



**INSTITUTO SUMARÉ DE  
EDUCAÇÃO SUPERIOR – ISES  
FACULDADE SUMARÉ  
UNIDADE SUMARÉ**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE  
TECNOLOGIA EM COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

**2018**

## Sumário

1. Faculdade Sumaré .....	6
1.1 Apresentação .....	6
1.2 Princípios, Missão e Objetivos.....	11
1.3 Política Institucional no âmbito do Curso .....	14
2. Extensão e Pesquisa.....	15
3. Autoavaliação institucional.....	21
PARTE II .....	25
4. Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional .....	25
4.1 Justificativa da Oferta do Curso .....	25
4.2 Objetivos do Curso.....	27
4.2.1 Objetivos Específicos.....	28
4.3 Perfil Profissional do Egresso .....	28
4.4 Histórico do Curso.....	30
4.5 Estrutura Curricular .....	31
4.7. Conteúdos Curriculares .....	36
Certificações por módulos .....	37
4.7.1 Oferta de Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS.....	37
4.6.2 Educação das Relações Étnico-Raciais e ensino da História e Cultura Afro-brasileira e indígena .....	38
4.7.3 Política Nacional de Educação Ambiental.....	38
4.7.4 Política Nacional de Educação em Direitos Humanos.....	39
4.7.5 Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista .....	39
4.8 Metodologias e Práticas Educacionais .....	40
4.8.1 Projeto Profissional Interdisciplinar .....	43
4.8.2 Educação a Distância - Tutoria e Comitê Multidisciplinar .....	44
4.8.3 Educação a Distância – Disciplinas e Conteúdos .....	45

4.9 Extensão e Pesquisa no Curso .....	47
4.10 Matriz Curricular .....	50
5. Apoio ao discente .....	70
5.1 Mecanismos de nivelamento .....	70
5.2 Ouvidoria .....	70
5.3 Projeto Recuperação de Aprendizagem .....	71
5.4 Prova Institucional .....	71
5.5 Núcleo de Empregabilidade .....	71
5.6 Núcleo de Apoio Social .....	71
5.7 Apoio Psicopedagógico .....	72
5.8 Apoio às atividades acadêmicas .....	73
5.9 Atividades de tutoria .....	73
5.10 Tecnologias de informação e comunicação – TICs – no processo ensino- aprendizagem .....	77
<a href="#">5.11</a> Atividades desenvolvidas no ambiente virtual de aprendizagem .....	79
5.12 Mecanismos de interação entre docentes, tutores e estudantes .....	80
5.12.1 Comitê Multidisciplinar .....	81
5.13 Material Didático Institucional .....	82
5.14 Procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino- aprendizagem .....	83
6. Forma de Acesso ao Curso .....	84
7. Integralização do curso .....	84
8. Critérios de Aproveitamento de Estudos e Aceleração de Estudos .....	84
9. Avaliação .....	85
9.1 Sistema de Avaliação da Aprendizagem .....	85
9.2 Articulação da autoavaliação do curso com a autoavaliação institucional .....	87
10. Administração Acadêmica Do Curso .....	87
10.1 Coordenador do curso .....	87
10.2 Núcleo Docente Estruturante (NDE) .....	90
10.3 Colegiado do Curso .....	91

10.4 Corpo docente.....	91
PARTE III .....	93
11. Infraestrutura da Faculdade Sumaré .....	93
12. Anexo I – Histórico da matriz curricular .....	96

## **FACULDADE SUMARÉ**

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

Endereço: Av. Dr. Arnaldo, 11793  
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 SUMARÉ**

Endereço: Av. Dr. Arnaldo, 11793  
São Paulo - SP CEP: 01255-000 - Pinheiros  
Telefones: (11) 3067-7900

## **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: 70 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 reconhecida 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 credenciamento 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 ensinar 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 quinzenalmente 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, conseqüentemente, 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.

### **1.3 Política Institucional no âmbito do Curso**

O curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional contribui com a missão da Faculdade Sumaré “Educação para uma mentalidade transformadora” no âmbito individual formando e preparando indivíduos qualificados profissionalmente e pessoalmente para atuar na área, bem como no âmbito social proporcionando suporte e subsídios a demandas específicas 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 Recursos Humanos 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. O curso articula ainda por meio de editais de iniciação científica, projetos integradores orientados, oportunidade de publicação na revista acadêmica da Faculdade Sumaré a conexão entre graduação, pesquisa e extensão. A responsabilidade social e ambiental está presente em diversas frentes como disciplinas, palestras e eventos, temas de projetos integradores além de doações (Programas Institucionais desde o ingresso do discente) até a finalização de sua formação. A autonomia discente é fortemente estimulada na organização de seus estudos presenciais e no ensino a distância dado os 20% da carga horária centrado em disciplinas totalmente a distância. Os indicadores de qualidade institucional compreendem a análise de resultados de avaliações internas (pesquisas da CPA, diretivas, reuniões com representantes discentes, colegiados de cursos, núcleo docente estruturante) e externas por meio da análise de relatório do Ministério da Educação, órgãos reguladores (quando aplicável). São realizadas reuniões estratégicas semanais com os dirigentes, coordenadores e núcleo docente estruturante. Ao início e término do semestre são realizadas reuniões estratégicas com corpo docente para definir e orientar as ações do semestre.

## **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 científico 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 Comerciantes; 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.

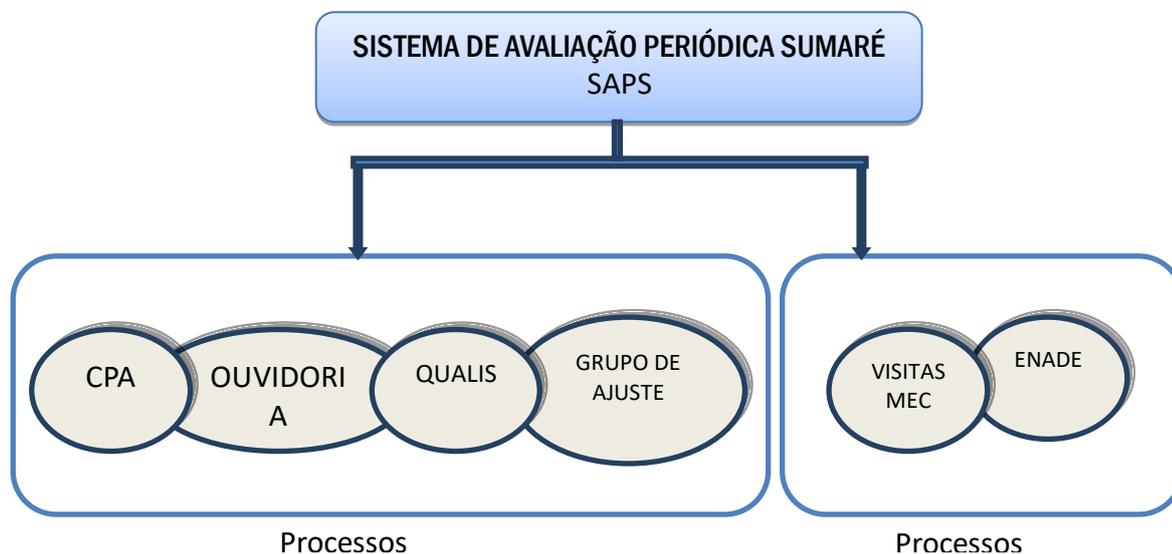
O ingresso na Pesquisa Científica Docente se dá por meio do projeto, de acordo com o modelo adotado pela Comissão de Iniciação Científica, que, obrigatoriamente, devem estar vinculados a uma linha de pesquisa e propostos por professores com titulação mínima de mestre.

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 credenciamento 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 2010<sup>1</sup>, conta com 41.262.199 habitantes, 248.196 Km<sup>2</sup>, 166 hab/km<sup>2</sup> 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 Município<sup>2</sup>, 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 mundo<sup>3</sup>, 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%).

O bairro Sumaré é resultado do loteamento original da Sociedade Paulista de Terrenos e Construções Sumaré Ltda, pertence ao distrito de Perdizes com área de 6,3 Km<sup>2</sup>, com população de 97.706 habitantes, densidade de 160,17 hab./ha e IDH 0,957 (dados de 2010).

As principais vias do bairro são Rua Heitor Penteado, Rua Apinagés, Avenida Sumaré, Avenida Doutor Arnaldo e Avenida Professor Alfonso Bovero, por onde circulam linhas de ônibus para as zonas Oeste, Sul e Norte de São Paulo. Além disso, o bairro é servido por duas estações de metrô da Linha 2 - Verde: Estação Sumaré e Estação Vila Madalena.

No Bairro do Sumaré foi inaugurado o primeiro canal de televisão da América Latina, a TV Tupi, em 1950. Em 1983 foi construída ali a primeira sede da Rede Manchete em São Paulo, idealizada por Oscar Niemeyer. No ano de 1991 o SBT reativou seus estúdios no bairro, onde foram gravadas algumas de suas novelas, além do talk-show Jô Soares Onze e Meia. Esses estúdios foram parcialmente abandonados em 1996, quando a emissora mudou-se para o CDT da Anhanguera.

Sediou a primeira escola de samba da zona oeste, Tom Maior, fundada em 1973 e na época com sede e ensaios realizados na Rua Oscar Freire, justamente onde hoje se encontra a estação de Metrô que leva o nome do bairro, onde existiu a Feira Moderna até meados de 1976 quando foi construída a Avenida Paulo VI.

A unidade Sumaré está localizada a 100 metros da Estação Sumaré, linha verde do Metrô, atraindo o público que trabalha nas imediações (Av. Paulista e adjacências) e que se locomove pela cidade utilizando as linhas do Metrô.

A Faculdade Sumaré, considerando as características dessa região entende que o Curso de Comunicação Institucional venha a contribuir para possibilidade de realização do anseio de profissionalização na área docente, de parte desse público que trabalha em uma das principais regiões financeiros e comerciais do país.

No que se refere à viabilidade de se oferecer o curso, na unidade Sumaré da Faculdade Sumaré, localizada em na região de Sumaré, nota-se uma grande concentração populacional não apenas nesse bairro, mas em outros próximos.

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.

#### **4.2.1 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 específica 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 de 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:

Resolução CNE/CP 3 de 18 de dezembro de 2002 e Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (Portaria Normativa 12/2006) além das legislações específicas voltadas as questões étnico-raciais e para o ensino da História e Cultura Afro-Brasileira e

Indígena (Lei 11.645 de 10/03/2008; Resolução CNE/CP Nº 01 de 17/06/2004), Sustentabilidade (Lei Nº 9.795 de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002), Direitos Humanos (Resolução Nº 1/2012), Libras (Dec. Nº 5.626/2005), Portaria Normativa Nº 40 de 12/12/2007, alterada pela Portaria Normativa MEC Nº 23 de 01/12/2010, publicada em 29/12/2010, Disciplina de Libras (Dec. Nº 5.626/2005), Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista (Lei Nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012), Carga horária mínima, em horas – para Cursos Superiores de Tecnologia (Portaria Nº10, 28/07/2006; Portaria Nº 1024, 11/05/2006; Resolução CNE/CP Nº3,18/12/2002).

A definição da estrutura curricular também abrangeu a avaliação das demandas de mercado na área. O Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional visa formar profissionais com enfoque teórico prático, tanto no tocante aos aspectos técnicos profissionalizantes quanto aos aspectos humanísticos. A estrutura curricular está centrada na utilização e integralização de tecnologias inovadoras na área de abrangência.

A organização curricular do curso 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 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.

O currículo é composto de unidades curriculares profissionalizantes e humanísticas. 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. 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 além de contar com docentes atuantes ou com vasta experiência profissional na disciplina ministrada.

Para o desenvolvimento destas competências profissionais e humanísticas, que se integram ao longo do curso, foram projetadas disciplinas dispostas em quatro módulos.

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.

#### **4.7. 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.

### **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.

#### **4.7.1 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.

#### **4.7.3 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.

#### **4.7.4 Política Nacional de Educação em Direitos Humanos**

O curso atende de forma multidisciplinar a Resolução N°1 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 não apenas, mas principalmente nas disciplinas de Administração Contemporânea, Tecnologia e Sociedade, Sustentabilidade e Responsabilidade Social, Comportamento nas Organizações, Recrutamento, Seleção de Desenvolvimento de Pessoal, Sistemas de Remuneração, Legislação Trabalhista, Estratégia e no Projeto Profissional Interdisciplinar.

Estas disciplinas 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.

A propagação deste conhecimento, integrado ao perfil do egresso, está envolvido nas atividades práticas orientadas estabelecendo uma reflexão a respeito dos temas estudados compartilhando conhecimento com a sociedade e; no compartilhamento da informação com colegas, organizações e sociedade de forma geral.

#### **4.7.5 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.

#### **4.8 Metodologias e Práticas Educacionais**

Na Faculdade, a formação apoia-se tanto na construção e apropriação de conhecimentos teóricos e de competências e habilidades, como no desenvolvimento de capacidades de processamento e aplicação de informações, na decisão racional, na capacidade de avaliação de projetos e de sua reformulação, enfim, na análise e reflexão crítica na ação, sobre a ação e durante a ação, convivendo e interagindo estudos teóricos e práticos, num só ambiente processual de formação. A interação com a realidade é uma tônica constante, de forma a aliar os estudos teóricos com a experiência e vivências efetivas da realidade, objeto de estudos nos diversos cursos.

As Unidades contam com estruturas especiais de laboratórios de informática, adequados em hardware e softwares, de acordo com as exigências dos planos de ensino e, conseqüentemente, dos Projetos Pedagógicos dos Cursos.

As bibliotecas disponibilizam ao aluno o acervo necessário para cada disciplina e para a investigação científica, e estão equipadas com tecnologia de busca do acervo, com acesso remoto, permitido de qualquer local, mesmo fora das instalações da Faculdade.

As metodologias dos cursos da Faculdade Sumaré promovem o desenvolvimento e a formação profissional de seus alunos. Assim, as atividades pedagógicas dos cursos, descritas a seguir, proporcionam a articulação da teoria com a prática, assim como a investigação científica.

Ensino e aprendizagem

Desde o início de suas atividades, a Faculdade Sumaré tem como política a utilização de instrumental tecnológico avançado, equipando todas as salas de aula com o computador do professor, data show, e acesso à internet.

São comuns nos cursos momentos de convivência, de relação e de interação grupal que permite, aos alunos, a aprendizagem de forma colaborativa, participativa, somativa, analisando e avaliando, comprovando e modificando os aspectos relativos aos processos de ensino e aprendizagem, além do compartilhamento de problemas, fracassos e sucessos, desenvolvendo, desta forma, sua autonomia.

Em todas as disciplinas, os alunos contam com o apoio de um ambiente virtual, o LMS – Learning Management System NEOLUDE, onde podem acessar os conteúdos 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 da sala de aula mesquem-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.

O uso pedagogicamente planejado das ferramentas de comunicação permite a criação de comunidades de aprendizagem, onde se compartilham ideias, dúvidas, socializam-se experiências e trabalham-se grupos temáticos, pesquisas e estudos de casos.

O uso da internet em sala de aula desperta para o conhecimento do aluno a vasta gama de informações que o ambiente digital oferece em um menor prazo. É de conhecimento público, a grande quantidade de dados ofertados pelos sites, bem como a reprodução de críticas, elogios, prêmios, reconhecimentos. Um grande exemplo a ser citado é a pesquisa da palavra recursos humanos, com 76.000.000 de resultados apurados em 0,24 segundos, no google (25/09/2012, às 11h42). Esta evidência faz uma reflexão positiva a respeito da forma adotada pela Instituição referente às práticas de mercado, cujo um dos objetivos é alinhar o conhecimento à prática do cotidiano.

Simultaneamente a valorização das questões tecnológicas, fundamentais em nosso cotidiano, estimula-se a produção oral tecnicamente orientada, feita por meio da exposição de trabalhos pelos alunos na presença de docentes que auxiliam na convergência das questões teóricas na prática, possibilitando aos alunos o exercício de sua capacidade de discurso, trazendo experiências do cotidiano para debate em sala de aula, desenvolvendo as suas habilidades de planejamento individual e seu comportamento para com o grupo, despertando seu senso crítico e estimulando sua habilidade de gerenciar conflitos.

Os alunos são motivados a estender o conhecimento a comunidade a partir da organização e realização de projetos de atendimentos de Recursos Humanos,

proporcionando subsídios à elaboração de currículos da comunidade, além de feiras de Inovação, exposição de trabalhos integrando a comunidade ao ensino superior.

O uso de recursos tecnológicos, slides, projetores, computador é estimulado desde o primeiro semestre, seguindo da mesma forma até a finalização do curso. Essa forma de ensino possibilita ao aluno um aprendizado contínuo e efetivo no uso de ferramentas de apoio, além da promoção de sua intelectualidade e postura.

Essa forma de ensino aprendizagem que se apoia no uso de recursos da tecnologia associada a estímulos para o desenvolvimento da intelectualidade promove o exercício da autoaprendizagem, a construção do conhecimento e o desenvolvimento da autonomia intelectual do aluno em um mercado de trabalho onde o profissional precisa atender as competências relacionadas à agilidade, à flexibilidade, à capacidade de interpretação e racionalização de atividades do seu cotidiano sempre de forma ética e responsável.

Os conteúdos de aulas são registrados no diário eletrônico de classe, assim como a frequência dos alunos e as notas. Todas as informações são compartilhadas de modo “on line” em tempo real.

### **Atividades práticas e resolução de problemas**

É comum, por parte dos professores, a utilização de atividades práticas para o ensino da Faculdade Sumaré, a fim de aproximar a academia do mercado de trabalho de cada curso.

Um modelo de educação e de formação profissional para atender a essas necessidades deve partir dos problemas e práticas emergentes da própria dinâmica da vida social e do mundo do trabalho, com vistas a analisá-los e apontar soluções sistemáticas e racionais. Esse exercício cognitivo impõe o estabelecimento de uma relação entre a prática e a teoria, isto é, um olhar para os fenômenos a partir de uma reflexão teórica, permeada por uma concepção dialética de ciência.

O CST em Gestão de Recursos Humanos conta com duas questões importantes no tocante às atividades práticas e a resolução de problemas. A primeira questão se refere a composição de um corpo docente alinhado às necessidades das disciplinas, formado por profissionais de extremo conhecimento na área de atuação, favorecendo a discussões práticas, alinhando conceito à mercado de trabalho. A segunda questão refere-se à grade do curso, cujas disciplinas estão totalmente adaptadas às necessidades do mercado de trabalho ressaltando aspectos técnicos, por exemplo, pelas disciplinas de Gestão de Segurança no trabalho, Administração de Pessoal, Cálculos Trabalhistas, Recrutamento e Seleção, Cultura e Clima Organizacional, Consultoria de Recursos Humanos, dentre outras.

Outra importante característica do curso é o forte estímulo para os aspectos práticos e a realidade de mercado. O aspecto prático 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 além de contar com docentes atuantes ou com vasta experiência profissional na disciplina ministrada.

As atividades práticas possibilitam trabalhos em equipe, que visam à utilização de tecnologias em sala e/ou na biblioteca e o desenvolvimento de projetos onde o aluno aplica toda a teoria na prática integrando conhecimentos, atitudes, habilidades para uma reflexão crítica propondo soluções.

#### **4.8.1 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 - 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 - 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 - 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 - 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.

#### **4.8.2 Educação a Distância - Tutoria e Comitê Multidisciplinar**

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, uma disciplina é oferecida nessa modalidade, com o acompanhamento de um professor, para possibilitar ao aluno a autoaprendizagem, a construção do conhecimento e o desenvolvimento da autonomia intelectual.

Os 20% a distância permite maior visibilidade ao projeto junto à comunidade docente e discente. Para que este processo fosse fluido e trouxesse resultados na aprendizagem, algumas ações contínuas foram implantadas:

- Atendimento e orientação a professores e coordenadores sobre como usar o ambiente on-line como coadjuvante da aprendizagem presencial. Esse atendimento foi e é continuamente oferecido de forma presencial, em oficinas de ensino a distância;
- Assistência regular aos professores e alunos por e-mail e por telefone;
- Orientação presencial, em sala de aula, aos alunos para acesso ao ambiente, consulta a materiais e uso do ferramental de comunicação;
- Monitoria permanente do andamento das atividades a distância dos cursos;
- Reuniões de abertura e encerramento do semestre integrando coordenadores, professores e tutores;
- Os professor tutores são também conteudistas com formação e aderência para liderar fóruns de discussão na disciplina sob sua responsabilidade;
- A CPA avalia o funcionamento da ferramenta virtual, tal como os tutores e professores do curso, possibilitando a cada um e a coordenadoria do curso conhecer aspectos a serem aprimorados em função da avaliação discente;
- Os resultados da CPA são apresentados institucionalmente e discutido nas reuniões estratégicas institucionais (NDE's, colegiados, representantes de sala) além de terem amplo processo de divulgação.

Há um Plano Operacional de Gestão do Ensino a Distância, monitorado pelo Comitê Multidisciplinar que verifica o andamento das ações em andamento para melhoria do processo de tutoria e funcionamento das ferramentas e metodologias virtuais.

O comitê multidisciplinar é liderado pelo Coordenador de Ensino a Distância e conta com o *expertise* de profissionais tidos como referência quer seja por titulação, aderência, propriedade sobre o tema discutido que reúnem-se periodicamente para discutir metodologias, melhorias além de monitorar um Plano de Ação próprio voltado ao andamento das melhorias planejadas no período. As discussões ficam registradas em ata específica e ainda conta com designação da Diretoria Geral.

#### **4.8.3 Educação a Distância – Disciplinas e Conteúdos**

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 Comunicação Institucional, 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 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.

#### **4.9 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 5o. semestre mas aberta a quem tiver interesse. Na área financeira Gestão de Recursos Próprios e Imposto de Renda para pessoa física e jurídica, tendo como público alvo alunos do 5o. semestre mas aberta a quem tiver interesse Palestra do conselho Regional de Administração extensivo a todos os cursos de gestão Saídas culturais para feira Intermodal e visita aos Museus de Língua Portuguesa e Pinacoteca.



#### 4.10 Matriz Curricular

<b>Módulo A - Gestão de Comunicação</b>	
Componente curricular	CH
Tecnologia e Sociedade - EAD	80
Projeto Profissional Interdisciplinar - Papel do profissional em Comunicação Institucional	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
<b>Subtotal</b>	<b>400</b>
<b>Módulo B - Comunicação Integrada de Marketing</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>400</b>
<b>Módulo C - Criação e Criatividade</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>400</b>
<b>Módulo D - Comunicação Com clientes internos e externos</b>	
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 Inclusão na Comunicação Institucional	50
Assessoria Estratégica em Comunicação	50
<b>Subtotal</b>	<b>400</b>
<b>CARGA HORÁRIA PARCIAL</b>	<b>1600</b>
<b>EAD</b>	<b>320</b>

#### 4.11 Ementas e Bibliografias por Unidades Curriculares

##### Módulo A

<b>Administração Contemporânea</b>	
<b>Módulo A</b>	<b>Carga Horária: 50 h</b>
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 <a href="http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-91042003000100005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-91042003000100005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> 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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552012000200003&amp;lng=en&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552012000200003&amp;lng=en&amp;nrm=iso</a> .
--	---

<b>Fundamentos de Comunicação e Marketing</b>	
<b>Módulo A</b>	<b>Carga Horária: 50 h</b>
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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-75902006000200014&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-75902006000200014&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>
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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000200002&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000200002&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>

	<p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000300004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000300004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a></p>
--	--

<b>Teorias de Comunicação e Audiência</b>	
<b>Módulo A</b>	<b>Carga Horária: 50 h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Conteúdo</b>	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.
<b>Bibliografia Básica:</b>	<p>BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa. São Paulo: Manole, 2003.</p> <p>KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006.</p> <p>BELCH, Michael A.; BELCH, George E. Propaganda e Promoção - Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: McGraw Hill, 2008. 936p.</p> <p>DELOUYA, Daniel. Acerca da comunicação: entre Freud (1895) e Klein (1946). <i>Ágora</i> (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, jun. 2002. Disponível em <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1516-14982002000100006&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1516-14982002000100006&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a></p>
<b>Bibliografia Complementar:</b>	<p>SCOTT, David Meerman. Marketing e comunicação em tempo real. São Paulo: Évora, 2011.</p> <p>CHINEM, Rivaldo. Introdução à comunicação empresarial. São Paulo: Saraiva, 2010.</p> <p>OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. Nova York: Prentice Hall Ptr, 2002.</p> <p>THOMAZ, José Carlos; BRITO, Eliane Pereira Zamith. Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. <i>Rev. adm. contemp.</i>, Curitiba, v. 14, n. 2, abr. 2010. Disponível em <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-6552010000200004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-6552010000200004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a></p> <p>PIMENTA, Márcio Lopes; SILVA, Andrea Lago da; YOKOYAMA, Marcos Hideyuki. Integração entre logística e marketing: fatores críticos na perspectiva de interação e</p>

	colaboração. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre, v. 17, n. 3, dez. 2011 . Disponível em <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1413-23112011000300006&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1413-23112011000300006&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>
--	--

<b>Tecnologia e Sociedade-EAD</b>	
<b>Módulo A</b>	<b>Carga Horária: 80h</b>
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:	<p>CRUZ, Franklin Nelson da. Ciências da natureza e realidade: interdisciplinar. Natal, EDUFRN Editora da UFRN, 2005.</p> <p>KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Ciência, Tecnologia e Sociedade no Brasil, São Paulo: Editora Alínea, 2012.</p> <p>CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.</p> <p>MACHADO, Carlos José Saldanha Tecnologia, Meio Ambiente e Sociedade: Uma introdução aos modelos teóricos. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2003. Disponível em: <a href="http://books.google.com.br/books?id=sCI9hALrp4kC&amp;pg=PA15&amp;dq=Tecnologia+em+Sociedade&amp;hl=ptBR&amp;sa=X&amp;ei=YOAwUd7PLcje0qGlqoDwCA&amp;sqi=2&amp;ved=0CEAQ6AEwAg">http://books.google.com.br/books?id=sCI9hALrp4kC&amp;pg=PA15&amp;dq=Tecnologia+em+Sociedade&amp;hl=ptBR&amp;sa=X&amp;ei=YOAwUd7PLcje0qGlqoDwCA&amp;sqi=2&amp;ved=0CEAQ6AEwAg</a>. Acesso em 20/02/16</p>
Bibliografia Complementar:	<p>ALMEIDA, Marco Antonio de. A produção social do conhecimento na Sociedade da Informação. Informação &amp; Sociedade: Estudos, João Pessoa, v.19, n.1, p. 11-18.</p> <p>PORTELA, TarlisTortelli. Interferência da Tecnologia nas Relações Sociais. IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade, UTFPR Curitiba, 2011.</p> <p>ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Aspectos e Contribuições do Uso de Tecnologia da Informação. São Paulo: Editora Atlas, 2006.</p> <p>COSTA, Francisco de Assis. Ciencia, Tecnologia E Sociedade Na Amazônia: Questões Para O Desenvolvimento Sustentável, Belém: Cejup, 1998 In: <a href="http://books.google.com.br/books?id=6Md70_ITi8EC&amp;printsec=frontcover&amp;dq=ciencia,+tecnologia+e+sociedade&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=3MojUcDhBZC68wSEvoGYBg&amp;ved=0CDUQ6AEwAA">http://books.google.com.br/books?id=6Md70_ITi8EC&amp;printsec=frontcover&amp;dq=ciencia,+tecnologia+e+sociedade&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=3MojUcDhBZC68wSEvoGYBg&amp;ved=0CDUQ6AEwAA</a></p> <p>DAVILA, Tony, EPSTEIN Mark J., SHELTON Robert. As Regras da Inovação, Porto Alegre, 2006 In: <a href="http://books.google.com.br/books?id=bRTQy4L8YcgC&amp;pg=PA55&amp;dq=inova%C3%A7%C3%A3o+tecnologica&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=i8wjUYbEIYjK9QSNuYDQDA&amp;ved=0CE8Q6AEwBQ#v=onepage&amp;q=ino">http://books.google.com.br/books?id=bRTQy4L8YcgC&amp;pg=PA55&amp;dq=inova%C3%A7%C3%A3o+tecnologica&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=i8wjUYbEIYjK9QSNuYDQDA&amp;ved=0CE8Q6AEwBQ#v=onepage&amp;q=ino</a></p>

	<p><a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006">va%C3%A7%C3%A3o%20tecnologica&amp;f=false</a></p> <p>Acesso em Março 2013.</p> <p>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.</p> <p>Disponível em: <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006">http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006</a></p> <p>Acesso em 3 de fevereiro de 2016.</p>
--	--

<b>Projeto Profissional Interdisciplinar I – campos de atuação</b>	
<b>Módulo A</b>	<b>Carga Horária: 120h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Bibliografia Básica:</b>	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.
<b>Bibliografia Complementar:</b>	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. Ciência, Tecnologia E Sociedade Na Amazônia: Questões Para O Desenvolvimento Sustentável, Belém: Cejup, 1998 In: <a href="http://books.google.com.br/books?id=6Md70_ITi8EC&amp;printsec=frontcover&amp;dq=ciencia,+tecnologia+e+sociedade&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=3MojUcDhBZC68wSEvoGYBg&amp;ved=0CDUQ6AEwAA">http://books.google.com.br/books?id=6Md70_ITi8EC&amp;printsec=frontcover&amp;dq=ciencia,+tecnologia+e+sociedade&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=3MojUcDhBZC68wSEvoGYBg&amp;ved=0CDUQ6AEwAA</a> DAVILA, Tony, EPSTEIN Mark J., SHELTON Robert. As Regras da Inovação, Porto Alegre, 2006 In: <a href="http://books.google.com.br/books?id=bRTQy4L8YcgC&amp;pg=PA55&amp;dq=inova%C3%A7%C3%A3o+tecnologica&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=i8wjUYbEiYjK9QSNuYDQDA&amp;ved=0CE8Q6AEwBQ#v=onepage&amp;q=inova%C3%A7%C3%A3o%20tecnologica&amp;f=false">http://books.google.com.br/books?id=bRTQy4L8YcgC&amp;pg=PA55&amp;dq=inova%C3%A7%C3%A3o+tecnologica&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=i8wjUYbEiYjK9QSNuYDQDA&amp;ved=0CE8Q6AEwBQ#v=onepage&amp;q=inova%C3%A7%C3%A3o%20tecnologica&amp;f=false</a> 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: <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006">http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482004000100006</a> KERZNER, Harold R. Gestão de Projetos: As Melhores Práticas, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2017. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.

## Módulo B

<b>Publicidade e Propaganda Institucional</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Bibliografia Básica</b>	GIACOMINI FILHO, Gino. Consumidor versus propaganda. São Paulo: Summus, 1991. 168p

	<p>BELCH, George E.; BELCH, Michael A.. Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. 7 ed. São Paulo: Mcgraw-Hill, 2008 818p.</p> <p>TAHARA, Mizuho. Mídia. São Paulo: Global, 1998. 118p</p> <p>51</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000200005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000200005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>.</p>
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>REINALDO, Dias. Marketing Ambiental. São Paulo: Editora Atlas, 2013.</p> <p>PINHO, J.B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papirus, 1991. 194p.</p> <p>RIBEIRO, Júlio. et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1989. 430p.</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-89102011000100024&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-89102011000100024&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>.</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552010000100005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552010000100005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>.</p>

<b>Comunicação Jurídica</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	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. Explicação do processo de registro de marcas e patentes (INPI).
<b>Conteúdo</b>	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.
<b>Bibliografia Básica</b>	<p>BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F.. Comportamento do Consumidor. Tradução Eduardo Teixeira Ayrosa. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 606p.</p> <p>Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Rideel, 2010. 140p.</p> <p>FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W .. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR. 8. ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2000</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-75902003000400004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-75902003000400004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a></p>
<b>Bibliografia Complementar</b>	<p>BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado. Saraiva, 2011. GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor. Pioneira, 2011</p> <p>MAMEDE, Gladston. Direito Empresarial Brasileiro. São Paulo: Atlas, 2011. 416p.</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0104-12902002000200004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0104-12902002000200004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a></p>

	RANGEL-S., Maria Ligia. Epidemia e mídia: sentidos construídos em narrativas jornalísticas. Saúde soc., São Paulo, v. 12, n. 2, dez. 2003 . Disponível em <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0104-12902003000200002&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0104-12902003000200002&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>
--	---

<b>Redação Institucional e Publicitária</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Bibliografia Básica</b>	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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000200005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000200005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> .
<b>Bibliografia Complementar</b>	REINALDO, Dias. Marketing Ambiental. São Paulo: Editora Atlas, 2013. PINHO, J.B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papyrus, 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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-89102011000100024&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0034-89102011000100024&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> . 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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-6552010000100005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-6552010000100005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> . acessos em 07 mar. 2016.

<b>Gerência da Comunicação Organizacional e Relações Públicas</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	Compreensão da importância do retorno sobre os investimentos das ações 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.
<b>Bibliografia Básica</b>	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.
<b>Bibliografia Complementar</b>	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

<p>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.</p>
--

<b>Sustentabilidade e Responsabilidade Social - EAD</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 80h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Bibliografia Básica:</b>	<p>BARBIERI, José Carlos; <b>Gestão Ambiental Empresarial – Conceitos, Modelos e Instrumentos</b>. São Paulo, Saraiva, 2ª. Ed. 2007.</p> <p>PHILIPPI JR, Arlindo; ROMERO, Marcelo de Andrade; BRUNA, Gilda Collet. <b>Curso de Gestão Ambiental</b>. Barueri, Manole, 2004.</p> <p>TACHIZAWA, T. <b>Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa</b>. São Paulo, Atlas, 2010.</p> <p>OLIVEIRA, José. E. P. <b>Empresas na Sociedade</b>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.</p> <p>Disponível em: <a href="http://books.google.com.br/books?id=ZNI-FoIT6xUC&amp;printsec=frontcover&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CD0Q6AEwAA#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false">http://books.google.com.br/books?id=ZNI-FoIT6xUC&amp;printsec=frontcover&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CD0Q6AEwAA#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false</a></p>
<b>Bibliografia Complementar:</b>	<p>BELLEN, Hans Michael van. <b>Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa</b>. Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2006.</p> <p>SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. <b>ISO 14001 Sistemas de Gestão Ambiental: implantação objetiva e econômica</b>. São Paulo, 3ª edição, Atlas, 2008</p> <p>MATTAROZZI, Victorio e TRUNKL, Cássio. <b>Sustentabilidade No Setor Financeiro</b>. São Paulo: SENAC, 2008. Disponível em: <a href="http://books.google.com.br/books?id=rEQSfp3pJJMC&amp;pg=PA31&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CD8Q6AEwAQ#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false">http://books.google.com.br/books?id=rEQSfp3pJJMC&amp;pg=PA31&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CD8Q6AEwAQ#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false</a></p> <p>GARCIA, Bruno Gaspar. <b>Responsabilidade social: A Contribuição das Universidades</b>, Volume 4. São Paulo: Peirópolis, 2005. Disponível em: <a href="http://books.google.com.br/books?id=59XJL8OIKRYC&amp;pg=PA152&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CGQQ6AEwCA#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false">http://books.google.com.br/books?id=59XJL8OIKRYC&amp;pg=PA152&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CGQQ6AEwCA#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false</a>. Acesso em 27/02/2013.</p> <p>LIMA, Paulo Rogério dos Santos. <b>Responsabilidade social a experiência do Selo Empresa Cidadã na cidade de São Paulo</b>. São Paulo: PUC, 1999. Disponível em: <a href="http://books.google.com.br/books?id=eky_OAV55dgC&amp;pg=PA67&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CFAQ6AEwBA#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false">http://books.google.com.br/books?id=eky_OAV55dgC&amp;pg=PA67&amp;dq=Sustentabilidade+e+Responsabilidade+Social&amp;hl=pt-BR&amp;sa=X&amp;ei=Au0wUbbkCljG9gTo8oDYDA&amp;ved=0CFAQ6AEwBA#v=onepage&amp;q=Sustentabilidade%20e%20Responsabilidade%20Social&amp;f=false</a></p>

<b>Projeto Profissional Interdisciplinar – Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação.</b>	
<b>Módulo B</b>	<b>Carga Horária: 120 h</b>
<b>Ementa</b>	Estudo interdisciplinar relacionado a Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação, contemplando aspectos tanto teóricos como práticos. Introdução a

	<p>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.</p> <p>Aprofundamento da habilidade de gerenciamento de conflitos requisitada no trabalho em grupo. Introdução a escrita de trabalhos científicos através das regras ABNT.</p> <p>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</p>
Bibliografia Básica:	<p>DIZARD, Wilson. A Nova Mídia: A comunicação na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.</p> <p>COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Cia. Editora Nacional; Edusp, 1971.</p> <p>DE FLEUR, Melvin. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.</p>
Bibliografia Complementar:	<p>GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1991, 159p.</p> <p>MAXIMIANO, Antonio C. A. Administração de Projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2009</p> <p>SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2007. 303p.</p> <p>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.</p> <p>FLICK, Uwe. Introdução à Pesquisa Qualitativa, 3rd Edition. ArtMed, 2008-01-01. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré, acesso em 21/12/2016.</p>

## Módulo C

<b>Processos Gráficos</b>	
<b>Módulo C</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
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:	<p>COLLARO, Antonio Celso. Projeto gráfico - teoria e prática de diagramação. São Paulo: Summus, 1985.</p> <p>GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.</p> <p>NETO, Mário Carramillo. Contato imediato com produção gráfica. São Paulo: Global, 1987</p> <p>RIBEIRO, Milton. Planejamento visual gráfico. 7 ed. rev. ampl. Brasília: Linha Gráfica, 1998.</p>
Bibliografia	SILVA, Rafael Souza. Diagramação - o planejamento visual gráfico na comunicação

Complementar:	<p>impressa. São Paulo: Summus, 1985.</p> <p>BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico (versão 3.0). São Paulo: Cosac Naify, 2005.</p> <p>CHIJIWA, Hideaki. Color harmony - a guide to creative color combinations. Gloucester, Massachusetts: Rockport Publishers, 1987.</p> <p>DONDIS, A. Donis. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1999.</p> <p>FALLEIROS, Dario Pimentel. O mundo gráfico da informática - editoração eletrônica, design gráfico &amp; artes digitais. São Paulo: Futura, 2003.</p> <p>LESSA, Washington Dias. Dois estudos de comunicação visual. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.</p>
---------------	---

<b>Design Gráfico para Publicidade e Propaganda Institucional</b>	
<b>Módulo C</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	Utilização de representações simbólicas. Critérios na escolha adequada de cores, formas, texturas para fins de comunicação institucional.
<b>Bibliografia Básica:</b>	<p>AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul; FURMANKIEWICZ, Edson. Dicionário visual de design gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2009</p> <p>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</p> <p>KOPP, Rudinei. Design gráfico cambiante. 2. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004</p>
<b>Bibliografia Complementar:</b>	<p>NEWARK, Quentin. O que é design gráfico?. Porto Alegre: Artmed, 2009</p> <p>ROBIN, Williams. Design para quem não é designer, São Paulo, Callis, 2005. VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. São Paulo, 2AB Editora, 2008</p> <p>HOLLIS, Richard. Design Gráfico – Uma História Concisa, São Paulo: Martins Fontes, 2001</p> <p>ZAPATERRA, Yolanda. Diseño editorial. Barcelona : 2007</p> <p>WHITE, Jan V. Edição e Design, São Paulo, JSN, 2006</p> <p>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.</p>

<b>Linguagens de Comunicação e Mídias</b>	
<b>Módulo C</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	Aspectos básicos da linguagem audiovisual; princípios de produção audiovisual; hierarquização entre imagem e som.
<b>Bibliografia Básica:</b>	<p>GAGE, Leighton David e Mayer, Claudio. O Filme Publicitário. São Paulo: Atlas, 1991.</p> <p>WISNIK, José Miguel. O som e o sentido: uma outra história das músicas. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.</p> <p>Básica ARMES, Roy. On Video: O Significado do Vídeo nos Meios de Comunicação. Editora Summus: 1999.</p> <p>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.</p>
<b>Bibliografia Complementar:</b>	<p>XAVIER, Ismail. O Discurso Cinematográfico: a Opacidade e a Transparência. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1984.</p> <p>VANOYE, Francis. Ensaio sobre a análise fílmica. Campinas: Papyrus Editora, 2005.</p> <p>WATTS, Harris. On Camera: O Curso de Produção de Filme e Vídeo da BBC. São</p>

<p>Paulo: Summus, 1990</p> <p>ARMES, Roy. On Video: O Significado do Vídeo nos Meios de Comunicação. Editora Summus: 1999.</p> <p>DANCYGER, Ken. Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo: Historia Teoria e Prática . Editora Campus: 2009.</p> <p>BRUCE, Andy, BRICHALL, David. Via Expressa para o Sucesso em Inovação - Tudo que Você Precisa para Acelerar sua Carreira. Bookman, 01/2011. [Bookshelf Online].</p>
---

<b>Gestão Financeira de Projetos Comunicacionais</b>	
<b>Módulo C</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
<b>Ementa</b>	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.
<b>Bibliografia Básica:</b>	<p>LEONE, G. S. G. Custos: Planejamento, Implantação e Controle. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>TUDE, J. M.; MELLO, L. M.; VASCONCELOS, Y. Captação de Recursos para Projetos. Curitiba: IESDE, 2012.</p> <p>REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo, Editora Summus, 1986.</p> <p>YANAZE, Mitsuru Higuchi. Retorno de Investimentos em Comunicação: avaliação e mensuração. São Caetano do Sul, SP. Editora Difusão, 2010.</p>
<b>Bibliografia Complementar:</b>	<p>CORBARI, E. C.; MACEDO, J. J. Administração estratégica de custos. Curitiba: IESDE, 2012.</p> <p>LEONE, G. S. G.; LEONE, R. J. G. Os 12 mandamentos da Gestão de Custos. Rio de Janeiro: FGV, 2007.</p> <p>HIRSCHFELD, Henrique. Engenharia Econômica e Análise de Custos. 6ª edição. São Paulo, Editora Atlas, 1998.</p> <p>PADOVESE, Clóvis Luis. Controladoria Estratégica e Operacional: conceitos, estrutura, aplicação. 2ª Edição. São Paulo. Editora Cengage Learning, 2009.</p> <p>SOUZA, Alceu. Decisões Financeiras e análise de Investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª edição. São Paulo, Editora Atlas, 2012.</p>

<b>Projeto Profissional Interdisciplinar - Design e Produção</b>	
<b>Módulo C</b>	<b>Carga Horária: 120 h</b>
<b>Ementa</b>	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: <a href="http://www.sinprop.org.br/clipping/2004/170.htm">http://www.sinprop.org.br/clipping/2004/170.htm</a> 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.

<b>Filosofia - EAD</b>	
<b>Módulo C</b>	<b>Carga Horária: 80h</b>
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. <b>Comportamento humano nas organizações</b> . São Paulo: Atlas, 2010. VECCHIO, Robert P. <b>Comportamento Organizacional</b> . São Paulo: Cengage Learnig, 2008. BOWDITCH, J. L; BUONO, A. F. <b>Elementos de Comportamento Organizacional</b> . 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. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000300003">http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000300003</a> .

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

## 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	<p>ANDRADE, Renato Brenol. Manual de Eventos. São Paulo: EDUCS, 2008</p> <p>MATIAS, M. Organização de Eventos, Procedimentos e Técnicas. 2ª ed. São Paulo: Manole, 2002.</p> <p>ZANELLA, L. C. Manual de organização de eventos. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>GHEMAWAT, Pankaj. A Estratégia e o Cenário dos Negócios, 3rd Edition. Bookman, 01/01/2011. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.</p>

Bibliografia Complementar	<p>CESCA, Cleuza G. Gimenes. Organização de Eventos – Manual para Planejamento e Execução. São Paulo: Summus, 1997.</p> <p>MELO, Francisco Paulo. Eventos, Turismo e Criatividade. São Paulo: Contexto, 2000.</p> <p>ZITTA, C. Organização de eventos. São Paulo: SENAC, s.d.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>DORTA, Lurdes Oliveira. Fundamentos em Técnicas de Eventos - Série Tekne. Bookman, 01/2015. [Bookshelf Online]. Biblioteca Virtual da Faculdade Sumaré.</p>
---------------------------	--

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

	<p><a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552010000200004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552010000200004&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> Acesso em 08mar. 2013.</p> <p><a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552010000200004">http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552010000200004</a>.</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1413-23112011000300006&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1413-23112011000300006&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a></p>
--	--

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

<b>Assessoria Estratégica em Comunicação</b>	
<b>Módulo D</b>	<b>Carga Horária: 50h</b>
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.

	<p>KOTLER, Philip. Administração de marketing. Nova York: Prentice Hall Ptr, 2006.</p> <p>STEVENS, Robert, David L. Loudon, Bruce Wrenn et Al. Planejamento de marketing: guia de processos e aplicações práticas. São Paulo: Makron Books, 2001.</p> <p>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 &lt;<a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552011000500005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552011000500005&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>&gt;. acessos em 08 mar. 2013. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000500005">http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000500005</a>.</p> <p>EGGER-MOELLWALD, Lícia. Comunicação Corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade. São Paulo;Cengage Learning. 2011.</p> <p>TAVARES, Maurício. Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas 2009.</p>
Bibliografia Complementar	<p>DIAS, Sergio Roberto. (Coord.) Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.</p> <p>GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva – criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1990.</p> <p>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 &lt;<a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552011000400003&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552011000400003&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a>&gt;. acessos em 08 mar. 2013. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000400003">http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000400003</a>.</p> <p>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 <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552001000300003&amp;lng=pt&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1415-65552001000300003&amp;lng=pt&amp;nrm=iso</a> . acessos em 08 mar. 2013.</p> <p>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 em <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000500005&amp;lng=en&amp;nrm=iso">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1678-69712008000500005&amp;lng=en&amp;nrm=iso</a> .</p>

<b>Projeto Profissional Interdisciplinar - Gestão Estratégica</b>	
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.

<b>Comportamento nas Organizações - EAD</b>	
<b>Módulo D</b>	<b>Carga Horária: 80h</b>
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.

	<p>BOWDITCH, J. L; BUONO, A. F. Elementos de Comportamento. Organizacional. São Paulo: Pioneira, 2002.</p> <p>SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Medidas do comportamento organizacional. Estud. psicol. (Natal) [online]. 2002, vol.7, n.spe, pp. 11-18. ISSN 1413-294X. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000300003">http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000300003</a>.</p> <p>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. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000300005">http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000300005</a></p>
Bibliografia Complementar	<p>ROBBINS, Stephen. Comportamento Organizacional. Pearson Prentice Hall: Rio, 2006</p> <p>SCHERMERHORN JR., J. R.; HUNT, J. G &amp; OSBORN, R. N. Fundamentos do comportamento organizacional. Porto Alegre: Bookman, 1999</p> <p>BERGAMINI, Cecília Whitaker; TASSINARI, Rafael. Psicopatologia do Comportamento Organizacional: Organizações Desorganizadas, mas Produtivas. 1ª Ed. São Paulo: Cengage Learning. 2008.</p> <p>TORRES JUNIOR, Alvaír 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. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482002000200013">http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482002000200013</a>.</p> <p>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. <a href="http://dx.doi.org/10.1590/S1414-98932011000300003">http://dx.doi.org/10.1590/S1414-98932011000300003</a></p>

## **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 Ouvidoria**

A Faculdade Sumaré possui um programa de ouvidoria para acompanhamento aos discentes, compreendendo um conjunto de serviços e ações desenvolvidos por uma Coordenadoria Específica.

As solicitações dos alunos são acolhidas eletronicamente, analisadas e categorizadas por colaboradores, encaminhando as demandas para as áreas de suporte ou coordenação de cursos. A questão é analisada com base em fatos ou documentação comprobatória e os retornos são realizados pela ouvidoria em resposta a demanda. Caso seja necessário, o coordenador, gestor, professor ou psicopedagogo atende o discente in loco.

### **5.3 Projeto Recuperação de Aprendizagem**

Este projeto tem por objetivo acompanhar o desenvolvimento pedagógico do aluno, realizando um plano de intervenção pedagógica sempre que identificadas dificuldades de aprendizagem. O projeto é desenvolvido ao longo do semestre com a gestão dos resultados do aluno, pelos coordenadores e através do colegiado do curso com orientações personalizadas, indicação de outras intervenções institucionais e ainda aplicação de aulas de reforço ao longo do semestre. Uma ferramenta além do acompanhamento da realização das atividades virtuais e da prova presencial é o resultado da Prova Institucional Qualis que apresenta quais conteúdos eventualmente não estão obtendo êxito no processo de ensino aprendizagem e precisam ser revistos em termos de Plano de Ensino, aperfeiçoamento de exercícios da escolha de dinâmicas da ferramenta de aprendizagem.

### **5.4 Prova Institucional**

Projeto em que o aluno realiza semestralmente uma prova padronizada e elaborada de acordo com a abordagem cobrada no ENADE, focando a formação geral, visando contribuir no processo de avaliação e autonomia dos alunos através da padronização de ações avaliativas que utilizem provas para toda a instituição. A partir dos relatórios são feitos diagnósticos que são discutidos com os alunos e professores, propondo ações de melhoria na aprendizagem dos alunos.

### **5.5 Núcleo de Empregabilidade**

O Núcleo de Empregabilidade foi criado para atender ao aluno preparando-o para o mercado de trabalho. Atua, através de atendimento extraclasse, no suporte às atividades obrigatórias de estágios obrigatórios e não-obrigatórios. Também são promovidas atividades de orientação sobre processo de seleção de pessoal, elaboração de currículo, comportamento em entrevista, participação em atividades de grupo, que ajudam no rito de saída, permitindo vivenciar sua formação acadêmica e ingresso no mercado de trabalho.

Há uma coordenadoria especialmente designada para cuidar dos convênios com os parceiros CIEE, associações de escolas municipais, Nube e algumas empresas específicas.

### **5.6 Núcleo de Apoio Social**

O Núcleo de Apoio Social atua no apoio financeiro através de convênios com instituições financeiras, com o governo federal e recursos próprios, além de sistema de negociação on-line. A Faculdade está cadastrada no FIES e PROUNI.

#### Política de Bolsa

O apoio aos estudantes nos aspectos financeiros ocorrerá através de convênios com instituições financeiras, com o governo federal e recursos próprios.

A Faculdade oferece uma central de relacionamentos, exclusiva, para Programas de Bolsas e Financiamentos com fins de realizar o atendimento aos alunos. Conta com profissionais capacitados para orientar sobre situação financeira e social, motivando os alunos a encontrarem a melhor forma de pagar seus estudos.

A Faculdade está cadastrada para os financiamentos governamentais FIES (Financiamento Estudantil) e PROUNI (Programa Universidade para Todos).

#### Bolsa Social

Funcionários da Faculdade que estudam e necessitam de auxílio para se manterem podem se inscrever para bolsas trabalho, que serão concedidas através de descontos em mensalidades escolares até a possibilidade de isenção de pagamentos.

Funcionários têm direito a bolsa de estudos integral em todas as funções institucionais (docente ou não) além de ainda poderem inserir familiares no processo. O Curso de Pós-Graduação de Gestão de Pessoas e Psicopedagogia é totalmente subsidiado pela Faculdade Sumaré.

### **5.7 Apoio Psicopedagógico**

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 presencial conta ainda com colaboradores com as seguintes funções: Gestor, técnicos administrativos com boa formação e subsidiados por uma liderança central que possibilitam o adequado suporte discente relacionado a questões financeiras, administrativas e até pedagógicas dependendo do assunto.

O discente conta com uma estrutura de atendimento virtual, denominada *Call Center*, com atendimentos via chat ou telefone atendendo prontamente a demanda ou encaminhando a solicitação para área de suporte (financeiro, secretaria, etc).

A consolidação de atendimentos presenciais e virtuais integra e supre com excelência o atendimento ao discente. Os resultados dos questionários da Comissão Própria de

Avaliação (CPA) e a análise das ouvidorias possibilitam avaliar a qualidade da estrutura do atendimento ao discente incrementando processos e atividades relacionadas aos serviços.

### **5.8 Apoio às atividades acadêmicas**

Compreende a realização de várias ações extraclasse, por meio de simulados, estas atividades no AVA, podem ser através de: cursos intensivos, de aprofundamento e integração de conhecimentos específicos e de formação geral, alinhando o que dispõe as DCNs, os PPCs, as matrizes curriculares. Focando sempre no ensino e aprendizagem dos alunos. Realiza orientação para os alunos sobre o Sinaes e sensibilização para participação responsável no exame (ENADE) e preparando-os também para concursos.

Os discentes são estimulados a participarem de atividades acadêmicas, eventos complementares, bem como para a participação em eventos externos (congressos, seminários, palestras, viagens, visitas técnicas, museus), com divulgação, preparação e apoio. O grupo docente e discente organiza saídas as principais feiras do setor de Recursos Humanos (CONARH), Logística (INTERMODAL E MOVIMAT), Atualidades (Feira do Livro e Museu da Língua Portuguesa), Feira do Livro, dentre outras.

A área de pesquisa e extensão encontram-se organizada com uma coordenadoria específica de modo a subsidiar e alinhar os objetivos pedagógicos dos cursos, as linhas de extensão e de pesquisa além de incentivar a organização de discussões de aspectos regulatórios recomendados pelo Ministério da Educação, assuntos que instigam a responsabilidade social e a sustentabilidade das relações como a diversidade, direitos humanos, questões étnico raciais, meio ambiente, acolhimento ao espectro autista, formação política.

As atividades complementares são definidas em Manual específico segregada por grupos de atividades orientando eventos, formas de cumprimento as atividades além de contar com uma coordenadoria específica que orienta, monitora e valida o processo de integralização das horas em sistema específico.

### **5.9 Atividades de tutoria**

As disciplinas e atividades pedagógicas contam com a definição de um professor tutor. O papel do professor tutor é planejar a disciplina definindo conteúdos, criando as aulas virtuais, monitorando a realização e cumprimento das atividades orientando e promovendo o acompanhamento de todos os seus alunos. Os professores tutores são em sua maioria docentes da Instituição que já estão ambientados a plataforma virtual moodle rooms, com

aderência de formação (titulação, mestrado ou doutorado), que participam do processo de formação continuada e ainda já aculturados com procedimentos e processos institucionais.

Neste modelo é utilizada a metodologia ativa para aprendizagem, a qual conta com um conjunto de práticas pedagógicas que estimulam a autonomia e o “pensar” a partir de problemas e situações que correlacionam não apenas a um fato, mas todos que integram o perfil do egresso. O professor tutor escolhe os conteúdos a partir dos objetivos institucionais e do curso alinhados ao perfil do egresso. Após a escolha dos conteúdos são organizados o processo de realização das tarefas tal como o planejamento das aulas e se necessário os encontros virtuais on line.

A ferramenta dispõe de chat, fóruns, email para cada estudante e ainda tal como informado acima os encontros virtuais on line. Esses mecanismos têm por objetivo criar o vínculo entre professor tutor e discentes, ambientação na plataforma virtual, identificação de ações de melhorias, avaliação da evolução da aprendizagem, todos de modo interativo e organizado que atendam ao perfil do discente (aluno trabalhador, com limitação de locomoção e horários distintos para dedicação as práticas escolares).

Nessa perspectiva, o aluno é engajado de maneira ativa na construção do conhecimento e não como mero “receptor” de informações. Teoria e prática andam juntas e visam desenvolver a capacidade de construção e análise crítica do conhecimento. A metodologia de aprendizagem ativa foi idealizada para o modelo pedagógico dos cursos da Faculdade Sumaré tendo-se em vista os objetivos de aprendizagem, isto é, as aprendizagens que se deseja que os alunos desenvolvam.

Para se alcançar os resultados esperados, os professores tutores amparados pelo Coordenador do Ensino a Distância e pelo Coordenador do Curso, elaboraram Unidades de Aprendizagem (UAs), utilizando-se dos seguintes recursos pedagógicos: elaboração de perguntas, tarefas, exercícios, projetos, desafios, aprendizagem em equipe, instruções de pares, infográficos, mapa conceitual, estudo de caso, elaboração de problemas, em suma, atividades que motivem e envolvam os alunos na conquista do conhecimento.

Outro ponto que merece destaque é a inversão da sala de aula, ou seja, realocar as atividades de aprendizagem e redistribuir os tempos de estudo. Diferentemente dos modelos tradicionais, o contato com o conteúdo de base (instrução direta) acontece fora do espaço-tempo da sala de aula, por meio de vídeos, arquivos de áudio, textos e outros. Em sala, o tempo é empregado na discussão e debate sobre os conteúdos, na resolução de questões, no desenvolvimento de projetos ou outras atividades práticas e de aplicação dos conceitos.

Desta forma os encontros virtuais periódicos são utilizados para desenvolvimento de atividades ativas e não para simples reprodução de vídeos, pois assistir vídeos, é uma atividade a qual pode ser feita pelo aluno quando do melhor horário de sua conveniência.

O modelo tradicional de ensino prevê aulas predominantemente expositivas, consistindo em um monólogo diante de um público passivo. O único objetivo de uma aula tradicional é expor conteúdo. Neste modelo de ensino tradicional, onde o professor faz o papel de sábio no palco e os alunos são agentes passivos do processo, um mesmo ritmo é imposto para todos, desrespeitando as individualidades inerentes ao processo de aprendizagem. Já está comprovado que cada aluno possui um ritmo individual de aprendizagem. As metodologias ativas de aprendizagem quebram esse modelo e fazem com que a exposição de conteúdo deixe de prevalecer nos momentos presenciais, permitindo a aplicação prática desses conteúdos através da problematização.

A instrução direta (*Peer Instruction*) possui dois objetivos básicos:

- ✓ Promover a interação entre os estudantes;
- ✓ Trabalhar os conceitos que sirvam de fundamento para a solução de problemas;
- ✓ Nos momentos de integração discente e docente, os tutores trabalham os principais conceitos do conteúdo disponibilizado no AVA através da aplicação dos testes conceituais.

Os testes conceituais possuem o seguinte formato:

- ✓ Problema proposto pelo tutor;
- ✓ Reflexão individual (cerca de um minuto para os alunos pensarem na questão e elaborarem a resposta);
- ✓ Respostas individuais (sem que haja discussão com os colegas);
- ✓ Discussão entre os alunos (cerca de 2 minutos);
- ✓ Nova rodada de respostas individuais;
- ✓ Explicação da resposta correta pelo tutor e breve exposição sobre o tema.

Este modelo educacional configura uma inversão no formato da sala de aula. A sala de aula invertida prevê que tudo que diga respeito à oferta de conteúdo aconteça online, respeitando o ritmo individual de aprendizagem de cada aluno. Os momentos integrados de modo virtual, ou seja, com o tutor apresentando o case no ambiente virtual integrado e promovendo a discussão em grupo, explorando a problematização inerente aos testes conceituais do *Peer Instruction*. Neste modelo, as aulas gravadas e os momentos de discussão, acontecem no ambiente virtual de aprendizagem com as ferramentas de chat, Skype dentre outras. A inversão de sala de aula se justifica quando as discussões e cases evoluem em grupo e as teorias e exercícios de fixação realizados individualmente.

Com base nos princípios metodológicos expostos, os professores tutores devem articular os conteúdos com as questões vivenciadas pelos alunos em sua vida profissional e social, relacionando os temas trabalhados com as outras disciplinas, permitindo ao aluno

compreender a interdisciplinaridade priorizando a utilização de técnicas que privilegiem a solução de problemas, integrando teoria e prática.

Assim para executar o projeto, cada disciplina terá:

- Tutoria com profissionais especializados nos conteúdos em estudo;
- Material didático institucional;
- Acervo bibliográfico em meio virtual;
- Encontros virtuais periódicos, para realização de aprendizagens ativas com tutoria virtual;
- Provas presenciais obrigatórias;
- Participação em atividades online, por meio do Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Os professores tutores estarão à disposição dos alunos, nos dias e horários dos encontros virtuais predefinidos com o aluno ou calendário que será disponibilizado no portal da instituição. O principal objetivo dos tutores será promover a interação entre os alunos e coordenar as atividades previstas para os encontros, conforme planejamento de cada disciplina, ou seja, a realização de atividades ativas de aprendizagem.

Os tutores serão responsáveis por toda a mediação do processo de ensino-aprendizagem que acontecerá no Ambiente Virtual de Aprendizagem. Entre suas responsabilidades, está a moderação dos Fóruns de Discussão, proporcionando a interação entre os próprios alunos e entre aluno e tutor. Nos Fóruns, os alunos poderão emitir suas opiniões, construir argumentos, dirimir dúvidas relacionadas ao conteúdo disponibilizado e revisar conceitos. Os professores tutores terão até 48 horas para responder eventuais dúvidas e postar suas considerações a respeito das discussões. Os temas dos Fóruns serão predefinidos pelo professor responsável pela disciplina.

Além da moderação dos fóruns, os tutores promoverão chats ao vivo através de salas virtuais, agendadas e divulgadas previamente. Os chats permitirão o esclarecimento de dúvidas, em tempo real, através de mensagens de texto.

As atividades de tutoria previstas contemplam o atendimento às demandas didático-pedagógicas da estrutura curricular, considerando a mediação pedagógica junto aos discentes, inclusive em momentos presenciais, o domínio do conteúdo, de recursos e dos materiais didáticos e o acompanhamento dos discentes no processo formativo, com planejamento de avaliação periódica por estudantes e equipe pedagógica do curso, embasando ações corretivas e de aperfeiçoamento para o planejamento de atividades futuras.

Vale ressaltar que as ações de tutoria, tal como exposto acima, se integram as reuniões docentes no semestre (no mínimo no início e encerramento), reuniões com representantes

de sala (realizadas no mínimo mensalmente), reuniões de colegiados com docentes discutindo atividades pedagógicas, reuniões administrativas (gestores e coordenadores), promovendo um ambiente democrático e estrategicamente pensado de modo cíclico, ou seja, retroalimentado pelos objetivos, formação do egresso, metas institucionais e todos os processos de avaliação de modo a identificar problemas e promovendo soluções.

Os conhecimentos, habilidades e atitudes da equipe de tutoria foram previstos adequadamente para que as atividades e ações descritas, às demandas comunicacionais e às tecnologias previstas para o curso, com planejamento de avaliações periódicas para identificar necessidade de capacitação dos tutores e apoio institucional para adoção de práticas criativas e inovadoras para a permanência e êxito dos discentes.

A estratégia de atuação institucional prevê o vínculo das decisões, missão, objetivos e metas com as operações de modo que os ciclos da evolução da implantação das decisões surjam do engajamento dos diferentes grupos institucionais promovendo discussões e ações de melhoria. Especificamente no âmbito da tutoria, esta é composta por professores tutores com titulação, aderência, treinamentos e estímulos frequentes ao ambiente virtual. Os professores tutores são preferencialmente da Instituição de modo que já atuam na plataforma virtual e muitos com disciplinas com 20% a distância. Esse know how favorece o cumprimento ao CHA (Conhecimentos, Habilidades e Atitudes) necessárias às atividades de tutoria.

Os conhecimentos, habilidades e atitudes da equipe de tutoria portanto estão previstos detalhadamente na atribuição de suas responsabilidades e ainda nos programas de capacitação semestral (abertura, feedback e desenvolvimento) alinhando atividades e ações aos objetivos do curso, às demandas comunicacionais e às tecnologias previstas, com planejamento de avaliações periódicas para identificar necessidade de capacitação dos tutores e apoio institucional para adoção de práticas criativas e inovadoras para a permanência e êxito dos discentes.

#### **5.10 Tecnologias de informação e comunicação – TICs – no processo ensino-aprendizagem**

As tecnologias de informação e comunicação planejadas para o processo de ensino-aprendizagem possibilitam a execução do projeto pedagógico do curso, viabilizam a acessibilidade digital e comunicacional e a interatividade entre docentes, discentes e tutores (estes últimos, quando for o caso), asseguram o acesso a materiais ou recursos didáticos a qualquer hora e lugar e propiciam experiências diferenciadas de aprendizagem baseadas em seu uso.

Com o objetivo de atender ao modelo pedagógico de Educação a Distância da Faculdade Sumaré, é utilizada uma plataforma de acesso e funcionamento integral via web,

a qual garante ao aluno flexibilidade de acesso considerando-se a esfera temporal (qualquer dia e hora) e a esfera espacial/geográfica (de qualquer local), além de flexibilidade na organização dos estudos. Trata-se da plataforma *Moodlerooms*, Ambiente Virtual de aprendizagem - AVA que, originalmente, contém ferramentas de ensino, colaboração, avaliação e gestão. Foi preparada para integrar-se aos diversos sistemas de gestão da IES responsáveis pelos processos alunos, inclusive pelo registro definitivo de notas. Reserva-se à plataforma de Educação a Distância a atribuição de operacionalizar os cursos e transferir os resultados (notas).

A plataforma *Moodlerooms* integra-se ao Sistema Operacional Lyceum que concentra todos os dados cadastrais dos discentes, notas, frequências e 90% das solicitações de secretaria. As tecnologias de informação e comunicação da Faculdade Sumaré possibilita a realização de todas as atividades quer acadêmicas, operacionais ou administrativas via sistemas (*Moodlerooms*, Lyceum, Pergamun).

Observa-se que as tecnologias de informação e comunicação planejadas para o processo de ensino-aprendizagem possibilitam a execução do projeto pedagógico do curso, viabilizam a acessibilidade digital e comunicacional e a interatividade entre docentes, discentes e tutores (estes últimos, quando for o caso), asseguram o acesso a materiais ou recursos didáticos a qualquer hora e lugar e propiciam experiências diferenciadas de aprendizagem baseadas em seu uso. Abaixo encontram-se descritos os principais procedimentos e aspectos relacionados a infraestrutura que viabilizam o cumprimento inovador das Tecnologias de Informação.

### **Manutenção da Plataforma**

A plataforma é mantida em sua estrutura original e hospedada em Data Center externo, para manter toda infraestrutura necessária: backup, suporte técnico 24x7, acessibilidade adequada e alta disponibilidade. À equipe de informática do setor de EaD compete o monitoramento, soluções de eventuais problemas e integração dos processos e dados junto aos sistemas alunos.

### **Acesso e segurança**

A plataforma permite acesso identificado por meio de login e senha pessoal. Os níveis de acesso e operação dentro do ambiente são determinados pelo setor de TI e Coordenação Pedagógica.

### **Recursos do ambiente**

São definidos e organizados nas seguintes categorias: Textos e Ferramentas de Orientação, Conteúdos, Atividades Avaliativas e Interação.

### **Capacitação e Desenvolvimento do Professor Tutor**

Todo semestre o professor tutor antes do início de suas atividades passa por uma capacitação do ambiente virtual e de aspectos pedagógicos voltados as atividades do semestre. Nesse momento são dados feedbacks em relação a metodologia, critérios de monitoramento, avaliações, necessidades diversas relacionadas aos conteúdos e ajustes para formação do perfil de egresso. Ao final do semestre os discentes fazem avaliação do processo de tutoria contribuindo para os aspectos de melhoria do curso. A CPA está em processo de adequação do questionário para inserir um grupo de questões que atendam aos indicadores de qualidade necessários para feedback do Curso de Ensino a Distância. Atualmente alguns parâmetros são analisados referentes as disciplinas totalmente a distância, mas a ideia é incrementar o questionário para o ensino a distância.

### **.11 Atividades desenvolvidas no ambiente virtual de aprendizagem**

#### **a) Atividades individuais a distância**

A Educação a Distância impõe ao aluno o hábito de investimento em estudos e registros individuais, ainda que apoiado por ferramentas coletivas. Podemos citar como exemplos das rotinas individuais:

- Desenvolvimento de estudos sistemáticos dos conteúdos e preparação através de pesquisas para os trabalhos.
- Momentos de estudos e resolução de atividades dissertativas e de múltipla escolha. Os alunos, com seus ritmos e temporalidades próprias, criam autonomia para execução das atividades desde que preservem o conteúdo e os prazos estabelecidos para o bom andamento do curso.
- Materiais midiáticos, suportes tecnológicos e informatizados fazem parte de conjunto de subsídios para auxiliar nesse processo de autonomia e automotivação para aprendizagem.

#### **b) Atividades coletivas a distância**

Podemos compreender como atividade coletiva a distância a participação e colaboração nas atividades propostas dentro do ambiente virtual. Responder, argumentar, contra argumentar, pesquisar e intervir nos processos de troca coletiva são comportamentos orientados aos alunos em busca do seu crescente envolvimento nas discussões e atividades.

### **Ferramentas**

Para atingir os objetivos propostos a Faculdade disponibiliza os seguintes instrumentos Mídias Web:

- Material didático institucional
- Fóruns;
- Chats;
- Exercícios de fixação;
- Vídeos-aulas;
- Biblioteca virtual;
- Sala de aula virtual;
- Mural;
- E-mail interno;
- Cronograma da disciplina.

### **5.12 Mecanismos de interação entre docentes, tutores e estudantes**

Para atuação na EaD, a Faculdade Sumaré adquiriu o direito de uso do software da Moddlerooms, utilizado pelas maiores universidades do mundo. A opção por essa plataforma ocorreu de forma evolutiva no assunto EAD Institucional, dado que foi utilizado no ano 2000 a plataforma BlackBoard, passando para Moddle em 2004, modificando-se para Neolude em 2015 e finalmente a versão mais atualizada no mercado o Moodlerooms em 2016. O Moodlerooms é um ambiente virtual de aprendizagem, onde os professores envolvem os alunos de formas novas e estimulantes, proporcionando um relacionamento mais eficaz, mantendo os alunos informados, envolvidos e colaborando uns com os outros. O Moodlerooms cria salas de aula, escritórios e salas de reunião virtuais que abrem mais possibilidades a mais alunos, oferecendo novas abordagens de aprendizado em grupo.

O AVA é o local de convergência de estratégias e meios de aprendizagem, sendo projetado com interface amigável, intuitiva e de fácil navegação para favorecer a aprendizagem. No AVA os materiais didáticos se articulam numa arquitetura pedagógica previamente planejada. O desenvolvimento das disciplinas conta com Atividades para serem realizadas pelo aluno, em cada disciplina, utilizando a ferramenta Fórum no AVA e também a entrega de trabalho ou exercícios.

Na metodologia de educação a distância a aprendizagem será garantida através de:

- Material didático institucional;
- Acervo bibliográfico nas Bibliotecas dos Polos e também em meio virtual;
- Encontros periódicos, com utilização de metodologias ativas de aprendizagem;

- Tutoria a distância, com profissionais especializados nos conteúdos em estudo;
- Provas presenciais obrigatórias;
- Participação em atividades online, por meio do AVA.

Assim a interação entre os diversos membros envolvidos no processo ensino aprendizagem se dará através do Ambiente Virtual de Aprendizagem e nos Polos de Apoio Presencial.

Para efetivar essa interlocução, serão utilizados os seguintes recursos:

- Ambiente Virtual de Aprendizagem, com recursos de fórum, chat, caixa de mensagens, biblioteca virtual, agenda, questionários, objetos de aprendizagem, planos de ensino, planos de aula, vídeo aulas, recursos de acompanhamento e controle de cada estudante, entre outros;
- Encontros com integração virtual;
- Telefone;
- E-mail;
- Material Impresso.

Através desses recursos, o aluno terá acesso ao conteúdo das disciplinas e aos tutores, que mediarão o processo de aprendizagem.

### **5.12.1 Comitê Multidisciplinar**

O Comitê multidisciplinar é constituído por uma equipe de profissionais de diferentes áreas do conhecimento, sendo responsável pela concepção, produção e disseminação de tecnologias, metodologias e os recursos educacionais para a educação a distância (20% da carga horária ou 100% para os cursos totalmente a distância), definindo em suas reuniões o plano de ação com previsão de datas de conclusão e acompanhamento periódico dos trabalhos realizados.

Nas reuniões iniciais o Comitê contou com representantes de todas as áreas Institucionais validando as metodologias de ensino e ferramentas com suas inúmeras possibilidades de acompanhamento e evolução da aprendizagem. Foram validados os conteúdos sugeridos por docentes a serem utilizados em cursos de extensão e para as disciplinas com 20% e 100% da carga horária do curso.

Em 2018 o Comitê validou e divulgou mais de 100 cursos de extensão na Plataforma on line e acompanhou o treinamento de mais de 50 docentes para uso de recursos da plataforma virtual e em específico para aplicação da prova virtual, otimizando recursos e

ainda corroborando com a política institucional de sustentabilidade e responsabilidade social.

A eficiência e eficácia do comitê se traduzem nos resultados das diferentes formas institucionais de avaliação institucional. A aprendizagem de conteúdo além do monitoramento e acompanhamento das notas, também é feito por meio das avaliações institucionais (Prova Qualis) e resultados ENADE. A questão do uso, qualidade e satisfação com a plataforma é monitorado em questões específicas cujos resultados são tabulados e permitem a análise da CPA, coordenadores, colegiados docentes e discentes. As intercorrências sistêmicas são monitoradas pela área de Tecnologia da Instituição e pela Coordenadoria de Ensino a Distância que buscam continuamente a excelência na celeridade do recebimento e envio de informações com dados em protocolos de segurança recomendados.

A bibliografia está contida em cada disciplina integralizando o conteúdo no processo de aprendizagem diretamente inserida no andamento dos exercícios ou aprendizagem, ou seja, além de uma base bibliográfica as disciplinas foram construídas com os capítulos ou referências bibliográficas de modo que o aluno não tenha de sair do exercício para consultar o livro em outra “*view*”. Todo esse processo foi instrucionalmente pensado para alinhar bibliografia aos conteúdos no processo de ensino aprendizagem.

### **5.13 Material Didático Institucional**

O material didático para a oferta de cursos a distância da Faculdade Sumaré foi elaborado conforme as ementas das disciplinas e objetivos do curso. Cada disciplina conta com professor e também tutor responsável com titulação e aderência de formação. Esse alinhamento proporciona executar de maneira excelente a formação proposta no curso, considerando: abrangência, bibliografia, coerência teórica e acessibilidade.

O desenvolvimento do programa de ensino a distância, compreendendo o design instrucional, apresentações, acomodação de conteúdo, programações de atividades, agendamentos e avaliações, além de controles pertinentes ao acompanhamento da evolução da disciplina é realizado e monitorado pela equipe de infraestrutura do Ensino a Distância contando com equipe dedicada e estruturada gerencialmente e profissionais formados e aderentes ao ensino a distância (web designers, analistas de tecnologia e de suporte, programadores).

O material didático fica à disposição do aluno na plataforma virtual em formato PDF, podendo ser impresso.

O material é elaborado pelo professor tutor e referendado pelo Comitê Multidisciplinar mantendo a coerência teórica, acessibilidade metodológica e instrumental, adequação da

bibliografia e a manutenção da linguagem com uso de recursos inovadores. Os conteúdos são propostos por empresa de referência no setor a qual também atende sob demanda de criação a partir das orientações do professor tutor.

#### **5.14 Procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem**

As disciplinas tem seus conteúdos elaborados por equipe qualificada sob a escolha do docente responsável pela disciplina a partir da ementa e objetivos do curso. O docente da disciplina tem aderência e conta com recursos tecnológicos de qualidade para condução das melhores ferramentas metodológicas no ensino a distância no Brasil. O docente conta ainda com mais de 2000 títulos para explorar em biblioteca virtual sem limite de utilização enriquecendo ainda mais a abordagem para a aprendizagem.

Todas as atividades realizadas pelo discente são monitoradas pelo professor tutor que gerencialmente obtém todos os dados necessários para monitoramento do andamento de sua disciplina (atividades realizadas por alunos, tarefas, encontros virtuais, discussão de casos, dentre outras inúmeras possibilidades de recursos ofertadas pela ferramenta).

Há uma prova institucional que avalia por meio de diretrizes do ENADE se os objetivos do curso estão sendo cumpridos em termos de aprendizagem. O resultado é orientador para discussão em colegiados e mudanças necessárias para assertividade dos objetivos frente ao perfil de egresso planejado. Essa prova alia-se aos resultados das avaliações formativas, exercícios, cumprimento de tarefas, saídas técnico pedagógicas, participação em feiras científicas e eventos de pesquisa.

Os procedimentos de acompanhamento e de avaliação, previstos para os processos de ensino-aprendizagem, atendem à concepção do curso possibilitando o desenvolvimento e a autonomia do discente de forma contínua e efetiva, e implicam informações sistematizadas e disponibilizadas aos estudantes, com mecanismos que garantam sua natureza formativa, sendo planejadas ações concretas para a melhoria da aprendizagem em função das avaliações realizadas.

Os processos de feedbacks discentes e docentes já utilizados para as disciplinas de ensino a distância (cursos presenciais com 20%) são excelentes pontos de atenção e monitoramento gerencial para mudanças necessárias face ao processo de incremento da qualidade do curso. Foi previsto no relatório da CPA de 2018 um ajuste no questionário de modo a aprimorar ainda mais o feedback discente, docente e de colaboradores frente a necessidades de  cursos totalmente a distância.

O processo é contínuo e haverá ajustes sempre que identificada a necessidade de melhoria.

## **6. Forma de Acesso ao Curso**

Conforme determinado no Regimento Interno da Instituição, no Art. 90 da Seção III - do Processo Seletivo:

O 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 autorizadas e 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 Instituição 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 estudantes transferidos de outro curso ou instituição, portadores de diploma de graduação, ou estudantes 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. 92 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 (3) anos.

## **8. Critérios de Aproveitamento de Estudos e Aceleração de Estudos**

O Curso de Comunicação Institucional 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 dois 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 aplicar 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 das disciplinas a distância, a nota é composta por quatro pontos provenientes da realização de atividades e 6 pontos de avaliação presencial formativa e individual atendendo ao Dec. N° 5.622/2005, art. 4°, inciso II, § 2°. Nesse caso, a avaliação presencial é equivalente a 60% da média final, restando apenas 20% para as atividades *on line*. A média final é obtida através da ponderação acima descrita.

## **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.

Cumprir 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.

Nome	CPF	Perfil	
------	-----	--------	--

Adriana Polloni	091.096.538-21	Docente	
Ana Lúcia Moura Novais	117.717.908-30	Docente	
Claudio Ramos Carneiro da Cunha	323.117.100-87	Docente	
CLOVIS FURLANETTO	154.529.318-05	Docente	
Cristiane Alessandra de Moura	266.303.778-85	Tutor/Docente	
Elton Oliveira Souza de Medeiros	267.758.828-58	Docente	
Fernando Fernandes da Silva	082.450.178-09	Tutor/Docente	
Jose Eduardo Paraíso Razuk	058.597.738-03	Docente	
José Rubens de Campos	087.176.098-36	Docente	
Lilian Moura Toyota	275.036.788-36	Docente	
Marcello Cacavallo	092.763.458-92	Docente	
Nanci Costa da Silva	120.385.138-30	Docente	
VICTOR INACIO DE OLIVEIRA	228.368.038-78	Tutor/Docente	

### PARTE III

#### 11. Infraestrutura da Faculdade Sumaré

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 são nove computadores na sala dos professores.

A unidade possui 29 salas de aula, com capacidade para comportar, em média, 50 alunos em carteiras individuais, além de um auditório com capacidade para 200 pessoas.

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.

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.

O ambiente de apoio às atividades acadêmicas docentes 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.

A unidade possui 30 salas de aula, com capacidade para comportar, em média, 50 alunos em carteiras individuais, além de um auditório com capacidade para 200 pessoas.

As salas de aulas da faculdade Sumaré, na Unidade Acadêmica 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 contempla as necessidades dos cursos de forma excelente.

### **Laboratórios Especiais**

Estes laboratórios são de utilização prioritária para os cursos de Rede de Computadores, Banco de Dados e Gestão de Tecnologia da Informação, sendo configurados na medida das exigências dos conteúdos programáticos ministrados. Trata-se de 04 Salas localizadas no 2º e 3º andares contendo 31 computadores cada, totalizando 124 computadores específicos.

Laboratório 22 – Localizado no 2º andar, conta com 31 computadores. (Processador Intel Core i5 3.0GHz, 04 GB de Memória RAM, 500 GB de HD e Monitores LED de 18,5”);

Laboratório 25 – Localizado no 2º andar, conta com 31 computadores. (Processador Intel Core i5 3.0GHz, 04 GB de Memória RAM, 500 GB de HD e Monitores LED de 18,5”);

Laboratório 32 – Localizado no 3º andar, conta com 31 computadores. (Processador Intel Core i5 3.0GHz, 04 GB de Memória RAM, 500 GB de HD e Monitores LED de 18,5”);

Laboratório 35 – Localizado no 3º andar, conta com 31 computadores. (Processador Intel Dual Core 2.3GHz, 02 GB de Memória RAM, 320 GB de HD e Monitores CRT de 15”);

### **11.3 Serviços dos Laboratórios Específicos de Informática**

Os alunos do Curso de Secretariado utilizam os laboratórios de informática para realizarem atividades em algumas disciplinas como: Matemática Financeira (planilha Excel), Contabilidade (Contimatic), Duolingo (línguas), software para orientação de trabalho científico (ABNT Fácil) e Mendeley (regras ABNT e referências bibliográficas).

Para acessibilidade atendemos a instalação de softwares recomendados pelo Ministério da Educação – INEP. Utilizamos o software Liane TTS (Sintetizador de voz), utilizado em programas de leitura de tela, e, o software NVDA (Leitor de Tela), considerado o melhor leitor de tela gratuito disponível.

## 12. Anexo I – Histórico da matriz curricular

### Matriz 141 (2014-1)

<b>1º Semestre</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>320</b>
<b>2º Semestre</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>320</b>
<b>3º Semestre</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>320</b>
<b>4º Semestre</b>	
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

<b>Subtotal</b>	<b>320</b>
<b>5º Semestre</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>320</b>
<b>Total Disciplinas</b>	
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>	1600
Libras	50

#### Matriz 161 (2016-1)

<b>Módulo A - Formação Básica de Gestão</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>400</b>
<b>Módulo B - Gestão em Publicidade e Propaganda</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>400</b>
<b>Módulo C – Design e Produção</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>350</b>
<b>Módulo D – Inovação, Criação e Segmentação em Comunicação</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>350</b>
<b>Módulo E – Gestão Estratégica</b>	
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
<b>Subtotal</b>	<b>350</b>
<b>EAD</b>	<b>400</b>
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>	<b>1850</b>
Libras	50