINHO, J.B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papirus, 1991. 194p. RIBEIRO, Júlio. et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1989. 430p. GALATO, Dayani; PEREIRA, Greicy Borges; VALGAS, Cleidson. Análise de informes publicitários distribuídos em farmácias e drogarias. Rev. Saúde Pública,São Paulo, v. 45, n. 1, fev. 2011 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102011000100024&lng=pt&nrm=iso.acessos em 07 mar. 2016. MASSOTE, Cynthia Gambogi; REZENDE, Sérgio Fernando Loureiro; VERSIANI, Ângela França. A dinâmica de relacionamentos nacionais e internacionais em processos de internacionalização: um estudo de caso de uma agência norte-americana de publicidade no mercado Brasileiro. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 14, n. 1, fev. 2010 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552010000100005&lng=pt&nrm=iso.acessos em 07 mar. 2016.

Gerência da Comunicação Organizacional e Relações Públicas	
Módulo B	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Compreensão da importância do retorno sobre os investimentos das alções de Comunicação Institucional. Descrição das fases de um processo de avaliação e compreensão da definição de critérios avaliativos. Conhecimento dos diferentes métodos de coleta e dados para um processo avaliativo. Interpretação e análise de dados. Construção de métodos e divulgação e documentação de resultados.
Bibliografia Básica	PHILIPS, J.; MYHILL, M.; McDONOUGH, J. B. O valor estratégico dos eventos: como e por que medir ROI. São Paulo: Aleph, 2011. YANASE, M.; FREIRE, O; SENISE, D. Retorno de investimentos em Comunicação: Avaliação e Mensuração. São Paulo: Difusão, 2010. DRUCKER, P. Administrando para obter resultados. São Paulo: Thomson-Pioneira, 2003.
Bibliografia Complementar	OLIVEIRA, Djalma de Pinho R. de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas. São Paulo: Atlas, 2012. ZITTA, C. Organização de eventos: da ideia a realidade. Brasília: Senac-DF, 2009. CARAVANTES, G. R.; PANNO, C. C.; KLOECKNER, M. C. Gestão estratégica de resultados. Porto Alegre: AGE, 2004. CARRETEIRO, R. Orientação para resultados. Rio de Janeiro: SENAC, 2004. BOFF, Leonardo. O Despertar da Águia: o diabólico e o simbólico na construção da realidade. 15. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2001. CORTINA, Adela; MARTINEZ, Emilio. Ética. São Paulo: Loyola, 2005. MORRIS, Tom. A nova alma do negócio: como a filosofia pode melhorar a produtividade da sua empresa. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social - EAD	
Módulo B	**Carga Horária: 80h**
Ementa	Estudo da Sustentabilidade e da Responsabilidade Social adotando como princípios o meio ambiente e os negócios, fazendo reflexões sob a ótica organizacional e individual. Conceitualização e conscientização de questões socioambientais, envolvendo empresa e sociedade. Aprofundamento das questões ambientais nas organizações, buscando inovações nos modelos de gestão ambiental que venham a contribuir para as organizações e sociedade. Desenvolvimento da capacidade gerencial e de solução de conflitos socioambientais nas organizações. Interação das questões socioambientais frente às políticas públicas, organizações, relações com o governo e responsabilidade social no âmbito individual e sociedade.
Bibliografia Básica:	BARBIERI, José Carlos; **Gestão Ambiental Empresarial – Conceitos, Modelos e Instrumentos.** São Paulo, Saraiva, 2ª. Ed. 2007. PHILIPPI JR, Arlindo; ROMERO, Marcelo de Andrade; BRUNA, Gilda Collet. **Curso de Gestão Ambiental**. Barueri, Manole, 2004. TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa.** São Paulo, Atlas, 2010. OLIVEIRA, José. E. P. Empresas na Sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=ZNl-FoIT6xUC&printsec=frontcover&dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&hl=pt-BR&sa=X&ei=Au0wUbbkCIjG9gTo8oDYDA&ved=0CDoQ6AEwAA#v=onepage&q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&f=false
Bibliografia Complementar:	BELLEN, Hans Michael van. **Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa.** Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2006. SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **ISO 14001 Sistemas de Gestão Ambiental: implantação objetiva e econômica**. São Paulo, 3ª edição, Atlas, 2008 MATTAROZZI, Victorio e TRUNKL, Cássio. **Sustentabilidade No Setor Financeiro.** São Paulo: SENAC, 2008. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=rEQSfp3pJJMC&pg=PA31&dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&hl=pt-BR&sa=X&ei=Au0wUbbkCIjG9gTo8oDYDA&ved=0CD8Q6AEwAQ#v=onepage&q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&f=false GARCIA, Bruno Gaspar. Responsabilidade social: A Contribuição das Universidades, Volume 4. São Paulo: Peirópolis, 2005. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=59XJL8OlKRYC&pg=PA152&dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&hl=pt-BR&sa=X&ei=Au0wUbbkCIjG9gTo8oDYDA&ved=0CGQQ6AEwCA#v=onepage&q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&f=false. Acesso em 27/02/2013. LIMA, Paulo Rogério dos Santos. Responsabilidade social a experiência do Selo Empresa Cidadã na cidade de São Paulo. São Paulo: PUC, 1999. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=eky_OAV55dgC&pg=PA67&dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&hl=pt-BR&sa=X&ei=Au0wUbbkCIjG9gTo8oDYDA&ved=0CFAQ6AEwBA#v=onepage&q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&f=false

Projeto Profissional Interdisciplinar – Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação.	
Módulo B	Carga Horária:120 h
Ementa	Estudo interdisciplinar relacionado a Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação, contemplando aspectos tanto teóricos como práticos. Introdução a pesquisas teóricas que visam complementar o aprendizado curricular e aplicação prática do aprendizado através da construção de projetos articulando diferentes conteúdos em torno de problemas ou hipóteses auxiliando na evolução do próprio conhecimento impactando na transformação da sociedade como um todo.

	Aprofundamento da habilidade de gerenciamento de conflitos requisitada no trabalho em grupo. Introdução a escrita de trabalhos científicos através das regras ABNT. Desenvolvimento da autonomia da aprendizagem e consolidação dos conhecimentos adquiridos nas diferentes fases do projeto, bem como na sua finalização. Estudo e investigação de formas de fidelização de clientes, conquistas e desejos esperados, satisfação de necessidades. Pesquisa de problemas relacionados ao código de defesa do consumidor interferem nos aspectos de relacionamento de marketing
Bibliografia Básica:	DIZARD, Wilson. A Nova Mídia: A comunicação na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988. COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Cia. Editora Nacional; Edusp, 1971. DE FLEUR, Melvin. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
Bibliografia Complementar:	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1991, 159p. MAXIMIANO, Antonio C. A. Administração de Projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2009 SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2007. 303p. KERZNER, Harold R. Gestão de Projetos: As Melhores Práticas, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2017. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré, acesso em 21/12/2016. FLICK, Uwe. Introdução à Pesquisa Qualitativa, 3rd Edition. ArtMed, 2008-01-01. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

Módulo C

Processos Gráficos	
Módulo C	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Aspectos importantes da comunicação visual com uso de recursos fotográficos. Fotografia e sistemas de representação fotográfica. Técnicas de fotografias e análise de produtos fotográficos. Produção de fotografia para fins de comunicação institucional.
Bibliografia Básica:	COLLARO, Antonio Celso. Projeto gráfico - teoria e prática de diagramação. São Paulo: Summus, 1985. GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003. NETO, Mário Carramillo. Contato imediato com produção gráfica. São Paulo: Global, 1987 RIBEIRO, Milton. Planejamento visual gráfico. 7 ed. rev. ampl. Brasília: Linha Gráfica, 1998.
Bibliografia Complementar:	SILVA, Rafael Souza. Diagramação - o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985. BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico (versão 3.0). São Paulo: Cosac Naify, 2005. CHIJIIWA, Hideaki. Color harmony - a guide to creative color combinations. Gloucester, Massachusetts: Rockport Publishers, 1987. DONDIS, A. Donis. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

	FALLEIROS, Dario Pimentel. O mundo gráfico da informática - editoração eletrônica, design gráfico & artes digitais. São Paulo: Futura, 2003. LESSA, Washington Dias. Dois estudos de comunicação visual. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

Design Gráfico para Publicidade e Propaganda Institucional	
Módulo C	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Utilização de representações simbólicas. Critérios na escolha adequada de cores, formas, texturas para fins de comunicação institucional.
Bibliografia Básica:	AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul; FURMANKIEWICZ, Edson. Dicionário visual de design gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2009 ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. O abc da adg : glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: ADG DESIGN GRÁFICO. São Paulo: Market Press,1996 KOPP, Rudinei. Design gráfico cambiante. 2. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004
Bibliografia Complementar:	NEWARK, Quentin. O que é design gráfico?. Porto Alegre: Artmed, 2009 ROBIN, Williams. Design para quem não é designer, São Paulo, Callis, 2005. VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. São Paulo, 2AB Editora, 2008 HOLLIS, Richard. Design Gráfico – Uma História Concisa, São Paulo: Martins Fontes, 2001 ZAPATERRA, Yolanda. Diseño editorial. Barcelona : 2007 WHITE, Jan V. Edição e Design, São Paulo, JSN, 2006 LIMA, Alexandre Moreira, SIQUEIRA, André, PRANGE, Eduardo, CHAGAS, Emilia, RODRIGUES, Fabríci. Guia Prático das Novas Ferramentas Comerciais: Da Construção da Marca ao Atendimento ao Consumidor. Bookman, 01/01/2016. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

Linguagens de Comunicação e Mídias	
Módulo C	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Aspectos básicos da linguagem audiovisual; princípios de produção audiovisual; hierarquização entre imagem e som.
Bibliografia Básica:	GAGE, Leighton David e Mayer, Claudio. O Filme Publicitário. São Paulo: Atlas, 1991. WISNIK, José Miguel. O som e o sentido: uma outra história das músicas. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. Básica ARMES, Roy. On Video: O Significado do Vídeo nos Meios de Comunicação. Editora Summus: 1999. LIMA, Alexandre Moreira, SIQUEIRA, André, PRANGE, Eduardo, CHAGAS, Emilia, RODRIGUES, Fabríci. Guia Prático das Novas Ferramentas Comerciais: Da Construção da Marca ao Atendimento ao Consumidor. Bookman, 01/01/2016. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.
Bibliografia Complementar:	XAVIER, Ismail. O Discurso Cinematográfico: a Opacidade e a Transparência. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1984. VANOYE, Francis. Ensaio sobre a análise fílmica. Campinas: Papirus Editora, 2005. WATTS, Harris. On Camera: O Curso de Produção de Filme e Vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990 ARMES, Roy. On Video: O Significado do Vídeo nos Meios de Comunicação. Editora Summus: 1999.

	DANCYGER, Ken. Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo: Historia Teoria e Prática . Editora Campus: 2009. BRUCE, Andy, BRICHALL, David. Via Expressa para o Sucesso em Inovação - Tudo que Você Precisa para Acelerar sua Carreira. Bookman, 01/2011. [Bookshelf Online].

Gestão Financeira de Projetos Comunicacionais	
Módulo C	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Planejamento dos custos envolvidos na comunicação. Fornecer ao aluno a compreensão dos principais tipos de investimentos em comunicação institucional, a análise para a escolha da gestão dos recursos disponibilizados pelas empresas para esse fim, bem como apresentar noções de mensuração de retornos advindos desses investimentos praticados pela empresa.
Bibliografia Básica:	LEONE, G. S. G. Custos: Planejamento, Implantação e Controle. São Paulo: Atlas, 2000. TUDE, J. M.; MELLO, L. M.; VASCONCELOS, Y. Captação de Recursos para Projetos. Curitiba: IESDE, 2012. REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo, Editora Summus, 1986. YANAZE, Mitsuru Higuchi. Retorno de Investimentos em Comunicação: avaliação e mensuração. São Caetano do Sul, SP. Editora Difusão, 2010.
Bibliografia Complementar:	CORBARI, E. C.; MACEDO, J. J. Administração estratégica de custos. Curitiba: IESDE, 2012. LEONE, G. S. G.; LEONE, R. J. G. Os 12 mandamentos da Gestão de Custos. Rio de Janeiro: FGV, 2007. HIRSCHFELD, Henrique. Engenharia Econômica e Análise de Custos. 6ª edição. São Paulo, Editora Atlas, 1998. PADOVESE, Clóvis Luis. Controladoria Estratégica e Operacional: conceitos, estrutura, aplicação. 2ª Edição. São Paulo. Editora Cengage Learning, 2009. SOUZA, Alceu. Decisões Financeiras e análise de Investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª edição. São Paulo, Editora Atlas, 2012.

Projeto Profissional Interdisciplinar - Design e Produção	
Módulo C	Carga Horária: 120 h
Ementa	Estudo interdisciplinar relacionado ao Design e Produção, com o objetivo de investigar produtos, serviços e marcas. Criação de produtos explicitando as diversas fases, desde a ideia original, planejamento, implantação com foco na marca, custos envolvidos, estudo logístico e de distribuição do produto e o gerenciamento de vendas. Introdução a pesquisas teóricas que visam complementar o aprendizado

	curricular e aplicação prática do aprendizado através da construção de projetos articulando diferentes conteúdos em torno de problemas ou hipóteses auxiliando na evolução do próprio conhecimento impactando na transformação da sociedade como um todo. Aprofundamento da habilidade de gerenciamento de conflitos requisitada no trabalho em grupo. Introdução a escrita de trabalhos científicos através das regras ABNT. Desenvolvimento da autonomia da aprendizagem e consolidação dos conhecimentos adquiridos nas diferentes fases do projeto, bem como na sua finalização.
Bibliografia Básica:	BORDENAVE, J. E. D. O que é Comunicação. São Paulo: Brasiliense, 1982. COELHO NETO, J. Teixeira. Semiótica, Informação e Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1980. BERLO, David. O processo da comunicação – introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1999..
Bibliografia Complementar:	CEFET/PR. 1997. Ano 1, abril. 1997. SANTOS, Laymert Garcia dos. Politizar as novas tecnologias: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética. São Paulo: Ed. 34, 2003. MATTELART, A. História da sociedade da informação. São Paulo: Loyola, 2002 CASALI, Adriana Machado. Comunicação Integrada e novas tecnologias de informação, disponível em: http://www.sinprorp.org.br/clipping/2004/170.htm FALLEIROS, Dario Pimentel. O mundo gráfico da informática - editoração eletrônica, design gráfico & artes digitais. São Paulo: Futura, 2003. LESSA, Washington Dias. Dois estudos de comunicação visual. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995. KERZNER, Harold R. Gestão de Projetos: As Melhores Práticas, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2017. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré. FLICK, Uwe. Introdução à Pesquisa Qualitativa, 3rd Edition. ArtMed, 2008-01-01. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

Filosofia - EAD	
Módulo C	**Carga Horária: 80h**
Ementa	Discussão sobre as condições de elaboração dos conhecimentos científicos. Entendimento dos fundamentos antropológicos e epistemológicos sobre os quais se apoiam as ciências e seus métodos. Reflexão sobre as origens da filosofia, dos objetos de estudo, dos métodos e das divisões em disciplinas. Reflexão das questões étnico raciais através dos estudos culturais e raciais e direitos humanos que permeiam as relações sociais, princípios básicos da Filosofia
Bibliografia Básica:	KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2010. VECCHIO, Robert P. **Comportamento Organizacional.** São Paulo: Cengage Learnig, 2008. BOWDITCH, J. L; BUONO, A. F**. Elementos de Comportamento. Organizacional**. São Paulo: Pioneira, 2002. SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Medidas do comportamento organizacional. Estud. psicol. (Natal) [online]. 2002, vol.7, n.spe, pp. 11-18. ISSN 1413-294X. http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000300003. EL-KOUBA, Amir; ROGLIO, Karina De Déa; DEL CORSO, Jansen Maia e SILVA, Wesley Vieira da. Programas de desenvolvimento comportamental: influências sobre os objetivos estratégicos. Rev. adm. empres. [online]. 2009, vol.49, n.3, pp. 295-308. ISSN 0034-7590.

	http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000300005.
Bibliografia Complementar:	ARENDT, Hannah. A Condição Humana. 4a.edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989. BERLIN, Isaiah. Limites da Utopia - Capítulos da História das Ideias. São Paulo: Cia. das Letras, 1991. BOBBIO, Norberto. Estado, Governo, Sociedade – para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010. ANDRIOLI, Antônio Inácio. A ideologia da "liberdade" liberal. Disponível em http://www.espacoacademico.com.br/053/53andrioli.htm BOFF, Leonardo. Ecologia social: pobreza e miséria. Disponível em http://www.leonardoboff.com/site/vista/outros/ecologia-social.htm CHAUÍ, Marilena. O que é ideologia. Disponível em http://www.nhu.ufms.br/Bioetica/Textos/Livros/O%20QUE%20%C3%89%20IDEOLOGIA%20-Marilena%20Chaui.pdf DANELON, Márcio. O conceito sartreano de liberdade: implicações éticas. Disponível em http://www.urutagua.uem.br//04fil_danelon.htm DESCARTES, René. Meditações. Disponível em http://www.mundodosfilosofos.com.br/descartes3.htm Ética e direitos humanos. Entrevista com Renato Janine Ribeiro. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832003000100015&script=sci_arttext HUME, David. Da liberdade e da necessidade. Disponível em http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cv000027.pdf LA BOÉTIE, Etienne. Discurso da Servidão Voluntária. Disponível em http://www.culturabrasil.pro.br/download.htm MÂNGIA, Elisabete Ferreira. Alienação e Trabalho. Disponível em http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1415-91042003000100006&script=sci_arttext

Módulo D

Planejamento e Promoção Estratégica de Eventos	
Módulo D	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Análise de projetos para identificar os elementos do plano de ação; apresentação das ferramentas adequadas para a produção e execução de eventos; reflexão sobre as necessidades de cada evento – recursos materiais e humanos; conhecimento sobre as diferentes empresas prestadoras de serviço; análise do processo de gestão comercial e administrativa específica dos eventos; conhecimento das diferentes técnicas de avaliação dos envolvidos no evento; debate sobre o processo de negociação com clientes, prestadores de serviço e fornecedores.
Bibliografia Básica	ANDRADE, Renato Brenol. Manual de Eventos. São Paulo: EDUCS, 2008 MATIAS, M. Organização de Eventos, Procedimentos e Técnicas. 2ª ed. São Paulo: Manole, 2002. ZANELLA, L. C. Manual de organização de eventos. São Paulo: Atlas, 2012. GHEMAWAT, Pankaj. A Estratégia e o Cenário dos Negócios, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2011. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.
Bibliografia Complementar	CESCA, Cleuza G. Gimenes. Organização de Eventos – Manual para Planejamento e Execução. São Paulo: Summus, 1997.

	MELO, Francisco Paulo. Eventos, Turismo e Criatividade. São Paulo: Contexto, 2000. ZITTA, C. Organização de eventos. São Paulo: SENAC, s.d. FLATLEY, Marie, RENTZ, Kathryn, LENTZ, Paula. Comunicação Empresarial - Série A, 2nd Edition. AMGH, 01/2015. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré, acesso em 21/12/2016. WATT, David C. Gestão de Eventos em Lazer e Turismo. Bookman, 01/2004. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré, acesso em 21/12/2016. DORTA, Lurdes Oliveira. Fundamentos em Técnicas de Eventos - Série Tekne. Bookman, 01/2015. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

Inovação e Criatividade em Comunicação Institucional	
Módulo D	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Princípios básicos da comunicação. Elementos do processo de comunicação. Práticas e metodologias de comunicação. Elaboração e controle da implantação de Projetos de Comunicação. Princípios de Inovação e conceitos de segmentação em Comunicação.
Bibliografia Básica	BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa. São Paulo: Manole, 2003. 64 KOLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006. BELCH, Michael A.; BELCH, George E. Propaganda e Promoção - Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2008. 936p. DELOUYA, Daniel. Acerca da comunicação: entre Freud (1895) e Klein (1946). Ágora (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 5,n. 1, jun. 2002 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982002000100006&lng=pt&nrm=iso
Bibliografia Complementar	SCOTT, David Meerman. Marketing e comunicação em tempo real. São Paulo: Évora, 2011. CHINEM, Rivaldo. Introdução à comunicação empresarial. São Paulo: Saraiva, 2010. OGDEN, James R.. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. Nova York: Prentice Hall Ptr, 2002. THOMAZ, José Carlos; BRITO, Eliane Pereira Zamith. Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 14, n. 2, abr. 2010 Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552010000200004&lng=pt&nrm=iso Acesso em 08mar. 2013.

	http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552010000200004. PIMENTA, Márcio Lopes; SILVA, Andrea Lago da; YOKOYAMA, Marcos Hideyuki. Integração entre logística e marketing: fatores críticos na perspectiva de interação e colaboração. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre,v. 17, n. 3, dez. 2011 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112011000300006&lng=pt&nrm=iso

Cultura, Linguagem, Regionalidade e Inclusão na Comunicação Institucional	
Módulo D	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Comunicação no contexto de especificidades culturais, étnicas e diversidades sociais.
Bibliografia Básica	LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000. ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 1994. PINTO, Virgílio Noya. Comunicação e cultura brasileira. São Paulo: Ática. 1993.
Bibliografia Complementar	BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980. BORDENAVE, J. E. D. O que é Comunicação. São Paulo: Brasiliense, 1982. RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro. A formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 1995. HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 9 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004. ORTIZ, Renato. Cultura Brasileira & Identidade Nacional. São Paulo: Brasiliense, 1994.

Assessoria Estratégica em Comunicação	
Módulo D	**Carga Horária: 50h**
Ementa	Introdução às escolas estratégicas. Estudo do Planejamento Estratégico com aplicação das principais técnicas e metodologias de análise como matriz SWOT, BCG, modelo de forças competitivas, RBV. Relação das escolas estratégicas com os princípios de Marketing investigando as melhores técnicas estratégicas organizacionais visando não apenas o resultado financeiro, bem como o impacto do resultado dos negócios no ambiente.
Bibliografia Básica	GONÇALVES, Carlos Alberto; JAMIL, George Leal; TAVARES, Wolmer Ricardo. Marketing de Relacionamento: database marketing: uma estratégia para adaptação em mercados. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2002. 329p. KOTLER, Philip. Administração de marketing. Nova York: Prentice Hall Ptr, 2006.

	STEVENS, Robert, David L. Loudon, Bruce Wrenn et Al. Planejamento de marketing: guia de processos e aplicações práticas. São Paulo: Makron Books, 2001. SOUZA, Caio Motta Luiz de. Entre o planejamento estratégico formal e informal: um estudo de caso exploratório sobre a prática de estratégia nas organizações. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 15, n. 5, out. 2011 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552011000500005&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000500005. EGGER-MOELLWALD, Lícia. Comunicação Corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade. São Paulo;Cengage Learning. 2011. TAVARES, Maurício. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas 2009.
Bibliografia Complementar	DIAS, Sergio Roberto. (Coord.) Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003. GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009. PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva – criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1990. MATITZ, Queila Regina Souza; BULGACOV, Sergio. O conceito desempenho em estudos organizacionais e estratégia: um modelo de análise multidimensional. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 15, n. 4, ago. 2011 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552011000400003&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000400003. PINHO, Antonio Felipe de Almeida; SILVA, Jorge Ferreira da. Posicionamento estratégico e desempenho de mercado da indústria farmacêutica à luz da tipologia de Porter. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 5, n. 3, dez. 2001 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552001000300003&lng=pt&nrm=iso . acessos em 08 mar. 2013. BATAGLIA, Walter; YU, Abraham SinOih. A sincronização da tomada de decisão estratégica com o planejamento estratégico formal. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo, v. 9, n. 5, 2008 . Disponível emhttp://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000500005&lng=en&nrm=iso .

Projeto Profissional Interdisciplinar - Gestão Estratégica	
Módulo D	Carga Horária: 120 h
Ementa	Estudo interdisciplinar relacionado a Comunicação em Gestão Estratégica, contemplando aspectos tanto teóricos como práticos. Introdução a pesquisas teóricas que visam complementar o aprendizado curricular e aplicação prática do aprendizado

	através da construção de projetos articulando diferentes conteúdos em torno de problemas ou hipóteses auxiliando na evolução do próprio conhecimento impactando na transformação da sociedade como um todo. Aprofundamento da habilidade de gerenciamento de conflitos requisitada no trabalho em grupo. Introdução a escrita de trabalhos científicos através das regras ABNT. Desenvolvimento da autonomia da aprendizagem e consolidação dos conhecimentos adquiridos nas diferentes fases do projeto, bem como na sua finalização. Estudo e investigação de formas de fidelização de clientes, conquistas e desejos esperados, satisfação de necessidades. Pesquisa de problemas relacionados ao código de defesa do consumidor interferem nos aspectos de relacionamento de marketing.
Bibliografia Básica:	DIZARD, Wilson. A Nova Mídia: A comunicação na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988. COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Cia. Editora Nacional; Edusp, 1971. DE FLEUR, Melvin. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1986..
Bibliografia Complementar:	GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1991, 159p. MAXIMIANO, Antonio C. A. Administração de Projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2009 SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2007. 303p. KERZNER, Harold R. Gestão de Projetos: As Melhores Práticas, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2017. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré. FLICK, Uwe. Introdução à Pesquisa Qualitativa, 3rd Edition. ArtMed, 2008-01-01. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

Comportamento nas Organizações - EAD	
Módulo D	**Carga Horária: 80h**
Ementa	Discussão sobre a problemática do comportamento do ser humano; apresentação do conceito de comportamento organizacional sob diferentes orientações teóricas e análise de seus componentes. Estudo das relações étnico-raciais e indígenas nas relações humanas. Descrição dos processos e comportamentos essenciais para a organização contemporânea, como a cultura, comunicação, motivação, liderança e socialização organizacional. Discussão sobre os resultados do comportamento organizacional.
Bibliografia Básica	CANAANE, Roberto. Comportamento humano nas organizações. São Paulo: Atlas, 2010. VECCHIO, Robert P. Comportamento Organizacional - Tradução da 6ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learnig, 2008. BOWDITCH, J. L; BUONO, A. F. Elementos de Comportamento. Organizacional.

	São Paulo: Pioneira, 2002. SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Medidas do comportamento organizacional. Estud. psicol. (Natal) [online]. 2002, vol.7, n.spe, pp. 11-18. ISSN 1413-294X. http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000300003. EL-KOUBA, Amir; ROGLIO, Karina De Déa; DEL CORSO, Jansen Maia e SILVA, Wesley Vieira da. Programas de desenvolvimento comportamental: influências sobre os objetivos estratégicos. Rev. adm. empres. [online]. 2009, vol.49, n.3, pp. 295-308. ISSN 0034-7590. http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000300005
Bibliografia Complementar	ROBBINS, Stephen. Comportamento Organizacional. Pearson Prentice Hall: Rio, 2006 SCHERMERHORN JR., J. R.; HUNT, J. G & OSBORN, R. N. Fundamentos do comportamento organizacional.Porto Alegre: Bookman,1999 BERGAMINI, Cecília Whitaker; TASSINARI, Rafael. Psicopatologia do Comportamento Organizacional: Organizações Desorganizadas, mas Produtivas. 1°Ed. São Paulo: Cengage Learning. 2008. TORRES JUNIOR, Alvair Silveira. Retórica organizacional: lógica, emoção e ética no processo de gestão. RAE electron. [online]. 2002, vol.1, n.2, pp. 02-11. ISSN 1676-5648. http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482002000200013. KAMIA, Meiry e PORTO, Juliana Barreiros. Comportamento proativo nas organizações: o efeito dos valores pessoais.Psicol. cienc. prof. [online]. 2011, vol.31, n.3, pp. 456-467. ISSN 1414-9893. http://dx.doi.org/10.1590/S1414-98932011000300003

5. Apoio ao discente

5.1 Mecanismos de nivelamento

A Faculdade Sumaré mantém Programas de Apoio aos Discentes no âmbito acadêmico pedagógico e administrativo.

No que tange à esfera pedagógica, a Faculdade implantou, em 2010, o Programa de Apoio à Aprendizagem Sumaré (PAAS), que tem o objetivo de ampliar conteúdos de matemática e de português, considerados essenciais para a melhor formação do educando. Este programa procura nivelar os conhecimentos dos alunos acerca desses dois assuntos.

O programa está aberto aos alunos de todos os cursos, independentemente do semestre em que ele estude, bastando apenas ele solicitar a inscrição no Programa por meio do ambiente de apoio à aprendizagem Moodlerooms.

No curso Superior de tecnologia em Comunicação Institucional é comum que os professores detectem as dificuldades dos alunos e os encaminhem para o programa, contando com o apoio da Coordenação sempre que necessário.

A prova Qualis avalia o conhecimento geral e específico do discente a partir do seu ingresso no ensino superior. O conteúdo da prova é semelhante ao cobrado pelo ENADE – Exame Nacional de Estudantes e as diretrizes curriculares do curso. Os resultados são tabulados e analisados por área financeira e oficinas são criadas para recuperar ou aprimorar os conteúdos curriculares elevando os padrões de qualidade do ensino aprendizagem.

5.2 Atendimento ao discente

O apoio psicopedagógico aos alunos é feito por professores qualificados, por meio de plantão de atendimento, feito por meio de agendamento antecipado na secretaria da unidade.

O aluno também é apoiado pelo Coordenador de Curso, por meio do atendimento pessoal para resolver eventuais problemas que surjam.

O atendimento administrativo, apesar de bastante desenvolvido, é alvo de reformulações em andamento, com a desvinculação de nossa Secretaria Geral dos serviços de atendimento ao público, apoiadas pelo programa de revisão de processos, no momento, em fase de realização.

Com esta providência espera-se diminuir o tempo de atendimento, padronizar as informações fornecidas aos alunos, dar maior conforto aos discentes e também melhorar as condições de trabalho dos colaboradores técnico-administrativos que integram a equipe de atendimento.

O apoio aos alunos é feito por professores qualificados, por meio de plantão de atendimento, feito por meio de agendamento antecipado na secretaria da unidade.

O aluno também é apoiado pelo Coordenador de Curso que acompanha o andamento das aulas indo às salas de aula e fazendo reuniões periódicas com os representantes de sala.

5.3 Apoio às atividades acadêmicas

Nivelamento

A Faculdade Sumaré mantém Programas de Apoio aos Discentes no âmbito acadêmico pedagógico e administrativo.

No que tange à esfera pedagógica, a Faculdade implantou, em 2010, o Programa de Apoio à Aprendizagem, que tem o objetivo de ampliar conteúdos de matemática e de português, considerados essenciais para a melhor formação do educando. Este programa procura nivelar os conhecimentos dos alunos acerca desses dois assuntos.

O programa está aberto aos alunos de todos os cursos, independentemente do semestre em que ele estude, bastando apenas ele solicitar a inscrição no Programa por meio do ambiente de apoio à aprendizagem Moodle.

No CST em Marketing os professores que detectarem dificuldades nos alunos frente a estes conhecimentos, procedem ao encaminhamento destes para o programa, contando com o apoio da Coordenação sempre que necessário.

Em 2014, foram aprimorados os Programas de Apoio aos Discentes para as disciplinas de Lingua Portuguesa, Matemática e Informática.

Empresa Junior

O aluno também pode participar da FASEJ - Faculdade Sumaré Empresa Júnior tem por objetivo suprir necessidades dos seus alunos e do mercado ao oferecer consultoria para empresas que precisem de suporte no desenvolvimento de seus negócios.

Dessa forma, os alunos da Faculdade Sumaré podem colocar em prática todo o conhecimento adquirido e, com a supervisão de seus professores, oferecer soluções ao mercado. As empresas que contratam a FASEJ podem contar com projetos e soluções adequados às suas necessidades, por um custo muito inferior à média do mercado.

Atendimento aos alunos

O apoio ao aluno também é feito pelos Coordenadores de curso, por meio do atendimento pessoal para resolver eventuais problemas que surjam.

O atendimento administrativo, apesar de bastante desenvolvido, é alvo de reformulações em andamento, com a desvinculação de nossa Secretaria Geral dos serviços de atendimento ao público, apoiadas pelo programa de revisão de processos, no momento, em fase de realização.

Com esta providência espera-se diminuir o tempo de atendimento, padronizar as informações fornecidas aos alunos, dar maior conforto aos discentes e também melhorar as condições de trabalho dos colaboradores técnico-administrativos que integram a equipe de atendimento.

O atendimento ao aluno também é feito por meio da Coordenação do Curso que acompanha o andamento das aulas indo às salas de aula e fazendo reuniões periódicas com os representantes de sala.

Existe ainda um professor nomeado pelo coordenador para dar suporte à turma. Este professor busca acompanhar o andamento do ensino e da aprendizagem dos alunos, discutir, interagir e auxiliar nos problemas eventualmente identificados pelos alunos no momento de sua ocorrência.

Todas as questões são repassadas ao coordenador de cursos que, se necessário, orienta para a melhor forma de resolver o problema, repassando eventualmente para o colegiado ou NDE do curso.

Os professores têm total acesso à coordenação do curso, repassando os problemas identificados, propondo soluções, auxiliando na adequada condução do curso para que os objetivos sejam atingidos a contento.

A promoção de um ambiente prático, dirigido, coordenado e de certa forma imediato entre alunos, professores e, coordenação, possibilita melhores resultados e acentua a cultura de inovação da Faculdade.

Atividades extraclasse

São estimuladas programações ou visitas a empresas, associações de classe, palestras para que os alunos tenham a oportunidade de vivenciar experiências na prática e aumentar seu leque de conhecimento estimulando a continuidade do aprendizado.

Os docentes apresentam aos alunos as oportunidades de visita para que os mesmos se sintam estimulados a buscar na prática o conhecimento. Palestras são organizadas internamente para provocar a reflexão sobre temas técnicos e da atualidade.

5.4 Monitoria

Em sala de aula, comum haver alunos com níveis diferentes de conhecimento, por isso, a interação entre um aluno com dificuldades e um mais experiente é fundamental no processo de ensino e aprendizagem. O processo de monitoria permite que essa interação ocorra de forma efetiva.

Por isso, a Faculdade Sumaré disponibiliza aos alunos o Programa de Monitoria, em que os alunos, por meio de edital específico, ajudam outros alunos em componentes curriculares específicos, sempre com a orientação de um professor.

Cabe ao monitor pesquisar um assunto que esteja gerando dúvidas aos alunos, discutir suas dúvidas com a professora antes de esclarecer o colega. As horas de monitoria são consideradas horas de atividade acadêmica complementar.

A monitoria pode ser oferecida para os componentes mais complexos do curso, como por exemplo, Fundamentos de Contabilidade, Matemática Financeira, Gestão de Custos e Preços.

6. Forma de Acesso ao Curso

Conforme determinado no Regimento Interno da Instituição, no Art. 45 da Seção III - do Processo Seletivo:

Destina-se a avaliar candidatos levando em conta os critérios de avaliação comuns ao ensino médio, sem ultrapassar esse nível de complexidade, e classificá-los, dentro das características e do limite de vagas oferecidas em cada curso, de acordo com o Edital respectivo, Catálogo de Cursos e Manual do Candidato, aprovados pelo Conselho de Gestão Superior e demais órgãos competentes.

§ 1o O Conselho de Gestão Superior deliberará sobre os critérios e normas de seleção e admissão para os cursos da Faculdade levando em conta a articulação com as normas estabelecidas para o funcionamento do ensino médio.

§ 2o As vagas oferecidas para cada curso são as autorizadas pelo órgão competente e se encontram no Anexo, que integra este Regimento.

§ 3o As inscrições para o Processo Seletivo, constantes do Manual do Candidato, são abertas por meio de Edital, do qual constarão as modalidades, os cursos e suas habilitações, com as respectivas vagas, os prazos de inscrição, a documentação exigida para a inscrição, a relação das provas ou formas de avaliação, os critérios de classificação, prazos e documentos para matrícula e demais informações úteis.

§ 4o Na hipótese de restarem vagas não preenchidas, poderão ser recebidos alunos transferidos de outro curso ou instituição, portadores de diploma de graduação, ou alunos remanescentes de outra opção do mesmo processo seletivo ou ainda, mediante a realização de outros processos seletivos. ”

Conforme determinado na Seção V deste Regimento, o Art. 47 determina que a matrícula inicial, ato formal de ingresso no curso e de vinculação à Faculdade, realiza-se na Secretaria Geral, em prazo estabelecido no Calendário Escolar, instruído o requerimento com a apresentação da documentação solicitada.

7. Integralização do curso

O tempo de integralização mínima do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional é de quatro (4) semestres, ou dois (2) anos, e o tempo máximo de integralização, segundo o Regimento da Faculdade Sumaré, é de seis (6) semestres ou quatro (4) anos.

8. Critérios de Aproveitamento de Estudos e Aceleração de Estudos

O Curso de Gestão Financeira atende aos requisitos estabelecidos pela legislação considera como dispositivo de aceleração que todo conhecimento adquirido nos cursos/atividades de educação profissional, bem como os conhecimentos e habilidades adquiridos pelos educandos por meios informais poderão ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou aproveitamento de estudos, por meio de provas de proficiência e outros instrumentos de avaliação específicos, aplicados de acordo com as normas regimentais internas.

8.1 Aproveitamento de Estudos

O aproveitamento de estudos e de competência é concedido por solicitação formal do aluno, pelo Coordenador de Curso.

A solicitação de aproveitamento de estudos e competências deverá ser apresentada à Secretaria Geral, por deferimento de pedido pelo Coordenador de Curso, ou por quem este designar, por ocasião da matrícula ou da rematrícula.

Os pedidos de aproveitamento de estudos e competências serão concedidos de acordo com as normas estabelecidas pelo Conselho de Gestão Superior, respeitada a legislação vigente.

Os conhecimentos e competências adquiridos em outros cursos, inclusive no trabalho, poderão ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação, respeitada a legislação vigente.

Os conhecimentos e competências adquiridos em outros cursos, inclusive no trabalho, poderão ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação, respeitada a legislação vigente.

9. Avaliação

9.1 Sistema de Avaliação da Aprendizagem

A avaliação acadêmica, segundo o Regimento da Faculdade, prevê que:

- A avaliação do desempenho escolar é feita por disciplina, de forma individual, em pelo menos uma etapa, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento acadêmico.
- A frequência às aulas e demais atividades escolares é permitida apenas aos alunos regularmente matriculados, sendo considerado reprovado na disciplina o aluno que

não obtenha frequência mínima de setenta e cinco por cento das aulas e demais atividades programadas.

- É dado tratamento excepcional para alunos amparados por legislação específica, em caso de enfermidades ou gestação, sendo-lhes atribuídos, como compensação das ausências às aulas, exercícios domiciliares, com acompanhamento da Coordenadoria respectiva e segundo normas estabelecidas pelo Conselho de Gestão Superior.
- O aproveitamento do aluno é avaliado pelos resultados obtidos nos instrumentos de avaliação aplicados no decorrer do semestre.
- O resultado parcial e final da avaliação é traduzido em nota expressa em grau numérico de zero a dez, variando de cinco décimos em cinco décimos, sendo que as frações intermediárias serão arredondadas para mais.
- Atendida à exigência do mínimo de setenta e cinco por cento de frequência às aulas e demais atividades, o aluno é considerado aprovado quando obtiver média geral de aproveitamento semestral igual ou superior a seis inteiros.
- O aproveitamento semestral é obtido através da média aritmética das duas médias bimestrais.
- Quando a média semestral for igual ou maior a quatro inteiros e inferiores a seis inteiros, o aluno deverá submeter-se a uma avaliação final.
- A média final será o resultado da média aritmética extraída da média do semestre mais a nota da avaliação final;
- Será considerado aprovado o aluno que obtiver após a avaliação final, média igual ou superior a seis inteiros.
- Em cada componente curricular, segundo o Projeto Pedagógico do Curso, serão utilizados dois instrumentos de avaliação diferentes por bimestre, à escolha do professor;
- Um deles obrigatoriamente terá o processo completamente individual e valor igual a 6,0 pontos; o outro pode ou não ser individual e terá valor igual a 4,0 pontos;
- Os professores do mesmo componente curricular não estão obrigados a usar o mesmo processo de avaliação, mas consideram a necessidade de acomodar alunos transferidos de Unidades Acadêmicas ou horários diferentes ou ausentes por conta de regime domiciliar;
- Em um dos bimestres, haverá a aplicação de uma avaliação institucional de caráter multidisciplinar com valor de 2,0 pontos, definido em calendário acadêmico;
- Quando isso ocorrer o professor deverá aplica dois instrumentos de avaliação diferentes, um valendo 6,0 pontos e outro valendo 2,0;

- O professor encaminha previamente seu processo de avaliação para que o coordenador o analise, juntamente com toda a orientação a respeito e prazos de entrega;
- No caso da disciplina EAD, a prevalência da nota dá-se de modo presencial. Os semestres realizados de forma on-line equivalem a 80% da nota e a prova presencial 120%.

9.2 Articulação da autoavaliação do curso com a autoavaliação institucional

No curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional as avaliações de curso, internas e externas são importante complementação de todo o trabalho em manter contato com professores e alunos para ter uma ideia clara e constante do panorama geral do curso.

O processo começa com o recebimento da avaliação. O aproveitamento e aceitação dos professores são confrontados com os dados já obtidos por meio de conversas com os representantes de sala e com outros alunos, informalmente. Sai daí as decisões sobre professores a serem mantidos ou dispensados, que turmas atribuir a cada professor e também, dentro das possibilidades e formação de cada um deles, que componente curricular atribuir a cada professor.

Os outros dados da avaliação são analisados em conjunto com o NDE do curso, o que se converte em adequação de conteúdo, sugestões para futuras alterações de disciplinas, alinhamento do conteúdo dos diversos componentes curriculares do curso para que contemplem todo o necessário para garantir a formação de um egresso com todas as características anteriormente colocadas.

As avaliações, de curso, institucionais, internas e externas, são cruciais para manter o bom andamento do curso e favorecem o aprimoramento cada vez maior da formação oferecida aos alunos.

10. Administração Acadêmica Do Curso

10.1 Coordenador do curso

A administração acadêmica do curso é realizada pelo Coordenador do Curso que conta com o apoio do Colegiado do Curso e do Núcleo Docente Estruturante. O Coordenador do Curso é nomeado pelo Diretor Geral e suas atribuições regimentais estão definidas no Regimento Interno da Instituição.

A atuação da coordenadora de curso, Lilian Toyota, é definida no Regimento da Faculdade Sumaré, subseção V, e no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), cujo trecho está reproduzido a seguir.

São atribuições dos Coordenadores de Curso:

I - coordenar a elaboração da proposta pedagógica dos cursos correspondentes e participar da elaboração da proposta da Instituição;

II - assessorar o Diretor Geral em assuntos acadêmicos na sua área de atuação;

III - coordenar as atividades didático-pedagógicas dos cursos em articulação permanente com o colegiado de cursos;

IV - distribuir as aulas e atividades dos cursos a professores e demais profissionais auxiliares das atividades de ensino;

V - examinar a qualificação profissional dos professores fazendo a indicação para apreciação do Diretor Geral;

VI - supervisionar a manutenção da ordem e da disciplina no âmbito de sua competência;

VII - representar os cursos, junto às autoridades e órgãos da Faculdade;

VIII - convocar e presidir as reuniões dos Colegiados de Cursos;

IX - apresentar anualmente, à Diretoria Geral, relatório de suas atividades;

X - acompanhar e avaliar, em caráter permanente, a execução curricular e demais atividades de ensino desenvolvidas no curso;

XI - encaminhar ao Diretor Geral, propostas de alteração do currículo pleno de cada curso, adequadas ao seu Projeto Pedagógico, sugeridas pelos Colegiados dos Cursos;

XII - propor ao Colegiado do Curso, alterações nos programas das disciplinas, objetivando compatibilizá-los;

XIII – propor ao Diretor Geral, mecanismos para entendimentos com os sistemas de ensino, tendo em vista assegurar o desenvolvimento da parte prática da formação em escolas de educação básica;

XIV – organizar a parte prática da formação com base no projeto pedagógico em que vier a ser desenvolvida, ouvido o Diretor Geral;

XV – supervisionar parte prática da formação, preferencialmente através de seminários multidisciplinares, ouvido o Diretor Geral;

XVI – criar mecanismos para que o desempenho na parte prática seja considerado na avaliação do aluno, ouvida a escola em que a mesma foi desenvolvida, ouvido o Diretor Geral;

XVII – promover a articulação entre teoria e prática das disciplinas dos cursos, valorizando o exercício da docência, bem como a articulação entre áreas do conhecimento ou disciplinas;

XVIII – criar mecanismos, ouvido o Diretor Geral, para aproveitamento da formação e experiências anteriores adquiridas pelos alunos em instituições de ensino e na prática profissional;

XIX – assegurar a especificidade e o caráter orgânico do processo de formação profissional dos alunos, de acordo com o projeto institucional próprio de formação de professores, promovendo a articulação dos projetos pedagógicos dos cursos e integrando as diferentes áreas de fundamentos da educação básica, os conteúdos curriculares da educação básica e as características da sociedade de comunicação e informação.

XXI - planejar, coordenar, supervisionar e avaliar as atividades acadêmicas relativas ao ensino de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão;

XXII - coordenar programas de valorização de capacitação docente;

XXIII - assessorar o Diretor Geral em assuntos artísticos, culturais, comunitários e sociais;

XXIV - decidir sobre aproveitamento de estudos, adaptação e dispensa de disciplina, ouvido o parecer do Colegiado de cada curso; e

XXV - exercer demais atribuições definidas ou delegadas pela Diretoria Geral.

A Coordenadora do curso, Lilian Toyota, possui graduação em Letras – Português e Inglês pelo Centro Universitário São Camilo (2005). Possui pós-graduação em Língua Portuguesa pela PUC-SP. Atualmente, é professora da Faculdade Sumaré. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Portuguesa. Mestrado na UNIFESP, área de Letras – Estudos Linguísticos. O regime de trabalho é de tempo integral, tendo 30 horas semanais dedicadas à coordenação. A Coordenação faz visitas periódicas a todas as turmas do curso para ouvir os alunos e recebe com frequência os representantes para ouvir problemas pontuais, além de conversar com os professores do curso toda a semana, podendo intervir com rapidez para a solução dos problemas detectados e posterior acompanhamento dos mesmos.

A Coordenação faz reuniões periódicas com representantes de sala de cada uma das turmas. Além disso, tanto professores como alunos têm livre acesso à Coordenação, seja nos horários em que o Coordenador se encontra na instituição, seja por e-mail ou, no caso dos professores, por telefone. Isso favorece a chegada de informação e a agilidade na resolução dos problemas. A Coordenação também conversa com professores e alunos

individualmente quando se faz necessário e constantemente, para ter uma ideia clara do todo do curso.

Além disso, há reuniões periódicas com os professores, para tratar de temas relativos ao funcionamento do curso.

10.2 Núcleo Docente Estruturante (NDE)

O NDE – Núcleo Docente Estruturante do curso está organizado como órgão de assessoria contribuindo para o planejamento, organização, desenvolvimento e avaliação do Projeto Pedagógico do Curso.

Cumpre o Regulamento dos Núcleos Docentes Estruturantes, aprovado pelo Conselho Superior da Faculdade e está instalado para atender o curso.

Tem como principais atribuições:

- Assessorar no planejamento, organização e desenvolvimento do curso;
- Acompanhar e diagnosticar eventuais desvios na realização do projeto pedagógico
- Participar na elaboração e atualização do Projeto Pedagógico;
- Participar na estruturação dos Planos de Ensino do Curso e atualizar ementas e a bibliografia pertinente;
- Apoiar na organização dos sistemas periódicos de avaliação, acompanhando a adequação aos temas do período e aos objetivos das disciplinas, e sugerindo ajustes às práticas de avaliação;
- Participar de projetos especiais desenvolvidos na IES, representando o Curso, como seminários, encontros acadêmicos, palestras, Programas de melhoria da aprendizagem, dentre outros;
- Participar de outras atividades de interesse para o aperfeiçoamento do Projeto Pedagógico do Curso e melhoria do perfil do egresso.

No curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional, o NDE é composto a cada dois anos e a designação se faz por indicação da Coordenação, considerando titulação e regime de trabalho do professor. Quando necessário, os professores do NDE podem ser substituídos.

O NDE reúne-se, no mínimo duas vezes por semestre, segundo o Regulamento do NDE.

Um tema constantemente tratado nas pautas das reuniões é a consolidação do Projeto Pedagógico do Curso e a atuação para melhoria frente às avaliações feitas, sejam

institucionais ou do próprio curso. Outros temas são inseridos na pauta, dependendo do interesse e da urgência.

10.3 Colegiado do Curso

O curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Faculdade Sumaré tem o seu colegiado de curso, composto por cinco professores, dos quais um é o Coordenador do curso, que o preside, e os demais eleitos por seus pares, com mandato de dois anos, e um representante dos alunos eleitos entre os representantes de classe, com mandato de um ano.

As competências do colegiado do curso estão definidas no Regimento da Faculdade Sumaré, cabendo destacar entre outras:

- Participação na elaboração da proposta pedagógica do curso;
- Participação na elaboração e zelo pelo cumprimento do plano de trabalho do curso, de acordo com a proposta pedagógica;
- Acompanhamento do cumprimento dos dias letivos e das horas estabelecidas no Calendário Escolar;
- Organizar e propor cursos extraordinários ou atividades julgadas necessárias ou úteis à formação profissional do aluno.

Sempre que necessário, o colegiado do curso participa de reuniões com a Direção Geral e com a Superintendência para discutir e apresentar sugestões pertinentes ao curso.

10.4 Corpo docente

O corpo docente vinculado ao curso possui atualmente titulação, experiência profissional e acadêmica, em consonância com a proporção de titulados recomendada pela *Lei de Diretrizes* e Bases da Educação Nacional. *Lei* nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.

Para atribuir os componentes curriculares aos professores leva-se em consideração a formação e a experiência profissional de cada professor.

PARTE III

11. Infraestrutura da Faculdade Sumaré – Santo Amaro

A Faculdade Sumaré conta com completa e confortável infraestrutura para a realização das atividades acadêmicas e administrativas.

O coordenador do curso, membros do NDE, assim como os demais professores do curso, contam com espaço específico para desenvolvimento de suas atividades de pesquisa, preparação de provas, programação e correção de atividades no ambiente EAD, gerenciamento de e-mails, registros diários de eventos acadêmicos, dentre outros.

Os coordenadores de curso atendem os docentes e os discentes em sala específica, com estações de trabalho individuais com computadores e impressora compartilhada.

A sala dos professores é um ambiente de apoio às atividades acadêmicas docentes que está disponível em sala ampla e espaçosa, com recursos tecnológicos, acesso à Internet e Intranet como suporte às suas pesquisas utiliza softwares no desenvolvimento de suas atividades acadêmicas, acessam os sistemas de controles acadêmicos, consultam e reservam de livros e ministram e/ou assistem a aulas. Os recursos tecnológicos para suporte acadêmico compõe-se de computadores na sala dos professores.

A unidade possui 25 salas de aula, com capacidade para comportar, em média, 50 alunos em carteiras individuais.

As salas de aulas da faculdade Sumaré, obedecem às dimensões mínimas estabelecidas nos padrões internacionais, atendem ao requisito mínimo de metro quadrado por aluno, está em conformidade com as normas ABNT (NBR 9050:2004), inciso IX, artigo 4º e artigo 25º da Lei 9.394, os princípios da avaliação (lei do Sinaes número 10.861/2004, o decreto número 5.773/2007 e portaria normativa número 40/2007). Todas as salas estão equipadas, com quadros brancos, projetores de multimídia, computadores com recursos multimídias e acesso à internet.

Assim, a infraestrutura da unidade Santo Amaro contempla as necessidades dos cursos de forma excelente.

11.2 Acesso dos alunos aos equipamentos de informática

Os alunos têm total acesso aos equipamentos de informática na unidade, que conta com 02 laboratórios convencionais com 40 máquinas e 02 laboratórios específicos com 35 computadores.

Quando não estão sendo oferecidas aulas, os laboratórios também estão disponíveis aos alunos, sob a supervisão e orientação, quando necessário, de monitores especializados em informática.

Os Computadores estão em rede dentro do domínio ISES, e possuem o sistema operacional Microsoft Windows 7 Professional, com a seguinte relação de softwares instalados: (Adobe Flash Player 10, Adobe Reader X, Adobe Sockwave Player 11.6, BlueJ 3.0.5, Circuit Maker Student 6, Packet Tracer 5.3, Dev C++ 5, Eclipse IDE, Gimp 2.6.11, Java SE 7, JCreator LE 5.0, Jude Community 5.5, K-Lite 7.7.0, LibreOffice 3.4, DotNet Framework 4, Forefront Endpoint Protection, Microsoft Office 2007 Professional, Microsoft Visio 2007 Professional, Microsoft Project 2007 Professional, Microsoft Silverlight, Microsoft Visual C++ 2005, Microsoft Visual C++ 2008, Microsoft Visual C++ 2010, Mozila Firefox 6, MySQL Conector, MySQL Server 5.5, MySQL Tools 5.0, MySQL Workbench, Netbeans 7.0.1, Oracle Client 11g, SWI-Prolog, TextPad 5, Winrar 4.0.1).

O horário de funcionamento dos laboratórios acompanha o horário de funcionamento da unidade.

Além dos laboratórios de informática, os alunos podem utilizar os computadores disponíveis na biblioteca.

A utilização dos terminais de Pesquisa da biblioteca é livre, ficando por ordem de chegada a sua utilização.

A utilização dos computadores, nos laboratórios, está sujeita à disponibilidade e deve ser devidamente agendada, evitando o uso em horários de aula.

Para utilização em aulas programadas, é passado ao apoio técnico um cronograma mensal, montado pelos coordenadores e professores que indicará as atividades regulares dos laboratórios e solicitará sua preparação antes do uso, informando a disciplina a ser ministrada, a necessidade de apoio técnico e de equipamentos adicionais, tais como câmera digital, filmadora, scanner, softwares, entre outros.

O professor faz requisição ao apoio técnico que agendará a utilização dos laboratórios visando prioritariamente às aulas programadas.

O controle de acesso e suporte aos usuários, que é realizado pelos técnicos e auxiliares de acordo com plantão preestabelecido.

11.3 Serviços dos Laboratórios de Informática

Para a infraestrutura de laboratórios específicos de informática a Faculdade Sumaré conta com um departamento de TI centralizado na Unidade Sumaré sob o comando de um gestor que orienta e supervisiona todos os chamados de manutenção de hardware e software nas unidades.

Há 01 técnico fixo e um estagiário na Unidade Santo Amaro que dão suporte para toda a infraestrutura administrativa e acadêmica.

Há também um programa de monitoria com contrato de prestação de serviços estabelecido entre alunos e a Faculdade com horários determinados para atendimento aos alunos dos cursos específicos de Gestão de Tecnologia da Informação.

Dão suporte ao desenvolvimento das atividades práticas em laboratórios e, também, dão suporte aos alunos dos cursos de TI.

12. Anexo I – Histórico da matriz curricular

Matriz 141 (2014-1)

1º Semestre	
Componente curricular	CH
Teoria da Comunicação	50
Projeto Profissional Interdisciplinar I	56
Fundamentos de Administração	50
Fundamentos de Marketing	50
Comunicação em um mundo globalizado	50
Língua Portuguesa	64
Subtotal	**320**
2º Semestre	
Componente curricular	Total
Projeto Profissional Interdisciplinar II	56
Sustentabilidade e Responsabilidade Social - EAD	64
Gerenciamento dos canais de comunicação	50
Comunicação Interna: Endomarketing	50
Economia e política brasileira	50
Gestão de Pessoas	50
Subtotal	**320**
3º Semestre	
Componente curricular	Total
Linguagem Audiovisual	50
Design Gráfico	50
Comunicação Visual e Linguagem Fotográfica	50
Tecnologias para comunicação institucional	50
Projeto Profissional Interdisciplinar III	56
Filosofia	64
Subtotal	**320**
4º Semestre	
Componente curricular	Total
Comunicação e Redes Sociais	50
Organização Básica de Eventos	50
Estratégias de Comunicação	50
Comunicação e Cultura Regional	50
Projeto Profissional Interdisciplinar IV	56
Comportamento nas Organizações	64

Subtotal	**320**
5º Semestre	
Componente curricular	Total
Planejamento Estratégico da Comunicação	50
Controle e avaliação dos resultados da comunicação institucional	50
Gestão de Investimento na Comunicação	50
Gestão de empresa de comunicação	50
Direito Empresarial	64
Projeto Profissional Interdisciplinar IV	56
Subtotal	**320**
Total Disciplinas	
CARGA HORÁRIA TOTAL	1600
Libras	50

Matriz 161 (2016-1)

Módulo A - Formação Básica de Gestão	
Componente curricular	CH
Tecnologia e Sociedade - EAD	80
Projeto Profissional Interdisciplinar I	120
Administração Contemporânea	50
Fundamentos de Comunicação e Marketing	50
Teorias de Comunicação e Audiência	50
Desenvolvimento de Projetos de Comunicação em Diferentes Mídias	50
Subtotal	**400**
Módulo B - Gestão em Publicidade e Propaganda	
Componente curricular	Total
Projeto Profissional Interdisciplinar II	120
Sustentabilidade e Responsabilidade Social - EAD	80
Publicidade e Propaganda Institucional	50
Comunicação Jurídica	50
Redação Institucional e Publicitária	50
Gerência da Comunicação Organizacional e Relações Públicas	50
Subtotal	**400**
Módulo C – Design e Produção	
Componente curricular	Total
Processos Gráficos	50

Design Gráfico para Publicidade e Propaganda Institucional	50
Linguagens de Comunicação e Mídias	50
Projeto Profissional Interdisciplinar III	120
Filosofia - EAD	80
Subtotal	**350**
Módulo D – Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação	
Componente curricular	Total
Inovação e Criatividade em Comunicação Institucional	50
Cultura, Linguagem, Regionalidade e Inclusão na Comunicação Institucional	50
Assessoria Estratégica em Comunicação	50
Projeto Profissional Interdisciplinar IV	120
Comportamento nas Organizações - EAD	80
Subtotal	**350**
Módulo E – Gestão Estratégica	
Componente curricular	Total
Planejamento e Promoção Estratégica de Eventos	50
Gerência da Comunicação Organizacional e Relações Públicas	50
Gestão Financeira de Projetos Comunicacionais	50
Lógica e Interpretação de Dados - EAD	80
Projeto Profissional Interdisciplinar V	120
Subtotal	**350**
EAD	**400**
CARGA HORÁRIA TOTAL	1850
Libras	50