

FACULDADE FAIPE

**PROJETO PEDAGÓGICO
DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM
GESTÃO DE MARKETING**

CUIABÁ – MT

2023

Sumário

1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO	3
1.1. IDENTIFICAÇÃO DA MANTENEDORA	3
1.2. PERFIL E MISSÃO DA INSTITUIÇÃO	3
1.3. DADOS SOCIOECONÔMICOS E SOCIOAMBIENTAIS DA REGIÃO	5
1.4. BREVE HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO	13
2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO	14
2.1. JUSTIFICATIVA PARA CRIAÇÃO E EXISTÊNCIA DO CURSO	14
2.2. PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO PPC.....	16
2.3. COERÊNCIA ENTRE O PPC E OS SEGUINTE ASPECTOS:	20
2.4. PARTICULARIDADES DO PPC QUE RESSALTAM A IDENTIDADE DO CURSO.....	22
2.5.3. Articulação Ensino, Pesquisa e Extensão.....	36
3. ESTRUTURA CURRICULAR.....	43
3.1. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	43
3.3. CONTEÚDOS CURRICULARES	49
3.4. EMENTÁRIO.....	53
4. METODOLOGIA	54
5. ESTÁGIO CURRICULAR.....	58
6. ATIVIDADES COMPLEMENTARES	58
9. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM	66
10. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO	69
11. PROGRAMA DE MONITORIA.....	73
12. PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA.....	74
13. TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM	75
14. FORMAS DE ACESSO AO CURSO.....	77
17. RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	85
18. POLÍTICAS DE DIREITOS HUMANOS.....	88

1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO

1.1. IDENTIFICAÇÃO DA MANTENEDORA

Nome da Mantenedora: **Instituto de Pesquisa e Ensino Ltda-ME.**

Base legal da Mantenedora: Avenida das Flores, nº 75 – bairro Jardim Cuiabá – Cuiabá-MT. NIRC nº 512.010.009-81 (JUCEMAT) / CNPJ: 08.580.844/0001-60.

A Instituição é uma organização privada, tendo sido constituída em 04/01/2007, com objetivo da prestação de serviços na área educacional.

Nome da IES: **Faculdade FAIPE.**

Base legal da IES: Avenida das Flores, nº 75, bairro Jardim Cuiabá, em Cuiabá-MT. Credenciada pela Portaria do MEC nº 620 de 17/05/2012 – DOU seção 1, página 23 de 18/05/2012. Alteração de Denominação de IES Portaria 367/2017. Recredenciada pela Portaria 678 de 20/08/2020. Credenciada EaD pela Portaria 825 de 14/10/2020.

1.2. PERFIL E MISSÃO DA INSTITUIÇÃO

Atender aos anseios da educação superior, através do ensino, da pesquisa e da extensão, para formação de recursos humanos competentes e com habilidades para contribuir com o desenvolvimento científico, econômico, social, ambiental e cultural de Cuiabá e região, na perspectiva de melhoria de qualidade de vida da população.

Considerando a área de abrangência institucional circunscrita à Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso e a possibilidade de projeção para o interior do Estado, a FAIPE procura atender as necessidades e demandas da região, de forma a contribuir no seu desenvolvimento e preparar profissionais competentes, que promovam a sustentabilidade local e ajude a sedimentar os fatores socioculturais, políticos e econômicos como elementos essenciais para o fortalecimento integrado da sociedade.

A Instituição com o intuito de atender aos anseios dos determinantes sociais de Cuiabá e região assume o compromisso de cooperar com o processo de desenvolvimento regional sustentável, uma vez que proporcionará aos seus alunos instrumentos técnico-científicos relevantes em seus cursos, que são úteis e básicos à elaboração de políticas públicas. A interação dos conteúdos com aspectos inerentes às questões sociais, políticas e ambientais exigidas no mundo atual, possibilitará a

formação de recursos humanos capazes de atuar em prol do desenvolvimento científico, social, cultural, ambiental e econômico sustentável.

Desejosa de poder contribuir com o desenvolvimento de determinadas áreas, vem analisando ocupar novas posições no Estado, buscando favorecer a formação de profissionais que, na maioria das vezes, não podem deixar sua cidade para estudar e, ao mesmo tempo, poder realizar em conjunto com o poder público dessas regiões, a melhoria na qualidade de vida desses cidadãos, promovendo o seu bem estar.

É salutar, portanto, que uma instituição de educação procure manter a continuidade e a promoção do desenvolvimento social. Isto implica um desenvolvimento não só com característica econômica, mas também social. O acadêmico em seu processo de transformação deverá ser iniciado num trabalho institucional de aprimoramento de sua autonomia, pelo pensar por si mesmo, fortalecendo seus próprios ideais, opiniões, discernimento, crítica e, principalmente, conhecendo a realidade do mundo. Quando a abertura para essa realidade é possibilitada, a Instituição passa a assumir seu compromisso social e o aluno começa a compreender sua própria responsabilidade.

Em sua missão a FAIPE evidencia o compromisso, isto é, o papel que se propõe a desempenhar perante a sociedade e também os benefícios que trará para a coletividade. A missão caracteriza-se, portanto, por ter uma função social dentro de um contexto global, sem perder o foco da regionalidade.

Com esse propósito, a Instituição promove a educação superior articulando a integração entre o ensino, a pesquisa e a extensão, na perspectiva de preparar indivíduos para agir na incerteza, dotados de competências e habilidades que lhes permitam propor alternativas de solução para problemas existentes e emergenciais oriundos da comunidade e região. Assim sendo, é seu propósito formar profissionais capazes de atuar, interferir em sua própria realidade e contribuir de forma efetiva, na transformação para melhorar o ambiente onde vivem.

A FAIPE deixa implícito em sua missão e explícito em suas ações que a relação entre ensino, pesquisa, extensão, de forma bem articulada, efetivará mudanças significativas no processo de formação profissional e fortalecerá os atos de aprender, de ensinar e de formar profissionais cidadãos.

A missão da Instituição perspectiva, portanto, um trabalho de responsabilidade, uma vez que procura romper disfunções tradicionais das barreiras puramente

disciplinares e rígidas nos diferentes campos do saber; dá suporte para uma visão transformativa, envolvendo a realidade mato-grossense, de modo a contribuir na solução das problemáticas regionais que pressupõem o diálogo, a contraposição, integração e a interdisciplinaridade.

A FAIPE através de suas ações de ensino, pesquisa e extensão busca responder concretamente aos anseios da sociedade civil, atuando como propulsora do processo do desenvolvimento e fortalecimento da cidadania, objetivando ser reconhecida como uma Instituição que trabalha a serviço da sociedade. E essas políticas são significativas, relevantes e possibilitam a integração entre a FAIPE e a sociedade como princípio de uma atuação que, além de permanente, deve se alargar cada vez mais, promover a socialização de conhecimentos produzidos e acumulados na academia; estimular projetos voltados para as diferentes áreas do saber e enfrentar o desafio de trazer para dentro da Instituição oportunidade de trabalhar uma formação holística.

A missão se materializa nessas políticas como ações de inserção na comunidade, uma vez que considera essa reciprocidade como um trabalho de mão dupla, onde ambas se alimentam, trocam experiências e fortalecem suas ações.

1.3. DADOS SOCIOECONÔMICOS E SOCIOAMBIENTAIS DA REGIÃO

O estado de Mato Grosso tem como econômica um forte potencial agrícola que vem se desenvolvendo muito na produção de commodities de exportação. O modelo de economia de agroexportadora com base em um pequeno conjunto de commodities é responsável pela dinâmica econômica que se desenvolve ao longo do eixo das principais das principais rodovias. Se a produção agrícola de exportação está em alta o PIB do estado tende a crescer de duas a três vezes o percentual de crescimento do PIB do Brasil. Além da produção agrícola, o setor da pecuária também tem forte conexão com o comércio exterior.

Esse modelo de produção agroexportadora voltado para o mercado externo reflete o grau de abertura econômica e dependência da economia do estado frente a demanda mundial por commodities.

No último biênio, 2021-2022, a demanda por exportações mundiais cresceu assustadoramente e o estado aproveitou o momento com seu forte potencial tendo crescido 18,76% em 2021 e 49,73% em 2022. O ano de 2021 foi marcado pela forte

recuperação das exportações frente ao ano de 2020 que ficou marcado pela queda no período de restrições da pandemia de 2020. Em 2022 as demandas internacionais por commodity do estado seguiu crescente.

O segundo semestre de 2022 apresentou um volume excepcional dos valores exportados comparado ao mesmo período do ano anterior. O saldo da balança comercial, comparando semestre a semestre, teve crescimento de 77,33% em função de duas variáveis: crescimento do volume e dos preços das commodities.

O grande valor exportado pelo estado é concentrado em uma pequena pauta de 4 commodities.

O produto com maior valor exportado foi o milho com US\$ FOB de 5,85 bilhões que superou a soja, produto mais exportado no 2º semestre de 2021 com US\$ FOB 3,25 bilhões. A participação relativa do milho nos produtos exportados chegou a 40,32%, com preço médio por kg de US\$ FOB 0,28 no 2º semestre de 2022. O valor médio do quilograma exportado do milho aumentou de US\$ FOB 0,20 para US\$ FOB 0,28, considerando os dados do período, o que representa um aumento de 40%.

A soja ficou em segundo lugar como produto de maior valor exportado totalizando US\$ FOB 4,9 bilhões com 8,0 bilhões de kg líquidos. O valor médio do quilograma líquido exportado também passou de US\$ FOB 0,49 para US\$ FOB 0,61 o que representa uma valorização de 24,49%. A soja participou com 34,54% do total exportado no 2º semestre de 2022 o que significa uma perda de participação devido ao crescimento das exportações de milho.

As importações do estado são as compras de produtos realizadas por empresas privadas ou pelo próprio Governo. O valor dessas compras tem aumentado consideravelmente nos últimos dois anos. As importações têm se concentrado em uma pauta de poucos produtos, sendo a maioria deles voltadas para o setor produtivo agropecuário e que tem como foco final a exportação de commodities agrícolas. Os dois principais produtos importados tem sido adubos, fertilizantes e herbicidas e fungicidas.

O rebanho bovino do estado é responsável pela produção da quarta commodity com maior valor exportado do estado.

São destaque no número do rebanho os municípios de Cáceres (MT) e Vila Bela Santíssima Trindade com rebanhos acima de 1,0 milhão. São também destaque de crescimento o município de Nova Bandeirantes (MT) com crescimento de 11,58% do rebanho de 2021 sobre 2020. O rebanho total de bovinos do estado de Mato Grosso

atingiu 32,42 milhões de cabeças em 2021, enquanto o rebanho total do Brasil atingiu 224,60 milhões de cabeças de bovinos. A participação do rebanho do estado no rebanho brasileiro foi de 14,84%. O crescimento do rebanho total do estado foi de 0,27%, tendo aumentado menos que o rebanho total do Brasil que cresceu 3,11%.

No estado foram abatidos 3,47 milhões de cabeças de bovinos até o 3º trimestre de 2022, sendo 2,67% maior que os 3,38 milhões de cabeças até o 3º trimestre de 2021. Nesse mesmo período o abate de bovinos, total do Brasil, cresceu 7,14% enquanto no estado o abate cresceu apenas 2,67% mostrando que a situação indústria frigorífica pode não estar acompanhando o mesmo ritmo do Brasil.

As principais commodities produzidas no estado são comercializadas no mercado internacional e mercado interno, mas os preços internos seguem o padrão de valorização do mercado internacional. Os dados aqui apresentados são da [investing.com](https://www.investing.com) para as cotações máxima do mês.

As taxas de juros impactam também o comércio internacional, mas pelo fator custo de produção interna porque, em boa parte, a produção é financiada a juros de mercado. A menos que se tenha capital próprio para custear toda a produção até a fase de colheita, o produtor precisa se financiar no mercado pagando juros de mercado. Se a taxa de juros está subindo então a taxa está impactando negativamente a produção e o consumo - o contrário também é verdadeiro.

A variável inflação é de longe a que mais tem impacto no consumo, mas impacta também a produção. A Inflação alta torna a moeda interna fraca e por força da perda de poder aquisitivo da moeda as famílias consomem menos.

O cenário de exportação para a economia mato-grossense de 2022 e 2023 mostrou-se extremamente favorável devido à grande demanda por commodities do mercado internacional e o potencial agrícola do estado. A demanda por alimentos na economia mundial ganhou especial significado em um contexto de pandemia onde muitos compradores renovam seus estoques com medo de provável desabastecimento.

Os dados da produção agrícola vêm mostrando que o estado vem expandindo a quantidade produzida e aumentando as áreas de produção. A colheita da safra de 2022 apresentou aumentos expressivos de produção e o volume exportado para seu principal parceiro comercial – China – ganhou significativo crescimento.

Em relação ao comércio, são obtidos dados pela pesquisa do IBGE, que abrange todas as unidades da federação, e neste estudo, trata de oito segmentos econômicos que

apresentam receitas geradas predominantemente das atividades de varejo. Destes segmentos econômicos dois respondem pelos setores de varejo e atacado.

O volume de vendas de 2022 frente a 2021 apresentou grande inclinação positiva iniciando em junho de 2021 com 138,1% e terminando dezembro de 2021 com 178 pontos. Tomando junho de 2022 o índice já inicia com 171,7 e terminou dezembro com 207 pontos bem acima dos índices de dezembro de 2021.

No setor de serviços, os índices de volume de serviços e de receita nominal também apresentaram variação positiva e estão em um nível melhor que os índices de 2021. Entretanto, terminaram o ano em queda, mas a um nível maior que os índices de dezembro de 2021 o que significa que o setor de serviços operou em um nível de atividade melhor que os índices de atividade de 2021.

O rendimento médio real da população, valor total habitualmente recebido, teve variação positiva tanto na análise do 3º trimestre de 2022 quanto na análise do 4º trimestre de 2022, ambos analisados sobre os respectivos trimestres de 2021. De fato, a variação foi positiva em ambos os trimestres, e o rendimento do 4º trimestre apresentou ganhos positivos de 8,21% para Brasil, 11,44% para Centro-Oeste e 17,67% para o estado de Mato Grosso. O rendimento total no estado de Mato Grosso que era de R\$ 2.621,00 no 4º trimestre de 2021 subiu para R\$ 3.084,00, comparando os valores recebidos do 3º trimestre de 2021 com o 4º trimestre de 2022. O estado teve o maior crescimento de renda verificada entre essas três regiões administrativas analisadas. Identifica-se assim um crescimento positivo e real da renda no estado de Mato Grosso na ordem de 17,67%.

Entre os maiores rendimentos médio total, o estado detém o sétimo maior rendimento entre todos os estados do Brasil. O estado havia perdido -8,39% de rendimento no 4º trimestre de 2021 sobre o 4º trimestre de 2020 (período da pandemia), mas recuperou-se completamente atingindo rendimento de R\$3.084,00 no 4º trimestre de 2022, verificando crescimento de 17,67%, sendo o estado com maior recuperação de rendimento médio.

O rendimento total no estado de Mato Grosso que era de R\$ 2.621,00 no 4º trimestre de 2021 subiu para R\$ 3.084,00, comparando os valores recebido do 3º trimestre de 2021 com o 4º trimestre de 2022.

Na análise dos dados do 3º trimestre e do 4º trimestre verificou-se variação positiva em todas os grupos de atividades, significando que houve uma recuperação

substancial da renda das atividades no estado considerando o período analisado. Enquanto a atividade de Administração pública, defesa, seguridade social, educação, saúde humana e serviços sociais e os segmentos com a maior remuneração no estado tendo alcançado o maior rendimento de R\$ 3.804,00 e R\$ 4.321,00, respectivamente no 4º trimestre de 2021 e 2022, com variações de 11,94% e 12,25%; temos a atividade de alojamento e alimentação com a maior recuperação de crescimento de renda tendo atingido 49,68% de crescimento no 4º trimestre de 2022 sobre o 4º trimestre de 2021.

O único segmento de atividade que apresentou perda de renda real foram as atividades mal definidas com perdas de -29,37% e -61,34%, respectivamente no 3º e 4º trimestre de 2022 sobre o mesmo período de 2021.

O Censo Demográfico 2022 do IBGE aponta que houve um aumento da população de Mato Grosso, de 20,55% quando comparado ao levantamento anterior, realizado em 2010.

O estado tem 623.691 mil novos moradores e é o terceiro que mais cresceu no Brasil, ficando atrás apenas de Roraima (41,25%) e Santa Catarina (21,78%).

Conforme a pesquisa, são 3.658.813 habitantes em território matogrossense.

Mato Grosso está entre os 11 estados com maior projeção do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Brasil em 2023 e 2024. A perspectiva é de que a taxa do Estado, de 0,823 - considerada muito alta -, fique acima da média nacional, de 0,808.

Lucas do Rio Verde, município com maior crescimento populacional entre cidades com mais de 50 mil habitantes em Mato Grosso, completou 35 anos neste mês.

Dados do IBGE apontam que a taxa de Mortalidade Infantil no Estado de Mato Grosso em 2020 era de 12,8, tendo 57.037 nascidos vivos e 689 óbitos em idade menor de 1 ano, vindo de uma série histórica de redução ao longo das últimas décadas.

A densidade demográfica no Estado é de 4,05 habitantes por quilômetro quadrado, e a faixa de concentração da população está na faixa de 10 a 29 anos, com predominância de mulheres.

O Estado possuía em 2022, um total de 89.712 empresas cadastradas junto a Junta Comercial do Estado, com um total de 515.302 pessoas empregadas.

Pelos dados do CAGED o estoque de emprego em julho era de 712.5562 mil empregos formais e no primeiro final do 2º semestre de 2021 o saldo líquido das contratações foi de 11.473 novos empregos. Já em julho de 2022 o estoque de emprego

havia subido para 841.579 mil empregos formais o que apresenta um crescimento positivo de 18,10% no estoque total dos empregos.

Os dados para o 2º semestre de 2022 demonstram que o total de empregos formais já havia atingido o seu maior estoque em outubro com 853.204 mil empregos formais, mas devido aos desligamentos do final de ano o estoque caiu para 840.095 mil empregos. Embora os desligamentos tenham crescido bastante o estoque de emprego continuou no seu maior número. A diferença do estoque de empregos de dezembro de 2021 para dezembro de 2022 aponta um crescimento de 121.036 novos empregos formais.

As taxas de desemprego no Brasil e no estado de Mato Grosso caíram significativamente atingindo no estado nível de pleno emprego. As taxas atuais só estiveram em nível parecido em 2014 no momento de elaboração de obras da COPA 2014. De fato, a taxa de desemprego de 3,5% atingida no 4º trimestre de 2022 é compatível com o que economicamente se chama de pleno emprego.

No ensino médio, o Censo Escolar da Educação Básica 2022 indica que o número de matrículas no Brasil aumentou após o fim da emergência em saúde pública por conta da covid-19. No ano passado, foram registrados 47,4 milhões de estudantes em 178,3 mil escolas de educação básica – 714 mil alunos a mais que em 2021.

O levantamento mostra que, no mesmo período, as escolas privadas apresentaram uma expansão de 10,6% nas matrículas, o que as aproxima dos níveis observados em 2019, antes da pandemia. A queda mais significativa durante a crise sanitária, segundo o Ministério da Educação (MEC), foi identificada justamente nessa rede de ensino.

Já na rede pública de ensino, de acordo com o censo, os números na educação básica não apresentaram grande variação – foram 38,3 milhões de matrículas registradas no ano passado, contra 38,5 milhões contabilizadas no ano anterior.

Em 2022, foram registrados 7,9 milhões de matrículas no ensino médio – um aumento de 1,2% em relação a 2021. “Configura-se uma tendência de crescimento que chega a 5,4% desde o início da ascensão dessa curva, em 2019”, destacou o MEC.

A rede estadual tem a maior participação nessa etapa (84,2%), atendendo a 6,6 milhões de alunos. Nela também está a maioria dos estudantes das escolas públicas (87,7%), enquanto a rede federal participa com 232 mil alunos (3%). Já a rede privada possui cerca de 971,5 mil matriculados (12,3%).

Em relação ao turno e à oferta, 81,9% dos alunos do ensino médio estudam no turno diurno e 18,1% cursam o período noturno. Os dados indicam que 94,8% frequentam escolas urbanas e 43,8% das escolas de ensino médio atendem a mais de 500 estudantes.

Em Mato Grosso, dados do INEP apontam que em 2020, foram registradas 140.030 matrículas no ensino médio. Esse valor é 6,3% menor do que o número de matrículas registradas para o ano de 2016. O ensino médio não integrado à educação profissional apresentou uma redução de 6,4% no número de matrículas entre 2016 e 2020, e o ensino médio integrado à educação profissional apresentou uma redução de 4,7% no mesmo período. Observa-se que a maioria das matrículas (87,3%) do ensino médio está localizada em escolas urbanas e 99,8% das matrículas da zona rural são atendidas pela rede pública.

Já o número de matrículas da educação de jovens e adultos (EJA) apresentou uma queda de 25,5% de 2016 a 2020, chegando a 52.897 matrículas em 2020. Em relação ao ano de 2019, o número de matrículas da EJA de nível fundamental caiu 25,9%. A EJA de nível médio apresentou uma redução de 31,8% em relação a 2019.

Na Educação Profissional – técnico profissionalizante – o número total de matrículas apresentou uma queda de 32,1% de 2016 a 2020, chegando a 17.120 matrículas em 2020. Em relação ao ano de 2019, o número de matrículas da educação profissional integrada ao ensino médio caiu 1,9%.

As matrículas da educação profissional estão principalmente concentradas na rede federal, com 53,8% das matrículas, seguida da rede privada, com 34,4% das matrículas. A educação profissional é composta predominantemente por alunos com menos de 20 anos, que representam 61,0% das matrículas. Nessa mesma faixa etária, os alunos do sexo feminino são maioria, representando 52,5% das matrículas. Na educação profissional, verifica-se que brancos e pretos/pardos representam, respectivamente, 35,9% e 61,6% das matrículas. Quando investigadas as modalidades da educação profissional, percebe-se um maior percentual de brancos na modalidade integrada ao nível médio (39,9%), assim como, de pretos/pardos na modalidade EJA de nível médio (79,5%). Os alunos declarados como amarelos/indígenas representam apenas 2,5% da matrícula total.

Um total de 11.290 professores atuaram no ensino médio em 2020. Desse total, 95,7% têm nível superior completo (55,6% em grau acadêmico de licenciatura e 40,1%,

de bacharelado). De acordo com o indicador de adequação da formação docente para a etapa de ensino em questão, o pior resultado é observado para a disciplina de sociologia, em que 5,2% das turmas são atendidas por docentes com formação adequada. O melhor resultado do indicador de adequação da formação docente é observado para a disciplina de matemática, com percentual de 85,2%.

No estado, o ensino médio foi ofertado por um total de 661 escolas em 2020.

Nos últimos cinco anos, houve um aumento de 5,8% no número de escolas que oferecem essa etapa de ensino. Na rede pública, o aumento foi de 6,4%, saindo de 500, em 2016, para 532 escolas, em 2020. Já na rede privada, o aumento foi de 3,2%.

Quando avaliada a distribuição das escolas por dependência administrativa, percebe-se que a rede estadual é a que dispõe de um maior número de escolas. Das escolas de ensino médio, 77,6% são da rede estadual, seguidas pela rede privada, com 19,5% das escolas.

No que se refere ao Ensino Superior, o Estado de Mato Grosso possui cinco mesorregiões com 141 municípios, 68 IES que ofertam cursos presenciais e 74, EAD, um dos poucos estados que possui mais instituições de ensino ofertando ensino a distância do que cursos presenciais (o número desse tipo de IES, inclusive, cresceu 32,1% em relação a 2018, quando 56 delas ofertavam EAD).

O estado possui taxa de escolaridade líquida (percentual de jovens de 18 a 24 anos matriculados no ensino superior em relação ao total da população da mesma faixa etária) de 22,6%. Do total de alunos do ensino superior no estado, 49,4% têm até 24 anos.

Quanto ao grau acadêmico, predominam, em números totais, os cursos de bacharelado (59,9%), seguidos dos tecnológicos (22,2%) e dos de licenciatura (17,9%). Agregado ao incremento dos cursos a distância, destaca-se o grau tecnológico dos cursos, que, na modalidade a distância, atinge o crescimento de 27,6% em relação à edição anterior.

Pode-se constatar que o vestibular é a forma de ingresso predominante em números totais para Brasil e que esse desempenho é ditado pela categoria privada.

Nas IES públicas, diferentemente, predomina o acesso via Enem em todas as grandes regiões – diferentemente do observado em 2019, quando o ingresso nas IES públicas pelo vestibular era predominante no Sudeste (Brasil. Inep, 2021).

Pode-se verificar que, em 2021, predominam as matrículas presenciais de turno noturno 54,5%. Esse desempenho é ditado pela categoria privada, na qual 65,5% das matrículas presenciais são noturnas. Na categoria pública como um todo, há prevalência do turno diurno (65,0%), sendo que as federais apresentam 69,3% das matrículas presenciais nesse turno e as estaduais, 58,3%. Nas instituições municipais, por sua vez, predominam as matrículas presenciais noturnas (62,8%).

1.4. BREVE HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

A Faculdade de FAIPE, com limite territorial de atuação circunscrito ao município de Cuiabá, estado de Mato Grosso é uma instituição particular de Ensino Superior, mantida pelo Instituto de Pesquisa e Ensino Ltda - ME, pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob nº 08.580.844/0001-60, com sede e foro na cidade de Cuiabá, estado de Mato Grosso, registrada na forma da lei.

A Faculdade FAIPE, com endereço de funcionamento na Avenida das Flores, nº 75, bairro Jardim Cuiabá, em Cuiabá, MT. Credenciada pela Portaria do MEC nº 620 de 17/05/2012 – DOU seção 1, página 23 de 18/05/2012. Alteração de Denominação de IES Portaria 367/2017. Recredenciada pela Portaria 678 de 20/08/2020. Credenciada EaD pela Portaria 825 de 14/10/2020.

HISTÓRICO DAS ESPECIALIZAÇÕES E EXTENSÕES EM ANDAMENTO/CONCLUÍDAS

TIPO	DENOMINAÇÃO	TURNO	VAGAS	CARGA HORÁRIA	PERIODO
Especialização	Desenvolvimento Gerencial	Modular	100	384	15
Especialização	Gestão e Lei de Responsabilidade Fiscal	Modular	100	384	15
Especialização	Business Management	Modular	100	384	15
Especialização	Sistema Integrado de Gestão	Modular	100	384	15
Especialização	Saúde Pública	Modular	80	400	18
Especialização	Gestão Financeira e Orçamentária	Modular	100	384	15
Especialização	Saúde Dentária	Integral	36	800	18
Especialização	Periodontia	Integral	36	750	18

Especialização	Ortodontia	Integral	36	1200	24
Especialização	Radiologia	Integral	36	850	20
Especialização	Dentística	Integral	36	700	18
Especialização	Saúde Pública	Integral	100	405	16
Especialização	Gestão de Pessoas	Integral	50	360	15
Especialização	Cirurgia Buco Maxilo Facial	Integral	36	1800	36
Especialização	Odontologia do Trabalho	Integral	36	700	18

2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

Nome do Curso: Gestão em Marketing

Nome da Mantida: Faculdade FAIPE

Endereço de Funcionamento do Curso: Rua Barão de Melgaço, 1640. Bairro Porto, Cuiabá-MT.

2.1. JUSTIFICATIVA PARA CRIAÇÃO E EXISTÊNCIA DO CURSO

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, n.º 9.394/96 em relação à Constituição Federal situa a Educação Profissional na confluência dos direitos do cidadão à educação e ao trabalho.

O Conselho Nacional de Educação na Resolução CNE/CP n.º 03, de 18 de dezembro de 2002, estabelece:

A educação profissional de nível tecnológico, integrada às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia, objetiva garantir aos cidadãos o direito à aquisição de competências profissionais que os tornem aptos para a inserção em setores profissionais nos quais haja a utilização de tecnologias.

A Instituição, ao decidir pela oferta de Cursos Superiores de Tecnologia, partiu de uma cuidadosa análise tanto da atual configuração socioeconômica brasileira, especialmente quando contextualizada pelo panorama socioeconômico, político e ambiental global, quanto das particularidades do Estado e da região em que está inserida.

De maneira geral, as estratégias empresariais estão passando por específicas alterações dentro de um contexto amplo de reestruturação do setor produtivo. Tais

mudanças vêm sendo objeto de discussões e estudos quanto às particularidades setoriais que demandam novos paradigmas de formação.

Nessa perspectiva, um curso superior de tecnologia deve estar simultaneamente voltado à contemporaneidade dos fundamentos e técnicas de gestão, que se tornam cada vez mais universal, e à realidade regional, provável área geográfica de atuação dos profissionais que irá formar. É necessário compreender que, embora a competição seja global, a ação é local, o que implica a necessidade de uma visão sistêmica.

Cuiabá, como cidade município, aponta os seguintes indicadores com significância e impacto na decisão da escolha do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, segundo o IBGE, quais sejam:

- a. 260 estabelecimentos de saúde.
- b. 28.921 matrículas no ensino médio.
- c. PIP per capita de R\$ 14.998,00.
- d. 65 agências de instituições financeiras.
- e. Valor do Fundo de Participação dos Municípios – FPM de R\$ 65.733.836,31.
- f. Valor do Imposto Territorial Rural – ITR de R\$ 100.286,15
- g. 17.506 empresas cadastradas com 222.731 pessoas ocupadas

Frente às reflexões, o Estado de Mato Grosso e região, sua contextualização, seu crescimento, sua expansão, nas diversas áreas produtivas sinalizam para a necessidade da educação para preparar profissionais, a força de trabalho que possibilite a ampliação da sua competitividade e do seu crescimento.

Na cidade município de Cuiabá, apenas duas instituições de ensino superior oferecem o Curso Superior de Tecnologia em Marketing quais sejam:

INSTITUTO CUIABÁ DE ENSINO E CULTURA – ICEC, com 100 vagas no turno noturno.

UNIVERSIDADE DE CUIABÁ – UNIC, com 60 vagas no turno matutino e 60 vagas no turno noturno.

As instituições educacionais do Estado já existentes colaboram para melhoria da situação, mas existe ainda uma forte necessidade da formação de profissionais preparados técnica, humana e eticamente para atuar no mercado.

A descrição e os dados apresentados demonstram, portanto, a existência de uma demanda para o Curso Superior de Tecnologia em Marketing da FAIPE, face o número de empresas existentes na cidade e o número de matrículas no ensino médio realizadas.

O **Curso Superior de Tecnologia em Marketing** da FAIPE tem como objetivo desenvolver competências associadas à utilização dos métodos e técnicas modernas relacionadas às atividades de planejamento, execução, controle e comercialização de bens e serviços.

Neste contexto, o **Tecnólogo em Marketing** poderá atuar na gestão de empresas comerciais e de serviços, na gestão de equipes de vendas, na gestão de empresas de atendimento (telemarketing, call center, contact centers e apoio ao comércio eletrônico) e em consultoria e assessoria de Marketing, podendo ocupar vários postos de trabalho, dentre eles, os de:

- a) Agente de vendas de serviços.
- b) Assistente de vendas.
- c) Técnico de vendas.
- d) Vendedor.
- e) Analista de comercialização.
- f) Analista de serviço de venda.
- g) Analista de pesquisa de mercado.
- h) Analista de Marketing.

Assim, o **Tecnólogo em Marketing** a ser formado pela FAIPE será o profissional responsável pela elaboração de estratégias de vendas, elaborando estudos de mercado, a partir do ambiente socioeconômico para criar produtos e serviços, utilizando estratégias para promover marcas e produtos.

2.2. PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO PPC

A FAIPE busca implantar seus cursos de acordo com as prioridades e necessidades sociais, econômicas, políticas e ambientais da região. Portanto, sua gradual implantação vem ocorrendo tendo em vista as prioridades regionais, mas sempre considerando a viabilidade de instalação, infraestrutura física adequada à realização das atividades do curso.

Assim considerando a IES, buscou no cotidiano de suas ações, o diagnóstico para estabelecer o vínculo com a sociedade na qual está inserida, retirando dela seus

problemas, suas dificuldades para contribuir com ações significativas e transformações que representem mudanças sociais.

Nessa perspectiva, o processo de construção do PPC foi elaborado através de uma rotina gradual de planejamento do curso, definidos por meio de critérios previamente discutidos e sistematizados. Assim, semestralmente, desenvolve-se a semana do planejamento, quando são discutidas propostas das diferentes disciplinas, sempre considerando os aspectos legais para a formatação dos mesmos.

Os conteúdos elencados em todas as disciplinas são discutidos entre os professores, o NDE e a Diretoria Acadêmica buscando sempre a sequência horizontal e vertical das mesmas. Os momentos coletivos caracterizam-se pela discussão e análise conjunta com vistas ao atendimento interdisciplinar e a integração teoria e prática. Os momentos individuais referem-se à sistematização da proposta propriamente dita pelos professores.

No decorrer do semestre, tanto à Coordenação quanto o NDE do curso e a Diretoria Acadêmica acompanham o desenvolvimento do ensino e da aprendizagem, buscando garantir o efetivo cumprimento dos conteúdos programáticos, conforme a sua significância no contexto do curso, para o atendimento do perfil do profissional desejado.

O trabalho periódico do Núcleo Docente Estruturante auxilia no processo de acompanhamento, avaliação e execução do PPC e, o Conselho de Curso e o Conselho Superior (CONSUP) promovem discussões, análises e deliberações importantes no processo de consolidação do Projeto Pedagógico.

O planejamento cotidiano do curso possui caráter cooperativo, onde são discutidos assuntos de currículos, conteúdos, avaliação, bibliografia, formas de integração e busca constante da interdisciplinaridade. Essas ações buscam aperfeiçoar gradativamente as atividades do curso, através do desenvolvimento de práticas pedagógicas inovadoras, que despertem no educando o prazer de aprender de forma ativa e crítica.

Esse trabalho de planejamento é orientado pelo NDE e CPA, que em conjunto com a equipe docente e Coordenação tem contribuído para a melhoria da qualidade do ensino.

Na Instituição as atividades relacionadas à construção, implantação e consolidação dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação da FAIPE possuem

uma linha orientadora que foi discutida coletivamente e implementada de acordo o seguinte planejamento:

I. Objetivo

Ter unanimidade no trabalho docente em relação aos elementos do planejamento;

Ser um guia orientador para as ações didático – metodológicas.

II. Participação

Envolvimento de todos os docentes, Direção Acadêmica, Psicopedagoga e NDE.

III. Realização

Semestralmente

IV. Procedimentos

Discussão sobre:

- Filosofia Institucional
- Metodologia orientadora
- Avanços tecnológicos
- Perfil dos diferentes cursos
- Integração curricular
- Currículo
- Avaliação
- Diferentes atividades pertinentes ao curso
- Conteúdos
- Análise de um roteiro para o planejamento das disciplinas que compõem o curso
- Análise e viabilidade de um plano de ensino para nortear as ações dos professores
- Instrumento analítico para orientar e rever a prática do professor durante o planejamento para que reconheçam em suas ações fatores que limitam sua atuação e oportunizam situações onde eles possam alterná-las percebendo,

descobrimo, que se trabalhar de forma diferente, não como técnico, reprodutor de ideias alheias, suas praticas terão resultados mais significativos.

V. Acompanhamento das ações

O acompanhamento das ações é realizado pela Coordenação de Curso, com o apoio do NDE e com o subsidio da Direção Acadêmica.

Quando da realização do planejamento este é realizado sempre de forma coletiva, sendo que, no primeiro momento, acontece uma reflexão com todos os envolvidos da IES e no segundo momento, os cursos reúnem-se em suas individualidades para a elaboração dos planejamentos específicos.

VI. Execução e acompanhamento.

- **Objetivos**

Colocar em prática o planejado

Avaliar a pratica docente, acompanhando de forma sistemática o desenvolver de suas ações.

- **Participação**

Todos os docentes, NDE e Diretoria Acadêmica.

- **Realização (procedimentos)**

Foram considerados os seguintes elementos para análise:

Plano de ensino

Plano de aula

Conteúdos

Metodologia

Bibliografia

Atividades de ensino aprendizagem

Atividades complementares

Quadro analítico para o acompanhamento das aulas atendendo os movimentos do saber fazer, pensar o fazer e a reflexão sobre e a ação e reflexão na ação.

Dinâmicas de pequenos e grandes grupos sobre os elementos constitutivos do planejamento na sua relação teoria e prática.

Fichas de avaliação – aplicadas aos alunos em relação as atividades da pratica docentes.

Autoavaliação do curso

- **Acompanhamento e Avaliação**

Esta etapa será realizada por: Coordenação de curso, NDE, CPA, Diretoria Acadêmica e Psicopedagoga.

2.3. COERÊNCIA ENTRE O PPC E OS SEGUINTEs ASPECTOS:

Contexto Educacional, Necessidades locorregionais, Missão, DCN's e Perfil do Egresso.

As diretrizes pedagógicas da FAIPE orientam os esforços da Instituição para a busca da excelência no ensino, na pesquisa e na extensão, atividades essas entendidas como indissociáveis, às quais se deve conferir eficiência e a eficácia em atendimento às demandas da sociedade contemporânea e também do mercado de trabalho que, acompanhando a escalada no acesso generalizado à informação, tem exigido princípios éticos cada vez mais sólidos na atuação dos profissionais de todas as áreas.

Na definição destas diretrizes estão presentes os resultados de extensas discussões e de atento acompanhamento das mais recentes tendências educacionais e sociais, de forma que a adequação dos produtos educacionais oferecidos possam estar sempre em sintonia com as necessidades e tecnologias que a cada dia surgem, se alteram e renovam.

Como centro de produção e difusão de saber é crucial que a Instituição configure-se em espaço de discussão de ideias e concepções de mundo múltiplas e até mesmo contraditórias, em reflexo direto dos aspectos múltiplos e muitas vezes controversos da realidade.

São encorajadas as diferentes visões geradas pelas naturezas específicas de cada curso oferecido, na expectativa de que seu confronto e intercâmbio gerem novos pontos de vista sobre questões antigas e novas, levando à formação de novas possibilidades e conhecimentos. Todo empreendimento é político em maior ou menor grau, diferenciado, contudo pelo seu grau de comprometimento com os princípios éticos que levam a sociedade ao seu real desenvolvimento, por meio do aprimoramento moral de seus membros.

As Diretrizes constituem orientações estratégicas da organização institucional para o planejamento e a condução das atividades acadêmicas, de modo a definir e implementar direções a serem agregadas aos PPC. Oferecem, ainda, condições para a integração e a efetivação no contexto locorregional, de todos os projetos pedagógicos com base em parâmetros bem definidos, referenciados pela missão da Instituição, por sua vocação e objetivos, pela norma legal e pelo contexto social, político, econômico e cultural no qual está inserida.

O alinhamento para proporcionar a coerência entre o PPC do curso e o contexto educacional às necessidades locorregionais, a missão da instituição, as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso, o Plano de Desenvolvimento Institucional e o perfil do egresso que pretendemos formar são garantidas pelo acompanhamento e avaliação do desempenho Institucional. Reúnem os indicadores para a tomada de decisões, a preservação e a reavaliação necessárias à adequação constante do planejamento institucional com as necessidades das dez dimensões que contemplam o Projeto de Autoavaliação, e com as Diretrizes preconizadas pelo MEC.

Nesse contexto, a organização da FAIPE busca integrar e articular o PPC e estimular a prática multidisciplinar e interdisciplinar da extensão e das demais atividades extracurriculares, correlacionando-as e vinculando-as ao ensino no curso.

As transformações sociais e o desenvolvimento científico-tecnológico acelerado, aliados à expansão das bases de conhecimento em todos os campos do saber, tornam imperiosa a definição de orientações compatíveis com o estado de desenvolvimento do conhecimento e da realidade social. Deverão, assim, contemplar a mudança de foco do processo ensino/aprendizagem, cuja ênfase vem se deslocando do predomínio da aquisição de conhecimentos para privilegiar a capacidade de aprender a aprender, realçada pelas Diretrizes Curriculares Nacionais, envolvendo o desenvolvimento das capacidades de integração e de crítica das informações e das competências atuais, bem como de busca de novos conhecimentos e incorporação de novas tecnologias, desenvolvendo a habilidade de avaliá-las e selecionar criticamente as mais pertinentes.

Em relação ao PPC do curso utilizamos algumas orientações gerais para proporcionar a coerência, a articulação e a consolidação dos diferentes elementos constitutivos do PPC, tais como, as Diretrizes Curriculares Nacionais, Diretrizes Pedagógicas Institucionais, o contexto educacional e a realidade que o curso está inserido e a missão institucional.

Orientações no seu processo:

- As linhas orientadoras do MEC e outros órgãos de competência acadêmica no ensino superior;
- As Diretrizes Curriculares do curso que orienta as reflexões, análise de currículos e conteúdos;
- O processo de avaliação ligado a programa de desenvolvimento e aperfeiçoamento do trabalho docente;
- Diretores, coordenadores, professores e alunos devem envolver-se na avaliação que conduz a mudança;
- Na medida que estimula a participação dos envolvidos no processo, forma-se hábitos de escuta, de liberdade de análise, de direito ao erro e de procura de soluções conjuntas ou combinadas;
- Levantamento das características da clientela do curso e das características socioeconômicas da região onde a instituição está inserida;
- Analisar o mercado de trabalho para verificar sua saturação ou áreas emergentes e novos enfoques;
- Um balanço do que se tem feito e do que merece alteração;
- Os professores possuem apoio didático pedagógico em nível institucionalizado;

A área político social garante uma visão humanística do ser humano influenciada pela antropologia. A sociologia e a antropologia buscam compreender a sociedade globalizada, complexa, multicultural e entender o homem e sua cultura. Esses enfoques contribuem para provocar o compromisso com a população, com o país e com a Instituição que enfatiza a relação Universidade, comunidade regional e nacional, e isto, corrobora para a coerência do PPC.

Essa coerência do PPC com os aspectos referentes ao contexto educacional, as necessidades locorregionais, a missão, aos DCN's, PDI e perfil do egresso tem a responsabilidade e o compromisso com a formação do profissional-cidadão, com a formação humanística, ética e científica, com conhecimentos, habilidades e competências que permitam ao discente decidir e atuar com segurança e propriedade para atender as necessidades da população e da sociedade em geral.

2.4. PARTICULARIDADES DO PPC QUE RESSALTAM A IDENTIDADE DO CURSO

As Diretrizes Institucionais por meio de suas orientações estratégicas possibilitam a coerência entre o PDI e os Projetos Pedagógicos dos diferentes cursos da FAIPE. A existência de uma linha orientadora subsidiada pelas orientações do MEC, pelas Diretrizes Curriculares, o contexto educacional e as necessidades locais são extremamente relevantes para proporcionar a coerência entre os Projetos dos cursos da IES, no entanto, cada um dos cursos possui certas características que os diferenciam entre si e que permitem criar uma identidade única em relação aos outros cursos da Instituição e de outras Instituições de ensino.

Destaca-se:

O perfil do profissional é considerado uma particularidade que realmente vai determinar a identidade do curso. A sua proposta é discutida entre os órgãos colegiados, NDE, professores e alunos, e possibilitam uma visão ampla do profissional que se pretende formar para a sociedade e, dessa forma, todos se sintam responsáveis e comprometidos com o curso. Assim, o perfil do egresso tem compromisso com uma proposta pedagógica integradora de formar o cidadão com competências que lhe permita adquirir autonomia intelectual no enfrentamento de diferentes tipos de situações reais do cotidiano. O delineamento do perfil possui aspectos relevantes uma vez que a formação do discente acontecerá através do desenvolvimento de habilidades que decorrem das competências adquiridas e referem-se ao plano imediato de saber fazer. Consiste num conjunto de competências e habilidades necessárias à aquisição de valores, hábitos e conhecimentos fundamentais ao alicerce do profissional. Essas habilidades e competências estão implícitas nos conteúdos e nas atividades de aprendizagem.

A organização curricular é também um diferencial, pois o currículo é para o curso um instrumento vivo, dinâmico, articulando e integrando as disciplinas e, até mesmo, prevendo e antevendo-se as mudanças, aos avanços tecnológicos, as mutações do mercado profissional, atento aos movimentos sociais e econômicos regionais e nacionais, por sua orientação à flexibilidade. A efetivação da organização curricular, o balanceamento da carga horária entre as disciplinas com o perfil humanista, social e profissionalizante possuem a finalidade de proporcionar uma formação básica que assegure o domínio dos conhecimentos fundamentais em cada área de atuação do profissional que se pretende formar.

O perfil do profissional e a estrutura curricular se alinham ao contexto, uma vez que, o curso foi estruturado com dados diagnosticados das reais necessidades de Cuiabá e região e, dessa forma, a estrutura delineada permite fomentar e desenvolver uma postura analítico-crítica e a atitude científica, através da integração das disciplinas, formando uma integralização curricular única.

Outro aspecto considerado relevante em nosso PPC é a elaboração de currículo e a sua interrelação com os conteúdos do curso. A matriz curricular permitiu a seleção e organização dos conteúdos, considerando as competências e habilidades, numa correlação imediata com o perfil profissional pretendido. Na elaboração curricular, algumas disciplinas, por suas características de caráter integrador são selecionadas para discutirem temas de relevância social, cultural e ambiental, com perspectiva efetiva de interdisciplinaridade.

Os conteúdos presentes no curso representam subsídios das diferentes ciências para a formação do profissional. Por serem oriundos de diversas áreas são apresentados de forma articulada, permitindo aos professores de diferentes disciplinas, afins ou não, a compreensibilidade sobre quais conteúdos são essenciais e, sobre que enfoque deve ser desenvolvido para atender o estabelecimento da relação entre teoria e prática.

A metodologia adotada tem relevância e caracteriza-se no curso como elemento que serve de suporte metodológico para todas as ações desenvolvidas. A proposta metodológica busca estabelecer vínculos atrativos, atividades diversificadas, sem perder o foco e a essência das competências e habilidades a serem desenvolvidas, tendo como preocupação à acessibilidade a todos os discentes e pela diversidade de estratégias. É a metodologia ativa de ensino e aprendizagem que privilegia estratégias diversificadas de caráter individual e grupal. A metodologia consiste numa postura diante da realidade que implica tarefas indissociáveis, reflexões, interpretações da realidade e sua transformação e ou modificação.

Para a efetivação desse processo metodológico, os professores utilizam as estratégias de ensino que permitem o movimento dialético de ir e vir, na busca de interpretações, diálogos que possibilitem ao acadêmico um saber teórico-prático na resolução de problemas do cotidiano.

A interdisciplinaridade é elemento integrador das disciplinas curriculares na busca construção do conhecimento. É um processo que vem sendo utilizado na busca reconciliação da fragmentação do conhecimento.

Em seu conjunto o PPC é o responsável teórico-prático pela qualidade eficiência e eficácia do curso. Evidentemente ele se constitui pela variedade dentro da unidade formando um todo. Assim sendo, todos os elementos são significativos quando trabalhados de forma integrada numa perspectiva de formação do profissional cidadão.

O corpo docente é orientado no sentido de refletir e transformar a sua prática educativa, revendo, repensando e ressignificando suas ações. Nesse sentido a instituição compromete-se com um projeto que prevê a educação continuada que oportuniza, discussões que permite aos profissionais que conduzem ao estabelecimento da relação teoria e prática, visando a contribuir para compreensão da sociedade e buscar formas alternativas para transformá-la.

Desta forma, essa proposta permite buscar a efetivação da aprendizagem permanente dos professores e pela reflexão sobre o trabalho que desenvolvem, buscando articular e reelaborar os conhecimentos, as práticas adquiridas no trabalho realizado.

Esse trabalho de formação continuada do docente contém uma visão curricular por disciplina, mas oferece subsídios para o planejamento mais racional que não perde a visão de totalidade do curso. Fica implícito as áreas de conteúdos, tais como: área político social que visa a formação humanística e conhecimento das necessidades sociais ligadas a profissão; área de formação geral que compreende os estudos básicos; área de formação específica com estudos direcionados especificamente na formação do profissional; área de metodologia instrumental que compreende estudos relacionados a produção de conhecimentos, obtenção de sua validade; formação prática que prepara a entrada e educação profissional e também uma preocupação com a formação específica orientada que oferece estudos de temas emergentes para atualização, aprofundamento e enriquecimento na área.

O curso trabalha essa orientação didática partindo do trabalho coletivo dos professores, NDE, para entendimentos dos pontos relevantes na proposição de um currículo e do significado das disciplinas na e para a totalidade do curso.

A extensão em sua trajetória institucional busca cada vez mais firmar-se com ações que deem identidade ao curso, através dos impactos de suas atividades, na formação humana de sua comunidade acadêmica e no alcance das ações extensionistas no enfrentamento dos problemas sociais, econômicos e políticos da sociedade.

Nesse percurso o curso vem buscando articulação das atividades de extensão com o ensino, a pesquisa e com as necessidades e demandas do entorno social. A

participação dos estudantes nas ações extensionistas e intervenção social e conseqüentemente impacto em sua formação caracterizam a identidade do curso dentro e fora da IES. É um trabalho de estar permanentemente em conexão com os setores produtivos e dos diversos segmentos da sociedade, numa relação de intercâmbio e mútuo aperfeiçoamento

A IES/Curso se enriquece a si mesmo em conhecimento e sabedoria, ao mesmo tempo que incentiva o desenvolvimento de programas e projetos comunitários. Assim, perspectiva marcar sua identidade e poder ser reconhecida pelo caráter das atividades de extensão que realiza, de forma proativa na interação com a sociedade e em consonância com seu programa pedagógico.

Esse trabalho atende a consecução dos fins da IES através dos cursos sempre a serviço da vida, dos direitos humanos e da dignidade humana. Busca se firmar na melhoria da qualidade de vida dos grupos populares, na organização política e social e jamais se restringir aos rituais internos Institucionais.

As práticas da extensão permitem o acesso às diferentes culturas e expressões artísticas e, portanto, a formação humana enriquece a reflexão e o aprendizado promovendo aos alunos, professores e funcionários uma formação responsável e tolerante sobre as diferentes interpretações da realidade, conseqüentemente, melhores atitudes conscientes e solidárias nas relações endógenas ou exógenas.

Portanto, a extensão estará sempre dialogando com a sociedade, por meio dos movimentos populares, organizações não-governamentais e movimentos étnicos, artísticos, culturais. Com o mercado, na relação de produção, compra, venda e consumo.

a. Atuação do Coordenador do Curso:

O Coordenador tem como atribuições o acompanhamento das atividades docentes e discentes, o recrutamento, seleção e socialização dos docentes e corpo técnico-administrativo ligado à coordenação, o aproveitamento de estudos e acompanhamento da adaptação de alunos.

É ainda responsável pelo planejamento e execução dos programas de extensão, de iniciação científica, de estágio supervisionado e das atividades complementares.

O Coordenador desempenha suas funções em conjunto com o NDE e Colegiado de Curso além da participação efetiva de todo corpo docente na condução do curso.

O Regimento Interno da FAIPE ainda define as seguintes atribuições à Coordenação, sob a supervisão da Diretoria Acadêmica e/ou Coordenação Pedagógica.

- I. Definir ou redefinir a concepção, os objetivos, as finalidades e o perfil do profissional a ser formado no curso;
- II. Colaborar com os docentes na elaboração de planos de ensino e em projetos de natureza pedagógica;
- III. Sugerir alterações curriculares e o ajustamento de planos de ensino de disciplinas, de acordo com os objetivos do curso e do perfil do profissional a ser formado, e com as Diretrizes Curriculares aprovadas pelo Ministério da Educação;
- IV. Promover a discussão e análise das ementas e conteúdos programáticos das disciplinas, visando à interdisciplinaridade e à integração do corpo docente aos objetivos do curso;
- V. Fomentar a discussão teórica e o avanço prático de metodologias de ensino adequadas às diferentes disciplinas do curso;
- VI. Estabelecer normas para o desenvolvimento e controle dos estágios curriculares e extracurriculares;
- VII. Executar periodicamente a Autoavaliação do curso e a avaliação institucional;
- VIII. Superintender todas as atividades da Coordenadoria, representando-a junto às autoridades e órgãos da Faculdade;
- IX. Convocar e presidir as reuniões do Conselho de Curso de Graduação;
- X. Acompanhar a execução das atividades programadas, bem como a assiduidade dos professores e alunos;
- XI. Apresentar, semestralmente, ao Conselho de Curso de Graduação e à Diretoria, relatório das atividades da Coordenadoria;
- XII. Sugerir a contratação ou dispensa do pessoal docente, técnico-administrativo e monitores;
- XIII. Encaminhar, ao setor responsável pelo controle acadêmico, nos prazos fixados pelo Diretor Geral, os relatórios e informações sobre avaliações e frequência de alunos;
- XIV. Propor ou encaminhar proposta, na forma deste Regimento, para a criação de cursos sequenciais, de tecnologia, de pós-graduação e o desenvolvimento de eventos extracurriculares, culturais ou desportivos;

- XV. Distribuir encargos de ensino, entre seus professores, respeitada as especialidades;
- XVI. Decidir, após pronunciamento do professor da disciplina, sobre aproveitamento de estudos e adaptações de alunos;
- XVII. Estimular o Programa de Monitoria;
- XVIII. Incentivar o desenvolvimento de projetos de aplicação prática;
- XIX. Estimular práticas de estudo independentes, visando à progressiva autonomia intelectual e profissional do aluno;
- XX. Encorajar o reconhecimento de conhecimentos, habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar;
- XXI. Elaborar o horário escolar do curso e fornecer à Diretoria os subsídios para a organização do Calendário Escolar;
- XXII. Fiscalizar a observância do regime escolar e o cumprimento dos programas e planos de ensino, bem como a execução dos demais projetos;
- XXIII. Emitir parecer sobre aproveitamentos de estudos e propostas de adaptações de curso;
- XXIV. Exercer o poder disciplinar no âmbito do curso.

I. Experiência Profissional, de Magistério Superior e de Gestão Acadêmica do Coordenador

Possui mais de 20 anos de experiência profissional em magistério superior, na Universidade de Cuiabá – UNIC, atual Grupo Kroton e no Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura – ICEC (Grupo UNIP).

n- Composição do Núcleo Docente Estruturante:

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Tecnologia em Gestão de Marketing da FAIPE é o órgão consultivo responsável pela concepção do Projeto Pedagógico do Curso.

O conceito inicial do Núcleo Docente estruturante advindo da Portaria nº 147/2007, que tratava pela primeira vez do assunto é bem recebido na FAIPE, visto que,

se trata de uma equipe que deve preocupar-se com a formulação, implementação e desenvolvimento do projeto do curso.

O NDE reunir-se-á, ordinariamente, por convocação do Coordenador do curso de graduação ou do Presidente do NDE, no mínimo, 2 (duas) vezes por semestre, por ocasião da realização do Colegiado do Curso e extraordinariamente, sempre que convocado pelo Coordenador do Curso, Presidente ou pela maioria de seus membros titulares. As decisões do NDE serão tomadas por maioria simples de votos, com base no número de presentes.

O NDE do Curso de Marketing é amparado pelo regimento do NDE geral da FAIPE, devidamente aprovado pelo CONSUP.

o. Atuação do Núcleo Docente Estruturante

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Marketing da FAIPE é o órgão consultivo responsável pela concepção do Projeto Pedagógico do Curso.

O conceito inicial do Núcleo Docente estruturante advindo da Portaria nº 147/2007, que tratava pela primeira vez do assunto é bem recebido na FAIPE, visto que, se trata de uma equipe que deve preocupar-se com a formulação, implementação e desenvolvimento do projeto do curso.

Como observamos no Ofício-Circular DAES/INEP/MEC nº 48 de 13 de maio de 2010:

(...) o Núcleo Docente Estruturante (NDE), parcela do corpo docente responsável pela criação, implantação e consolidação do projeto pedagógico do curso, deve ser considerado como elemento diferenciador da composição e organização do corpo docente do curso.

Com a Resolução nº 1/2010, resultante do Parecer CONAES nº 4/2010, estabeleceu-se a normatização para o Núcleo Docente Estruturante:

Art 1º O Núcleo Docente Estruturante (NDE) de um curso de graduação constitui-se de um grupo de docentes, com atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuante no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do projeto pedagógico do curso.

Parágrafo Único: o NDE deve ser constituído por membros do corpo docente do curso, que exerçam liderança acadêmica no âmbito do mesmo, percebida na produção de conhecimentos na área, no desenvolvimento do ensino, e em outras dimensões entendidas como importantes pela instituição, e que atuem sobre o desenvolvimento do curso.

Art. 2º São atribuições do Núcleo Docente Estruturante, entre outras,

I – contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso;

II – zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo.

III - indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;

IV - zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.

Art. 3º As Instituições de Educação Superior, por meio dos seus colegiados superiores, devem definir as atribuições e os critérios de constituição do NDE, atendidos, no mínimo, os seguintes:

I - ser constituído por um mínimo de 5 professores pertencentes ao corpo docente do curso;

II - ter pelo menos 60% de seus membros com titulação acadêmica obtida em programas de pós- graduação *stricto sensu*;

III - ter todos os membros em regime de trabalho de tempo parcial ou integral, sendo pelo menos 20% em tempo integral;

IV - assegurar estratégia de renovação parcial dos integrantes do NDE de modo a assegurar continuidade no processo de acompanhamento do curso.

O que se pretende com a equipe NDE é ter um elemento diferenciador para o curso, composto por educadores líderes que podem posicionar o curso estrategicamente e potencializar o oferecimento da educação de qualidade aos estudantes.

O Núcleo Docente Estruturante é peça fundamental para articular o currículo e a prática docente, envolvendo a equipe docente e os acadêmicos em um processo contínuo de ações criativas, que retroalimenta e proporciona a evolução do curso.

Assim, considerando a Resolução pertinente são atribuições do Núcleo Docente Estruturante:

- a) atualizar periodicamente o projeto pedagógico do curso;
- b) estabelecer o perfil profissional do egresso do curso e contribuir para a consolidação de seu perfil profissional;
- c) supervisionar as formas de avaliação e acompanhamento do curso definidas pelo Colegiado;
- d) analisar e avaliar os Planos de Ensino dos componentes curriculares;
- e) acompanhar as atividades do corpo docente, recomendando ao Colegiado de Curso a indicação ou substituição de docentes, quando necessário;
- e) conduzir os trabalhos de reestruturação curricular, para aprovação no Colegiado de Curso, sempre que necessário;
- f) estabelecer diretrizes e normas para o regime didático-pedagógico do Curso, respeitada a política acadêmica aprovada pelos órgãos superiores;
- g) indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;
- h) emitir pareceres das propostas de ensino, pesquisa e extensão no âmbito do Curso;
- i) fixar as diretrizes gerais dos programas das disciplinas do Curso e suas respectivas ementas, recomendando ao Coordenador do Curso, modificações dos programas para fins de compatibilização;
- j) propor ao Coordenador providências necessárias à melhoria qualitativa do ensino;
- k) participar do processo de seleção, permanência ou substituição de docentes para o Curso;

- l) promover a avaliação dos planos de trabalho nas atividades de ensino, pesquisa e extensão na forma definida no projeto de avaliação institucional;
- m) coordenar a elaboração e recomendar a aquisição de lista de títulos bibliográficos e outros materiais necessários ao Curso;
- n) analisar e homologar o cronograma das atividades complementares do Curso;
- o) assessorar o Coordenador em outras atividades especiais;
- p) colaborar com os demais órgãos acadêmicos na sua esfera de atuação;
- q) sugerir providências de ordem didática, científica e administrativa que entenda necessárias ao desenvolvimento das atividades do Curso;
- r) avaliar o desempenho docente, discente e técnico-administrativo, segundo proposta dos órgãos superiores;
- s) zelar pela regularidade e qualidade do ensino ministrado pelo Curso;
- t) incentivar a elaboração de programas de extensão na área de sua competência e supervisionar a execução e avaliar seus resultados;
- u) promover a integração horizontal e vertical do curso, respeitando os eixos estabelecidos pelo Projeto Pedagógico;
- v) promover a interdisciplinaridade do curso;
- x) zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.

2.5.1. ARTICULAÇÃO DA GESTÃO DO CURSO COM A GESTÃO INSTITUCIONAL

Em uma Instituição Educacional que esteja centrada numa postura democrática, a autonomia apresenta-se como um norte a ser conquistado, pois esta vem de um exercício de democratização no qual se delega aos agentes administrativos e pedagógicos a possibilidade de dar respostas ao cidadão (aluno e responsável) a quem servem.

A autonomia coloca para a IES a responsabilidade de prestar contas do que faz ou deixa de fazer, sem repassar para outro setor essa tarefa e, ao aproximar-se da comunidade é capaz de permitir uma participação realmente efetiva da mesma, o que a caracteriza como uma categoria eminentemente democrática.

A política para a organização institucional da FAIPE está assentada nas seguintes diretrizes:

- Estabelecer espaço e tempo para a discussão da política pedagógica, da FAIPE;
- Garantir o amadurecimento e a interação dos profissionais, alunos e comunidade com vista a um planejamento participativo, determinado no calendário escolar ou definido pela comunidade, democraticamente, garantindo o acesso aos seus direitos, conhecimento e exercício de seus deveres, fazendo de todos coparticipes e coautores no processo educacional;
- Redimensionar a prática, pautando sua atuação numa gestão descentralizadora na qual as ações coletivas estejam contempladas;
- Atribuir maior autonomia e maior responsabilidade para os Colegiados de Cursos de Graduação e às Coordenações de Curso, que terão um papel fundamental na elaboração, execução e avaliação dos seus Projetos Pedagógicos, articulando-os com as diretrizes já definidas pela Instituição;
- Utilizar a gestão estratégica, como um processo organizacional que engloba inovação, adaptação, sobrevivência e limites de crescimento organizacional, caracterizando-se como uma alternativa capaz de criar identidade e estabelecer objetivos comuns.

Além disso, o regimento da FAIPE prevê a participação do corpo docente e discente em seus colegiados, de modo a garantir uma comunicação contínua entre toda comunidade acadêmica.

2.5.2. POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

Comprometida com sua Missão institucional, a FAIPE tem como princípios norteadores:

[...] “a preocupação com a formação de recursos humanos capazes de atuar e interferir na realidade social, contribuindo para modificações/mudanças no meio, reestruturando e relacionando suas ideias frente às necessidades advindas do contexto. É proposta da Instituição, portanto, preparar indivíduos para agir na incerteza,

dotados de competências e habilidades que lhe permitam a mobilização de esquemas cognitivos e a busca de alternativas de solução para problemas existentes e emergenciais, evidenciados na comunidade e região”. [PDI, 2015].

De uma forma geral, os projetos da FAIPE têm como finalidade realizar estudos, pesquisas e ações voltados para as questões sociais mais amplas e para o desenvolvimento de alternativas capazes de promover a melhoria da qualidade do ensino, e de atender aos anseios específicos da comunidade, lastreando tais ações através do planejamento institucional, que reflete nas atitudes, posturas, valores da comunidade acadêmica considerando o tripé Ensino, Pesquisa e Extensão.

É através de suas ações de Ensino, Pesquisa e Extensão que a FAIPE busca responder concretamente aos anseios da sociedade civil, atuando como propulsora e líder de processos de desenvolvimento, de fortalecimento da cidadania, objetivando ser reconhecida como uma instituição que trabalha a serviço da sociedade e da cidadania.

Para a consecução desses objetivos, as políticas de Ensino, Pesquisa e Extensão promovem a integração permanente entre a Faculdade e a sociedade, como princípio de uma atuação que, além de ser permanente, deve se alargar cada vez mais, promover a socialização de conhecimentos produzidos e acumulados na academia.

O princípio pedagógico da interdisciplinaridade é uma constante nos projetos pedagógicos dos cursos da FAIPE. No Projeto Pedagógico do Curso de **Marketing** é praticado através de planejamento conjunto e participativo das atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão, valorizando as competências, os valores, as atitudes, o saber-fazer, o saber-estar, o desenvolvimento de capacidades de criatividade, comunicação, trabalha em equipe, resolução de problemas, responsabilidade, poder empreendedor, ferramentas importantes na adaptação à geografia multinacional e organizacional do mundo do trabalho.

No curso de **Marketing**, as atividades de ensino contemplam a implantação do curso por meio de suas unidades curriculares e ações acadêmicas, sempre com foco no atendimento das demandas existentes no mercado de trabalho.

Desta forma, desde o início de suas atividades, o Curso de **Marketing** da FAIPE trabalha em articulação com o ambiente empresarial e do trabalho a fim de propiciar aos alunos um ambiente acadêmico e profissional, alinhado aos conhecimentos e tecnologias existentes. A Faculdade prevê a educação continuada dos alunos do curso,

com a oferta dos cursos de pós-graduação *Lato Sensu* nas áreas de Gestão de Pessoas, Marketing, entre outras.

No âmbito das atividades de extensão, essas são uma possibilidade de aprimorar e refinar a integração ensino-pesquisa. A Extensão possibilita que a Faculdade amplie suas ações com a sociedade atendendo as demandas empresariais, dos trabalhadores e dos alunos do curso, que podem através das atividades de extensão ampliar horizontes profissionais, desenvolvendo, conhecimentos, habilidades e atitudes de forma prática, dinâmica, atualizada e complementar a sua formação profissional.

Nesta perspectiva, destacam-se como políticas de ensino pesquisa e extensão no CURSO:

I. No **ENSINO** têm em vista à formação do homem de forma holística, na sua multidimensionalidade. No desenvolvimento dos seus objetivos buscará a integração de forma a contribuir para esta formação, através de um trabalho de equipe, entre os sujeitos que envolvem o processo educativo. Para isso deve:

a. Estabelecer prioridades das ações/atividades dos professores, na relação conhecimento e problemas sociais.

b. Incentivar a prática interdisciplinar/integração nas diferentes disciplinas, evitando a fragmentação dos conteúdos.

c. Buscar o desenvolvimento de estudos, voltados para a integração dos diferentes conteúdos numa perspectiva de integração.

d. Realizar estudos teórico-práticos, voltado para a integração das diferentes disciplinas do currículo do curso;

e. Planejar e executar atividades de ensino e iniciação científica de acordo com o planejamento de atividades do professor;

f. Desenvolver programas e projetos, voltados para a educação inclusiva.

II. A **EXTENSÃO** é fator integrador entre ensino e iniciação científica, sendo concebida através de um compromisso entre a FAIPE e a comunidade. Para tanto, objetiva:

a. Ser um elo entre o ensino e a pesquisa, propiciando ao educando o desenvolvimento das habilidades inerentes ao profissional que se quer formar.

b. Implementar projetos que propiciem aos educandos um espaço de aprendizagem, contribuindo para as transformações sociais, econômicas e políticas, sempre na relação curso/comunidade;

c. Minimizar a dicotomia entre teoria e prática através do desenvolvimento de atividades que envolvam o ensino e habilidades de iniciar na pesquisa que serão orientadas pelas diferentes disciplinas do curso.

O Projeto Pedagógico do Curso de **Marketing** contempla uma formação integradora em articulação com a iniciação científica e a extensão, através da prática da excelência do ensino e compromisso com o processo ensino/aprendizagem de qualidade, dotando a estrutura curricular de flexibilidade em atendimento das Diretrizes Curriculares Nacionais e o Catálogo Nacional de Cursos Tecnológicos, às necessidades da sociedade, inclusive do mundo do trabalho.

E busca também, desenvolver através de suas atividades complementares, ações de responsabilidade social que irá ajudar os alunos a se tornarem cidadãos críticos e socialmente responsáveis.

O curso de **Marketing** manterá interação com o setor produtivo, com a comunidade local e com os segmentos populares, a partir da ampliação dos programas/projetos de ensino, iniciação científica e extensão, convênios e parcerias com empresas de todos os portes e órgãos e organismos governamentais.

2.5.3. Articulação Ensino, Pesquisa e Extensão

O Curso de **Marketing** busca a articulação entre o ensino, à pesquisa e a extensão desde o primeiro período acadêmico. O Projeto Pedagógico do Curso não está exclusivamente centrado no ensino, mas vinculado aos processos de pesquisa e extensão. O processo de construção do saber a partir da reflexão sobre os fundamentos do conhecimento mediado pela permanente interação com a realidade deve constituir o foco central do Projeto Pedagógico e da estrutura curricular.

O Curso de **Marketing** adota em suas atividades como referência, o ato de interrogar, (re) produzir e criar, isto é, interrogar a realidade de modo crítico e permanente, (re) produzir o conhecimento de modo consciente de suas limitações, orientando o aluno para a busca de soluções criativas aos problemas com que se pode defrontar. Um curso assim construído aponta para a atitude reflexiva e problematizadora

do aluno que lhe permitirá ser produtor do conhecimento. O comportamento investigativo aplica-se tanto às atividades de sala de aula, como as fora dela, com a participação em: a) projetos de pesquisa e/ou extensão realizados na instituição ou fora dela; b) eventos científicos; c) atividades de monitoria; d) atividades de extensão, na qualidade de ato de criação, resolução de problemas, mas sempre como atividade de interrogação.

A Extensão é encarada na perspectiva da produção do conhecimento, contribuindo para viabilizar a relação transformadora entre FAIPE - Curso de **Marketing** - Sociedade. As atividades de extensão, inclusive as de natureza desportiva, artística e cultural, visam valorizar e estimular a criação e difusão da arte e da cultura, particularmente aquelas patrocinadas pela comunidade, refletindo o potencial do Curso de **Marketing** no contexto social regional.

De modo geral, o Curso tem como atividades realizar sua integração com a sociedade por meio da realização de seminários de atualização na área, cursos de extensão, envolvendo temas atuais, de interesse e necessidade das comunidades externa e interna; de serviços de intermediação de oportunidades de estágio para estudantes do curso; de estudos e pesquisas em torno de aspectos da realidade local ou regional; da publicação de trabalhos de interesse cultural ou científico e divulgação de conhecimentos e técnicas de trabalho; e do estímulo à articulação da extensão com a pesquisa e o ensino, visando integrar, sempre que possível, o saber acadêmico com a realidade.

Dessa forma, o Curso ao implementar o seu currículo acompanhado pelas ementas, programas e recursos didáticos tem o foco na integração entre ensino, pesquisa e extensão, expressos nas seguintes premissas:

- Contribuir para a promoção da ciência e da tecnologia no contexto histórico-social da comunidade na busca do conhecimento científico, por intermédio da articulação entre o ensino, pesquisa e a extensão;
- Promover a aprendizagem ativa, de modo que o estudante seja sujeito de seu projeto educacional;
- Privilegiar a produção e a incorporação do conhecimento sistematizado, da reflexão, do debate e da crítica em uma perspectiva interdisciplinar;

- Resgatar o conhecimento como reflexão, dúvida, compreensão e crítica do que é oferecido pela observação e pela experiência do mundo físico e social;
- Socializar o conhecimento elaborado com o intuito de desenvolver competências que promovam a reflexão e a ação responsável na direção de uma sociedade mais justa.

A FAIPE consciente da importância de sua atuação na comunidade vem realizando projetos de cunho social, cultural, ambiental e educacional, desenvolvendo atividades de prevenção e educação no âmbito da saúde, através dos cursos de pós-graduação em odontologia com ações voltadas para comunidades menos favorecidas, assim como atividades educacionais, através de palestras e ações com a comunidade.

A FAIPE lançou o projeto Amigos da Praça “Manoel Mirágua” visando a recuperação e conservação do espaço destinado a comunidade, assim como a recuperação dos valores históricos e culturais que envolvem a praça.

Os projetos de responsabilidade social da FAIPE são organizados pela comunidade acadêmica e aprovados pelo Conselho Superior, que avalia e define prioridades em consonância com os princípios e objetivos da IES, fundamentados em valores como a paz, a justiça, a democracia a solidariedade, o respeito à diversidade e aos direitos humanos, de toda pessoa.

A iniciação à pesquisa no Curso de **Marketing** da FAIPE poderá ser decorrente de trabalhos relacionados às disciplinas do curso, atividades de extensão, resultantes das ações de responsabilidade social e ambiental, dos trabalhos desenvolvidos no programa de monitoria ou mesmo projetos de pesquisas aplicadas.

2.6. OBJETIVOS DO CURSO

Conforme a Resolução CNE/CP n.º 03, de 18/12/2002, artigo 2º, é da responsabilidade dos Cursos Superiores Tecnológicos “incentivar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico em suas causas e efeitos” e “incentivar a produção e a inovação científico-tecnológica e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho”.

Em virtude da realidade socioeconômica local e da vocação da Instituição, que está diretamente ligada às demandas do mercado de trabalho da região, os cursos superiores de tecnologia visam a aumentar o quociente de empregabilidade de seus egressos.

São características básicas dos cursos superiores de tecnologia:

- A Educação Profissional, considerando o avanço do conhecimento tecnológico e a incorporação crescente de novos métodos e processos de produção e distribuição de bens e serviços;
- A atuação prioritária na área tecnológica nos diversos setores da economia;
- A conjugação no ensino da teoria com a prática;
- A oferta de formação especializada, levando em consideração as tendências do setor produtivo;
- O desenvolvimento do processo educacional que favoreça, de modo permanente, a transformação do conhecimento em bens e serviços em benefício da sociedade;
- A qualificação, requalificação e reprofissionalização do profissional; e
- A formação de profissionais e especialistas na área tecnológica.
- São objetivos do Curso Superior de Tecnologia em Marketing:
- Contribuir para a formação humana e técnica de profissionais e especialistas de nível superior, comprometidos com o processo de desenvolvimento gerencial mercadológico, particularmente no que tange à tecnologia em Marketing;
- Coletar e analisar dados sobre o perfil do consumidor (renda, hábitos de consumo);
- Desenvolver produtos e serviços coerentes;
- Planejar as formas de comercialização e comunicação;
- Gerenciar as atividades de compra, armazenagem e distribuição de mercadorias, bem como identificar oportunidades;
- Instrumentalizar técnica, teórica e conceptualmente o estudante para que contribua na identificação, diagnóstico, e análise dos problemas gerenciais com os quais convivem as organizações locais e regionais, nas

suas diversas áreas funcionais e, particularmente, na área de tecnologia em Marketing, visando a elaboração consistente de soluções que respondam aos interesses das mesmas;

- Capacitar o estudante para realizar o rastreamento e análise, para fins de transladação e adaptação à realidade local e regional, de experiências e soluções de intervenção nas áreas de gerenciamento de sistemas de informação em marketing, de vendas, estratégias de marketing, perfil do consumidor e mais instâncias organizacionais.

Orientada por estas diretrizes, a FAIPE entende que pode colaborar para o desenvolvimento local e regional, na medida em que tem as condições acadêmico-pedagógicas necessárias para conceber e oferecer programas de formação continuada, de caráter mais aplicado, especificamente destinados para as categorias a seguir elencadas:

- Todos aqueles que já estejam inseridos no mercado de trabalho, mas que se reconheçam motivados para investir em programas de reciclagem que assegurem o alcance de melhores resultados em termos profissionais;
- Todos aqueles que já estejam inseridos no mercado de trabalho, mas se reconheçam motivados para investir em projetos de diversificação de atividades profissionais;
- Todos aqueles que já estejam inseridos no mercado de trabalho, mas se reconheçam motivados para investir todos os esforços possíveis na possibilidade de conquistar uma promoção funcional;
- Todos aqueles que desejam aproveitar os benefícios e incentivos para investigar a viabilidade econômico-financeira da criação de um novo negócio. E que, para isto, tenham consciência de que os riscos se reduzem na medida em que as competências para tomar decisões, com reduzidas margens de erro, se ampliam com uma formação adequada. Consequentemente, dependem de um acervo diferenciado de conhecimentos novos, do desenvolvimento de competências derivadas do conceito de empreendedorismo e de uma visão estratégica do negócio de maior interesse; e

- Todos aqueles que temporariamente estejam à margem do mercado de trabalho e justamente por isso desejam desenvolver competências mais orientadas pelas demandas do mercado de trabalho.

2.7. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

O perfil do egresso corresponde a uma base de formação para a área de Comércio e Serviços, com especificação em Marketing.

Assim, o profissional, a partir da visão especializada para operação no seu campo de trabalho, desenvolverá competências profissionais, sociais e intelectuais gerais da área. Terá, desse modo, uma visão integradora possibilitando compreensão à interface dos processos de gestão comercial em suas várias vertentes, formando profissionais que sejam capazes de definir as estratégias de atuação de uma empresa no mercado, estudar as necessidades do cliente, desenvolver produtos e serviços para atendê-los, planejar as formas para vendê-las, planejar as formas de vendas e cuidar da imagem e da comunicação da empresa, obter dados do consumidor, renda, necessidades e hábitos de consumo, avaliar o impacto das campanhas de Marketing sobre ele.

O profissional para atuar no setor de serviços (terciário), terá uma formação geral, inicialmente fundamentada em sólidos conceitos básicos que suportarão a absorção de novos conhecimentos e uma formação específica desenvolvida por meio de conceitos, procedimentos, atitudes e valores que visam a entrada (formação específica) e a permanência (formação geral) no mercado de trabalho. Esta modelagem articulada sinergicamente garantirá ao aluno o pleno exercício da cidadania e do desenvolvimento de sua capacidade profissional.

O profissional deverá, ainda, ter capacidade de adequação à complexidade e velocidade das mudanças econômicas, socioculturais e tecnologias, preparando, portanto, para enfrentar as transformações do mercado de trabalho, das tecnológicas e da economia. Do ponto de vista social e ético, deve permitir atitude crítica quanto ao exercício da gestão da atividade comercial, quanto às suas repercussões e, ainda, quanto às necessidades da sociedade.

O profissional habilitado ao mercado de trabalho deverá desenvolver as seguintes competências:

- a) Analisar os problemas e desafios sociais, econômicos e culturais da região e como eles se traduzem em demandas para o tecnólogo em Marketing.

- b) Empreender, quer seja compondo equipes de trabalho ou atuando isoladamente.
- c) Analisar criticamente as organizações e o meio em que elas se inserem, atuando de forma a antecipar-se às mudanças que se fizerem necessárias.
- d) Avaliar e implementar modelos de gestão inovadores.
- e) Compreender a problemática comportamental do consumidor com vistas á tomada de decisão.
- f) Utilizar as técnicas de comunicação e negociação aplicadas ás atividades relativas a vendas.
- g) Correlacionar a legislação comercial e do consumidor às práticas comerciais.
- h) Identificar e formular estratégias de planejamento de marketing, de armazenamento e distribuição física de produtos, de compra e venda, de pós-venda.
- i) Identificar e analisar, da composição da estratégia comercial global, os efeitos de diferentes fatores, tais como preço, praça ou ponto, produtos ou serviços e estratégias de venda.
- j) Aplicar princípios e conceitos, tais como patrimônio, faturamento, lucro bruto e lucro líquido, custos e despesas, margem de contribuição e outros relacionados com produtividade e lucratividade.
- k) Coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como concorrência, demanda, volumes de venda por loja ou por vendedor e outros relacionados com o desempenho empresarial.
- l) Identificar e interpretar a legislação que regula as atividades de comercialização, tais como as normas referentes aos direitos do consumidor, aos contratos comerciais, as questões tributárias e fiscais.
- m) Utilizar técnicas de venda, de atração de clientes e de atendimento pessoal ou por meios eletrônicos.
- n) Precificar bens e serviços utilizando técnicas e modelos próprios.
- o) Aplicar conceitos de Matemática Financeira (juros, descontos, prestações) e calcular valores, utilizando-se de calculadoras financeiras ou de planilhas de cálculo.

- p) Analisar e aplicar técnicas de gestão de empresas voltadas ao varejo.
- q) Planejar e executar ações que promovam e comuniquem seus produtos aos consumidores e ao mercado.

As habilidades conceituais e atitudinais serão elaboradas pelas respectivas disciplinas, considerando competências e perfil profissional proposto pelo curso.

3. ESTRUTURA CURRICULAR

3.1. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A estrutura curricular no Projeto Pedagógico do Curso constitui-se como garantia e certificação de uma formação profissional competente e politicamente comprometida com a criação de uma sociedade justa, humana e relacionada com os objetivos do curso e com o perfil do egresso que se pretende construir.

Em segundo lugar, por definir conteúdos indispensáveis à geração dos conhecimentos relevantes, em termos dos conteúdos de **Marketing**, possibilitando a apropriação de saber necessário para que o profissional exerça com competência as atividades que lhe serão impostas pelo mercado de trabalho.

Além disso, a organização curricular do Curso de **Marketing** da FAIPE foi concebida de forma a permitir que o aluno tenha a oportunidade de construir a sua própria formação ética, intelectual e profissional.

Ela foi pensada e organizada tendo como elemento integrador os planos de ensino de cada disciplina ou atividade complementar, com foco permanente de estímulo à imaginação, à criatividade e inovação. Busca desenvolver a capacidade crítica e analítica no educando, em relação às implicações organizacionais com o advento da tecnologia da informação e desenvolver as habilidades de comunicação e expressão.

Busca ainda formar cidadãos atuantes e democráticos, capazes de compreender as relações sociais e étnico-raciais de que participam.

O currículo pleno atende às necessidades do meio social, articulando-se para formar um cidadão com características de comunicação interpessoal, ética, assim como ser capaz de entender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e financeiras, em âmbito nacional e internacional e nos diferentes modelos de organização.

A perspectiva Institucional projeta-se para a formação de profissionais com competência para apresentar domínio das responsabilidades funcionais envolvendo:

[...] o planejamento e gerenciamento dos subsistemas de gestão de pessoas, tais como: recrutamento e seleção, cargos e salários, treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho, rotinas de pessoal, benefícios, gestão de carreiras e sistema de informação de recursos humanos.

A matriz curricular do Curso de **Marketing** da FAIPE contempla conteúdos referentes ao conhecimento do cenário social, político, econômico e financeiro, tanto em nível regional como nacional, em harmonia com as necessidades das organizações privadas, governamentais e do terceiro setor e que tomam em consideração aos campos de formação abaixo explicitados e que devem estar ligados entre si.

Esses conteúdos, presentes no curso, representam subsídios das diferentes ciências para a formação do perfil do Gestor de Marketing. Por serem oriundos de áreas diversas, são apresentados de forma articulada, permitindo aos professores das várias disciplinas, afins ou não, a compreensibilidade sobre quais conhecimentos são essenciais para o curso, sobre que enfoque deve ser desenvolvido para o atendimento do Projeto Integrador, chamado de PIS (Projeto Interdisciplinar Supervisionado) que através da interdisciplinaridade dos conteúdos em cada semestre, sob a supervisão dos professores e orientação de um coordenador, busca integrar o conhecimento e estabelecer a relação entre teoria e prática.

As disciplinas que contemplam esses conteúdos estão assim organizadas:

- a) **Formação básica:** Comunicação Empresarial – 60h; Metodologia da Pesquisa Acadêmica – 30h; Introdução a Estatística– 30h; Técnicas de Informática – 30h; Matemática Financeira – 30h.
- b) **Formação profissional:** Mix de Marketing 60h; Gestão de Serviços e Marketing Interno – 60h; Contabilidade Financeira – 60h; Estratégias Competitivas – 60h; Projeto de Desenvolvimento de Produtos – 60h; Comportamento do Consumidor – 60h; Gerenciamento de Produtos, Serviços e Marcas – 60h; Gestão da Comunicação – 60h; Distribuição e Logística – 60h; Planejamento Estratégico de Marketing – 60h; Pesquisa de Marketing – 60h; Especialidades em Marketing – 60h; Marketing de Varejo – 60h e Marketing e Comunicação Digital – 60h; Marketing do Agronegócio – 30h; Marketing Internacional – 30h; E-commerce – 30h.
- c) **Formação complementar:** Empreendedorismo - 60h; Ética e Responsabilidade Socioambiental - 30h (optativa); Atividades

Complementares - 200h; Libras (optativa) - 30h; Projeto Integrador (PIS I) - 60h; Projeto Integrador (PIS II) – 60h; Projeto Integrador (PIS III) - 60h; Projeto Integrador (PIS IV) - 60h.

d) Atividades Extensionistas – 160 h.

A organização curricular não é pensada como uma grade que engessa o curso, mas, sobretudo, como um instrumento dinâmico, vivo, seguindo e até mesmo prevendo e antepondo-se às mudanças, aos avanços tecnológicos, às mutações dos perfis de mercado e do profissional, atento aos movimentos sociais e econômicos regionais, nacionais e internacionais, por sua orientação à flexibilidade.

A efetivação desse objetivo é realizada por meio de revisão periódica das ementas, objetivos, conteúdos e bibliografia das disciplinas, para melhor se adaptar às necessidades atuais e aos requisitos do mercado.

O balanceamento da carga horária do curso entre disciplinas com perfil humanístico e social, com as de caráter profissionalizante é um dos propósitos da organização curricular buscando assegurar formação básica e o domínio de conhecimento técnico e profissional fundamentais em cada área específica.

O aprofundamento do conhecimento em alguma delas, na visão da instituição/curso, deve ser oferecido na educação continuada, por meio de ações que busquem em conjunto com as disciplinas do Projeto Integrador criar uma integração dentro dos módulos e entre os módulos, de forma a desenvolver a visão holística, ponto fundamental no perfil para o egresso do Curso de **Marketing**.

A visão humanística e social é assegurada não apenas pela carga horária dada ao conjunto de disciplinas, mas também aos aspectos abrangentes da formação humana, que envolvem as demais disciplinas e as atividades integradas, dentre as quais a prática do voluntariado e da responsabilidade social.

De forma a fomentar a postura analítico-crítica e a atitude científica, o Projeto Integrador (PIS) aglutina todas as disciplinas do semestre através da prática e da observação sistematizada e pesquisa, que podem resultar na produção de artigos científicos. Esses artigos podem ser publicados na Revista da FAIPE, além dos estudos de caso em visitas técnicas, que exigem esforço de pesquisa visando despertar a prática profissional.

Desta forma, o Curso de **Marketing** dará ênfase à integração dos conteúdos. Para atingir este foco os professores que lecionam para os mesmos semestres, bem

como os que lecionam disciplinas afins, estarão em contato permanente por meio de reuniões e encontros pedagógicos, objetivando proporcionar ao aluno o desenvolvimento de conhecimentos de forma integrada das diversas áreas que envolvem o **Marketing**, com foco no perfil profissional delineado para o curso.

Nesse enfoque, além de trabalhar os conteúdos curriculares sempre na relação teoria - prática, a trajetória de desenvolvimento dessas ações culmina nas disciplinas do PIS (Projeto Interdisciplinar Supervisionado), que encaminha o estudante para um processo de coroação da sua formação profissional.

Em relação à flexibilização do currículo, considera-se que o Projeto Pedagógico do Curso é o orientador, mas não deve se resumir em mera reorganização de um conjunto de disciplinas estanques.

O Projeto Pedagógico do Curso de **Marketing** prevê atividades complementares obrigatórias, que devem contribuir para viabilizar a flexibilização curricular, embora não seja o único meio para realizá-las. Disciplinas e atividades complementares devem expressar a articulação das concepções político-pedagógicas que orientam a flexibilização curricular, não se limitando ao simples aumento de carga horária.

A monitoria acadêmica apresenta-se como importante estratégia para viabilizar essa ação.

A flexibilização curricular ultrapassa a simples reorganização de um conjunto de disciplinas e estará sempre sintonizada na busca pelo novo, viabilizado pela orientação acadêmica.

Na perspectiva da elaboração da atual estrutura curricular do curso houve envolvimento dos professores, do Núcleo Docente Estruturante, da Coordenação e Diretoria onde foi pensado o processo integrado do ensino, da extensão e da pesquisa, por meio da iniciação científica.

Foram considerados aspectos pedagógico-funcionais relevantes, que contribuíram de forma significativa para a organização curricular e mereceram destaque: a integração/interdisciplinaridade, flexibilidade, a relação teoria-prática e, particularmente, a preocupação permanente com a formação do perfil do profissional que se deseja formar.

DIFERENCIAIS DO CURSO DE MARKETING

Ao final do 1º semestre, o aluno aprovado em todas as disciplinas, irá receber a certificação de QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL em COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL.

Ao final do 2º semestre, o aluno aprovado em todas as disciplinas, irá receber a certificação de QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL em MARKETING E COMUNICAÇÃO DIGITAL.

Ao final do 3º semestre, o aluno aprovado em todas as disciplinas, irá receber a certificação de QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL em GESTÃO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO.

Ao final do 4º semestre, o aluno aprovado em todas as disciplinas, irá receber a certificação de QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL em MARKETING DE VAREJO.

3.2. ESTRUTURA CURRICULAR E DIMENSIONAMENTO DA CARGA HORÁRIA

COMUNICAÇÃO OFICIAL	60
ANÁLISE DE MERCADO: TENDÊNCIA, COMPORTAMENTO E MOVIMENTO	60
ANÁLISE E PESQUISA DE MERCADO	60
EMPREENDEDORISMO	60
FUNDAMENTOS DE MARKETING	60

Projeto Integrador I	60	
Atividade Extensionistas I		40
	400	

ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL	60	
FORMAÇÃO DE PREÇOS	60	
ESTRATÉGIAS DE MARKETING	60	
GESTÃO DA INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE	60	
OPTATIVA	60	
Projeto Integrador II	60	
Atividade Extensionistas II		40
	400	440

MARKETING DE EVENTOS	60	
MARKETING DE SERVIÇOS E DO VAREJO	60	
MARKETING ELETRÔNICO E INTERNACIONAL	60	
MARKETING PESSOAL E GESTÃO DE CARREIRA	60	
MÉTRICAS DE MARKETING	60	
Projeto Integrador III	60	
Atividade Extensionistas III		40
	400	440

NEGOCIAÇÃO COMERCIAL E NEGÓCIOS ELETRÔNICOS	60	
ESTUDOS AVANÇADOS DE MARKETING SUSTENTÁVEL	60	
PUBLICIDADE E PROPAGANDA	60	
TRADE MARKETING	60	
ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL	60	
Projeto Integrador IV	60	
Atividade Extensionistas IV		40
	400	440

DISCIPLINAS OPTATIVAS	
PENSAMENTO CIENTÍFICO (OPTATIVA)	60
LIBRAS (OPTATIVA)	60
GESTÃO DA QUALIDADE (OPTATIVA)	60

RESUMO	
ATIVIDADES TEÓRICAS	1200
(Libras – Optativa)	
PROJETO INTEGRADOR	240
ATIVIDADES EXTENSIONISTAS	180
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	180
TOTAL CARGA HORÁRIA	1800

3.3. CONTEÚDOS CURRICULARES

Quando da proposição do curso, esse foi pensado em sua totalidade, ou seja, considerando sempre a variedade dentro da unidade. Assim, as matrizes curriculares, os objetivos, permitiram a seleção dos conteúdos, considerando as competências e habilidades em correlação imediata com o perfil profissional pretendido.

Compreende-se que as atualizações das bibliografias estão intimamente ligadas com a elaboração dos conteúdos, face às transformações que acontecem cotidianamente na sociedade exigindo que as mesmas, correspondam a essas mudanças e suas atualizações.

O dimensionamento da carga horária também foi discutido tomando por base os conteúdos que constituem cada unidade curricular.

As ementas concernentes a cada disciplina do **Curso de Marketing** foram pensadas no processo de construção e elaboração do Projeto Pedagógico. A partir disso, sabendo-se que o processo de construção de todo e qualquer Projeto deve pautar-se na abertura e revisão constante, são realizados, em todos os inícios de semestre, reuniões do NDE e do Conselho de Curso, onde estas questões são discutidas, a fim de adequá-las e atualizá-las.

Nas reuniões do Núcleo Docente Estruturante são realizadas discussões sobre a adequação e relevância das bibliografias indicadas, visando atender ao curso. Porém, sempre que for detectada necessidade de atualização das referências, será solicitado pedido de aquisição à Coordenação do Curso para encaminhamento à Biblioteca, informando a quantidade de exemplares, para efetivar o atendimento. A educação do **Tecnólogo em Marketing** deve manter equilíbrio entre os aspectos teóricos e práticos da formação e assegurar a aquisição de habilidades, conhecimentos e competências exigidas pela DCNs.

As Diretrizes Curriculares aprovadas pelo Conselho Nacional de Educação e o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia são referências na definição dos conteúdos curriculares e foram contemplados no presente Projeto Pedagógicos.

As disciplinas são integradas no Projeto Integrador, com estudos de caso e também nas atividades complementares, onde isso ocorre ao longo do curso, sendo o conteúdo programático embasado numa correlação entre as disciplinas.

O projeto se compromete com a formação integral sempre na inter-relação e articulação entre o ensino, a pesquisa e a extensão. Entendido como instrumento de balizamento do fazer universitário, o Projeto Pedagógico do Curso toma como referência os princípios da autonomia e da flexibilidade. Nesse contexto, a flexibilidade e a autonomia curricular não constituem apenas possibilidades, mas condições necessárias à efetivação deste projeto, considerando que os processos de flexibilização curricular decorrem do exercício concreto da autonomia universitária e devem encontrar seus limites no projeto pedagógico e na avaliação.

A flexibilização curricular compreendida como proposta de organização de conteúdos a partir da realidade de cada instituição no exercício de sua autonomia, não se esgota na ampliação da oferta de disciplinas eletivas, possibilitando ao aluno a montagem do seu currículo; nem se reduz ao aumento ou redução de carga horária de disciplinas ou do Curso, pois a experiência demonstra que isso não tem significado a obtenção de melhores resultados.

Com essa compreensão, o Projeto Pedagógico do Curso contempla conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos, de maneira a assegurar o espaço da avaliação contínua, que possibilita a incorporação de novos desafios. Isso evidencia o sentido de processualidade do Projeto Pedagógico que, a partir da crítica sobre a realidade vivenciada, estará aberto a alterações e reordenamentos necessários, de forma a assegurar o caráter coletivo das decisões e o compromisso social da instituição como norteadores da avaliação, com vistas a seu aperfeiçoamento.

O embasamento científico-metodológico aplicado nesta estrutura curricular encontra-se aliado a um projeto pedagógico centrado no aluno como sujeito da aprendizagem, na promoção e transmissão de valores calcados nos princípios e valores éticos, filosóficos, políticos e sociais que regem a conduta humana, sempre apoiada no professor como mediador do processo de ensino-aprendizagem.

Na elaboração da matriz curricular do curso, algumas disciplinas, por suas características de caráter integrador foram selecionadas para discutirem temas de relevância social e ambiental, em suas ementas e conteúdos curriculares. Essas disciplinas discutem temas como: relações étnico-raciais, a educação em direitos humanos, as políticas de educação ambiental e o ensino da história e cultura afro-brasileira, africana e indígena. Esses temas também são discutidos nas atividades de extensão, tais como a Jornada Multicultural da Faculdade. A biblioteca selecionou vídeos, palestras e sites relacionados e esses temas, criando um setor específico para os mesmos.

Nas atividades complementares são ampliados os conteúdos das disciplinas que integram a matriz curricular e em conjunto com o Projeto Integrador (PIS), permitem de forma mais efetiva a interdisciplinaridade/integração necessárias ao futuro profissional, possibilitando o reconhecimento, por avaliação, de habilidades e competências do aluno, inclusive adquiridas fora do ambiente da FAIPE, hipóteses em que o aluno amplia o currículo com experimentos e vivências acadêmicas, internos ou externos ao seu Curso.

A curricularização da extensão é um processo pelo qual as atividades extensionistas são integradas de forma oficial e obrigatória no currículo acadêmico dos estudantes. Essa prática representa um avanço significativo no contexto da educação superior, pois reconhece a importância da extensão como um componente essencial da formação acadêmica e profissional dos alunos.

Assim, ao curricularizar a extensão o curso de Marketing formaliza o papel da extensão como parte integrante da missão universitária, ao lado do ensino e da pesquisa. Isso significa que as atividades extensionistas não são mais vistas como atividades complementares ou voluntárias, mas sim como parte central do processo educativo, com objetivos, metodologias e critérios de avaliação bem definidos.

Considera-se que uma das principais vantagens da curricularização da extensão é a valorização e o reconhecimento do trabalho realizado pelos professores, técnicos e estudantes envolvidos em projetos de extensão. Ao integrar a extensão no currículo, as instituições de ensino incentivam a participação de toda a comunidade acadêmica nesse tipo de atividade, criando um ambiente propício para a colaboração e o compartilhamento de conhecimento.

Além disso, a curricularização da extensão contribui para a formação de profissionais mais capacitados e comprometidos com as demandas e os desafios da sociedade. Ao participar de projetos de extensão durante sua formação acadêmica, os estudantes têm a oportunidade de aplicar na prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo habilidades essenciais, como trabalho em equipe, liderança, comunicação e resolução de problemas. Isso os prepara de forma mais abrangente para o mercado de trabalho e para o exercício da cidadania.

Outro aspecto importante da curricularização da extensão é o fortalecimento dos vínculos entre a universidade e a comunidade. Ao envolver os estudantes em projetos de extensão, as instituições de ensino contribuem para a construção de uma relação mais estreita e colaborativa com a sociedade, promovendo o desenvolvimento local e regional e atendendo às demandas e necessidades da população.

A curricularização da extensão no curso de Marketing representa uma oportunidade única para os estudantes integrarem teoria e prática, desenvolvendo habilidades essenciais para o sucesso profissional na área. Aqui estão algumas razões pelas quais a curricularização da extensão é especialmente importante para os cursos de Marketing:

1. **Aplicação prática dos conceitos de Marketing:** A extensão proporciona aos estudantes a oportunidade de aplicar os conceitos e estratégias de Marketing em situações reais. Eles têm a chance de desenvolver e implementar campanhas, projetos e ações de Marketing, obtendo feedback direto do público-alvo e aprendendo com as experiências.

2. **Experiência em resolução de problemas:** O Marketing envolve lidar com uma ampla variedade de desafios e problemas. Ao participar de projetos de extensão, os estudantes enfrentam questões do mundo real, como identificar necessidades do mercado, posicionar produtos ou serviços, criar estratégias de comunicação e enfrentar a concorrência. Isso os prepara para lidar com desafios semelhantes em suas carreiras profissionais.

3. **Desenvolvimento de habilidades interpessoais:** O Marketing é uma disciplina que envolve uma comunicação eficaz e o entendimento das necessidades e preferências do público-alvo. Participar de atividades de extensão permite que os estudantes desenvolvam habilidades interpessoais, como trabalho em equipe, negociação,

persuasão e empatia, que são fundamentais para o sucesso na área.

4. Entendimento do mercado local e das comunidades: A extensão muitas vezes envolve projetos que visam atender às necessidades específicas da comunidade local. Isso proporciona aos estudantes uma compreensão mais profunda do mercado em que estão inseridos e das dinâmicas sociais, culturais e econômicas que o influenciam. Essa compreensão é essencial para o desenvolvimento de estratégias de Marketing eficazes e éticas.

5. Responsabilidade social e sustentabilidade: O Marketing está cada vez mais voltado para a responsabilidade social e a sustentabilidade. Participar de projetos de extensão permite que os estudantes se envolvam em iniciativas que tenham um impacto positivo na comunidade e no meio ambiente. Isso os sensibiliza para questões éticas e sociais relacionadas ao Marketing e os prepara para atuar de forma responsável em suas futuras carreiras.

Em resumo, a curricularização da extensão no curso de Marketing é importante porque proporciona aos estudantes uma oportunidade única de integrar teoria e prática, desenvolvendo habilidades essenciais para o sucesso profissional na área. Ao participar de atividades de extensão, os estudantes aplicam conceitos de Marketing em situações reais, desenvolvem habilidades interpessoais, entendem melhor o mercado local e as comunidades, e se engajam em iniciativas de responsabilidade social e sustentabilidade.

3.4. EMENTÁRIO

1º Semestre

COMUNICAÇÃO OFICIAL

ANÁLISE DE MERCADO: TENDÊNCIA, COMPORTAMENTO E MOVIMENTO

ANÁLISE E PESQUISA DE MERCADO

EMPREENDEDORISMO

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Projeto Integrador I

Atividade Extensionistas I

2º semestre

ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL

FORMAÇÃO DE PREÇOS

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

GESTÃO DA INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

OPTATIVA

Projeto Integrador II

Atividade Extensionistas II

3º semestre

MARKETING DE EVENTOS

MARKETING DE SERVIÇOS E DO VAREJO

MARKETING ELETRÔNICO E INTERNACIONAL

MARKETING PESSOAL E GESTÃO DE CARREIRA

MÉTRICAS DE MARKETING

Projeto Integrador III

Atividade Extensionistas III

4º Semestre

NEGOCIAÇÃO COMERCIAL E NEGÓCIOS ELETRÔNICOS

ESTUDOS AVANÇADOS DE MARKETING SUSTENTÁVEL

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

TRADE MARKETING

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL

Projeto Integrador IV

Atividade Extensionistas IV

Optativas

PENSAMENTO CIENTÍFICO (OPTATIVA)

LIBRAS (OPTATIVA)

GESTÃO DA QUALIDADE (OPTATIVA)

4. METODOLOGIA

Na elaboração do Projeto Pedagógico do **Curso de Marketing**, utilizou-se como referência o Projeto Pedagógico Institucional, as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais e o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.

Aspecto relevante na abordagem didático-pedagógica assumida está vinculado, também, aos objetivos propostos para o curso e o perfil do profissional que se deseja formar. A proposta metodológica tem compromisso com uma postura dialética. É a postura didático-filosófica do professor que desenvolverá os conteúdos e/ou atividades e ações práticas comprometidas com a transformação e/ou mudanças.

A FAIPE assume em todos os seus cursos, o compromisso com uma concepção de Educação Crítica, na perspectiva de uma Pedagogia Progressista. Os processos de ensino e aprendizagem propostos têm como objetivos uma ação transformadora, realizada com atividades teórico-práticas. Nesta linha de pensamento é necessário uma teoria que fundamente a prática e, sobretudo, que sirva de guia para a ação concreta dos docentes envolvidos no processo.

O **Curso de Marketing** alinha-se aos pressupostos metodológicos orientados pela Instituição, em seu PDI, tendo em vista que busca construir a prática educativa cotidiana como um elemento que contribuirá no processo de superação das contradições, que permeiam a sociedade e as atividades acadêmicas, ao mesmo tempo.

A metodologia é entendida no Projeto de Curso como uma postura diante da realidade, que implica tarefas indissociáveis, como a reflexão, o conhecimento, interpretação da realidade e sua transformação. O movimento dialético das atividades propostas no processo de ensino/aprendizagem tem compromisso com os momentos: partir da prática (síncrise): qualquer processo de mudança tem como referência experiências anteriores, portanto partir da realidade do acadêmico e obter informações sobre o senso comum, sempre numa perspectiva contextualizada; refletir sobre a prática (análise): através da reflexão crítica e coletiva, buscar subsídios para conhecer como funciona a prática, abrir novas possibilidades, procurar saber como atuar no sentido de sua transformação. É o momento do confronto entre o conhecimento espontâneo e o conhecimento científico; transformar a realidade (síntese).

Com os conhecimentos adquiridos no confronto entre senso comum (síncrise) e conhecimento científico (análise) o acadêmico elabora a síntese que representa o domínio dos elementos para reelaborar e/ou transformar a realidade. Ensinar de forma dialética é interagir com a vida do acadêmico e com a realidade na qual ele se insere.

Considerando este movimento dialético e também buscando atividades interdisciplinares/integradoras, a prática metodológica fundamenta-se na proposição de que considera a educação não transformadora da sociedade de forma imediata e linear, mas de modo mediato e indireto, agindo sobre os sujeitos da prática social.

A interdisciplinaridade busca conciliar o conceito pertencente às diversas áreas do conhecimento a fim de promover avanços na produção de novos conhecimentos. Constitui um diálogo entre diferentes disciplinas. O trabalho interdisciplinar é de fundamental importância, pois, há um crescente reconhecimento de que um olhar

unidisciplinar seja insuficiente para melhor compreensão de processos, fenômenos e acontecimentos nos conteúdos estudados.

A interdisciplinaridade ocorre por meio de integração de diálogos e contrapontos entre disciplinas, e compreende: proximidade, convergência, contato e interação.

Desta forma, a metodologia de ensino converge para seus objetivos, garantindo que o conteúdo tratado nas unidades de aprendizagem seja realizado de forma interativa e interligada, proporcionando ao aluno a compreensão da complexidade da realidade estudada. Os processos interativos e a utilização de recursos tecnológicos modernos permitirão imprimir, ao processo pedagógico, dinamicidade que ultrapassa a mera transmissão do conteúdo.

Por meio do diálogo crítico com os autores utilizados nas diferentes disciplinas e do debate em sala de aula, as teorias vão se consolidando para permitir que estudos de caso, seminários e verificações in loco das realidades diversas, contribuam para o desenvolvimento de habilidades e o alcance de competências para o êxito e segurança na prática profissional.

A metodologia transcende a tendência pedagógica tradicional, centrada apenas nas aptidões intelectuais individuais do aluno, para um encaminhamento que prestigie a criação de novas práticas sociais, possibilitando a transformação, de modo a garantir o desenvolvimento das habilidades e competências esperadas para um futuro profissional agir nas incertezas. As competências e habilidades permitem a ele mover-se em diferentes universos, sem ter uma única aprendizagem como modelo.

A metodologia de trabalho precisa estabelecer vínculos atrativos, atividades diversificadas, sem perder o foco e a essência das competências e habilidades a serem desenvolvidas.

As estratégias didático-pedagógicas para o curso no processo de ensino e aprendizagem proporcionam uma visão do todo, privilegiando conteúdos relacionados com as áreas específicas da profissão para dar sustentação à prática profissional, com o desenvolvimento de projetos de intervenção na realidade.

Quanto às atividades de inserção na vida profissional, contemplam um aprendizado contínuo que extrapola os conhecimentos adquiridos no programa das disciplinas, com atividades desenvolvidas ao longo do curso, envolvendo problemas da realidade, com análise e encaminhamento de soluções.

A relação do processo de ensino e aprendizagem será direcionada para despertar o interesse do aluno, de forma a oportunizar o progresso individual, dentro de um ritmo próprio, desenvolver a iniciativa e permitir a participação ativa, sem perder de vista a interação grupal. Nesse contexto, haverá oportunidade de ampliação na interação interpessoal e habilidades para agir de maneira unificadora. Assim, a metodologia ativa de ensino/aprendizagem deve privilegiar estratégias de ensino diversificadas. Exige que as atividades de aprendizagem sejam orientadas por ações múltiplas, tanto individuais como grupais, com o auxílio de recursos tecnológicos, buscando formas mais dinâmicas para tornar o ensino mais real possível.

A diferença fundamental que caracteriza o ambiente de aprendizagem ativa é a atitude ativa da inteligência, em contraposição à atitude passiva, muitas vezes associada aos métodos tradicionais de ensino. Exige tarefas mentais que os alunos devem realizar onde fazem uso de suas funções mentais de analisar, sintetizar, avaliar, pensar, raciocinar, observar, refletir, entender, combinar, etc.

A aprendizagem ativa ocorre quando o aluno interage com o assunto em estudo ouvindo, falando, perguntando, discutindo, fazendo, sendo estimulado a construir o conhecimento, ao invés de recebê-lo de forma passiva. Segundo Bonwell e Elson (1991) existem algumas estratégias que podem ser utilizadas para conseguir aprendizagem ativa em sala de aula:

- Discussão de temas e tópicos de interesse para formação profissional;
- Trabalho em equipe com tarefas que exigem colaboração de todos;
- Estudo de casos relacionados com áreas de formação profissional específica;
- Debates sobre temas da atualidade;
- Geração de ideias para buscar solução de um problema;
- Produção de mapas conceituais para esclarecer e aprofundar conceitos e ideias;
- Modelagem e simulação de processos e sistemas típicos da área de formação;
- Criação de sites ou redes sociais visando aprendizagem cooperativa;
- Elaboração de questões de pesquisa na área científica e tecnológica.

A metodologia adotada no **Curso de Marketing** da FAIPE quando da explicitação dos conteúdos pelos professores, os mesmos utilizam estratégias de ensino diversificadas: aulas expositivas, estudos de caso, debates, seminários, mesas redondas, resumos, resenhas, artigos, podendo ser individuais ou em grupo.

5. ESTÁGIO CURRICULAR

Não há estágio curricular supervisionado.

6. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As Atividades Complementares são componentes curriculares obrigatórias que possibilitam o reconhecimento por avaliação de habilidades, conhecimentos e competências do aluno, inclusive adquiridas fora do ambiente escolar, incluindo a prática de estudos e atividades independentes, transversais, opcionais, de integração, especialmente nas relações com o mundo do trabalho e com as ações de extensão junto à comunidade.

As Atividades Complementares são enriquecedoras e implementadoras do próprio perfil do formando e tem por finalidade propiciar ao discente a oportunidade de realizar, em prolongamento às disciplinas do **Curso de Marketing** uma trajetória particular que lhe permita enriquecer os conhecimentos propiciados pela vida acadêmica.

Não se caracteriza como atividade complementar: as atividades realizadas nas disciplinas do curso e a realização de estágio curricular obrigatório.

Poderão ser credenciados como atividades complementares, entre outras, iniciação científica, estágio extracurricular, participação em atividades de extensão, seminários, palestras, debates, simpósios, encontros e congressos, visitas programadas e outras atividades acadêmicas e culturais, cursos de língua estrangeira, publicação de artigo em jornal ou revista científica impressa ou eletrônica.

Compreendem-se ainda como Atividades Complementares atividades no âmbito técnico, cultural e de formação pessoal e/ou complementar. A atividade complementar que envolva estágio extracurricular deverá observar os requisitos legais, como convênios e seguros, estabelecidos pelo setor competente da Faculdade.

Especificamente, as atividades complementares consistem na participação dos alunos, individualmente ou em grupos, no desenvolvimento de projetos de desenvolvimento social e educacional, contemplando a Educação das Relações Étnico-Raciais e o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, a Educação em Direitos Humanos e as Políticas de Educação Ambientais sempre sob a supervisão de um professor orientador.

Essas ações incluem a realização, dentre outras, de atividades como: planejamento, organização e realização de seminários gratuitos e abertos à comunidade, organizados pelos alunos e custeados pela FAIPE, sobre temas de interesse coletivo, tais como prevenção do uso de drogas; prevenção de doenças sexualmente transmissíveis; ecologia e meio ambiente; responsabilidade social das empresas; ética, mecanismos de combate ao preconceito, história da formação do povo brasileiro, o papel do negro e do índio na formação da sociedade brasileira, valorização da cultura brasileira e nordestina, além da realização de cursos rápidos, workshops e consultoria empresarial coletiva voltada para o estímulo ao empreendedorismo e geração de renda junto a comunidades carentes. Participação em programas sociais ou afins, campanhas comunitárias, trote solidário e doação de sangue.

Contemplam ainda os seguintes eventos:

- VISITAS TÉCNICAS E VIAGENS DE ESTUDO - Visitas técnicas e viagens de estudo, permitem ao aluno a vivência social e o aprendizado prático, através da observação *in loco* das relações e dinâmicas sociais, ações de responsabilidade social e ambiental, possibilitando uma reflexão crítica dos mesmos.
- CURSOS DE FORMAÇÃO E ATUALIZAÇÃO ACADÊMICA - Referem-se à participação em cursos que visam à formação e/ou a atualização em áreas afins. Serão computados como pontos em atividades complementares cursos de extensão desenvolvidos pela FAIPE, cursos promovidos pelas empresas onde os alunos trabalham ou por outra empresa promotora de cursos. O importante será ter em conta que para validar os pontos como atividade complementar o curso deve ser afim ao conteúdo programático de suas disciplinas.
- PROJETO CINE DEBATE - O Projeto cine debate tem como objetivo estimular, através da utilização de filmes e documentários selecionados, o

debate e a construção de conhecimento interdisciplinar, constituindo-se espaço privilegiado para o desenvolvimento da capacidade crítica em torno das questões éticas, políticas e sociais que permeiam a atuação profissional.

- FÓRUM DE EDUCAÇÃO FÍSICA - Compreendem atividades como Palestras, Seminários, Debates, Work Shops e Mesas-Redondas com especialistas na área de educação física.
- ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS, DE SAÚDE E DE LAZER – Compreendem atividades de organização pelos discentes de eventos esportivos, de saúde e de lazer que incluam a comunidade onde a FAIPE se insere.

O tempo alocado para as atividades complementares na área social será destinado a um conjunto de estratégias didático-pedagógicas de natureza acadêmica, bem como de prestação de serviços de apoio social. Tais atividades, compreendendo um amplo espectro de ações, visam oferecer aos alunos, ao longo do curso, uma intensa vivência de integração da faculdade com as dimensões técnicas, éticas, humanísticas e culturais do processo formativo, condição fundamental para articular saberes teóricos, práticos e complementares a formação do indivíduo na condição de profissional e cidadão.

Consiste também, na participação dos alunos, individualmente ou em grupos, no desenvolvimento de projetos de desenvolvimento social, sob supervisão de um professor orientador.

As atividades complementares contemplam ainda a participação dos alunos em:

- Iniciação Científica: as atividades de iniciação científica serão contempladas para efeito dos registros como atividades complementares.
- Atividades de Monitoria: as atividades de monitoria em disciplinas pertencentes ao currículo serão contempladas para efeito dos registros como atividades complementares.
- Atividades de representação junto aos órgãos colegiados da FAIPE e Liderança de sala: serão contempladas para efeito dos registros como atividades complementares.
- Estágios não curriculares: Estágios extracurriculares serão contemplados para efeito dos registros como atividades complementares.

- Disciplinas extracurriculares oferecidas pela Faculdade: ficam excluídas as disciplinas que já tenham sido objeto de aproveitamento curricular pelo curso de graduação ou que integralizem o currículo.
- Disciplinas eletivas: quando excederem o número de créditos eletivos exigidos pelo Curso.
- Disciplinas cursadas em outros cursos ou instituições na área do curso: disciplinas pertencentes a outros cursos superiores, de graduação ou sequenciais, da própria faculdade ou de outras instituições de ensino superior, pertencentes a área de concentração do curso ou à formação do profissional a ele concernente, nas quais o aluno tenha obtido aprovação final.
- Grupos de pesquisa e de estudo e publicação de trabalhos científicos.
- Trabalhos desenvolvidos com orientação de docente em organizações empresariais, organizações públicas e organizações não governamentais, de assistência social ou recuperação, cooperativas e similares, de trabalho comunitário ou junto à comunidade e de relevância social.

As Atividades Complementares compõem o currículo do **Curso de Marketing**, com a duração de, no mínimo, 180 (cento e oitenta) horas/aula, que devem ser entregues ao final do último semestre (4º termo), em data a ser definida pela Coordenação do Curso.

A FAIPE possui Regulamento próprio de Atividades Complementares, assim como, realiza atividades semestrais para os alunos.

Aos alunos, cabe comparecer as atividades de acordo com o calendário e solicitar o aproveitamento de atividades complementares externas junto a Secretaria Acadêmica.

7. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Projeto Pedagógico do **Curso de Marketing** da FAIPE não prevê a realização de Trabalho de Conclusão de Curso, sendo considerado um componente curricular opcional da instituição ao acadêmico.

8. AÇÕES DECORRENTES DO PROCESSO DE AVALIAÇÃO DO CURSO

O Sistema de Avaliação de Cursos nos remete ao SINAES, que em sua proposta pretende a análise diagnóstica, a reformulação das políticas e avaliação e regulação, a

valorização das Instituições de Educação Superior, a afirmação do papel do Estado na melhoria da qualidade da educação superior.

Esse sistema evoca para si a função de articular de forma coerente, concepções, objetivos, metodologias, agentes da comunidade acadêmica e de instâncias do Governo. O SINAES articula também, duas dimensões: a avaliação educativa propriamente dita, de natureza formativa, voltada para aumentar a qualidade e as capacidades de emancipação e a regulação.

A FAIPE em seu Projeto Institucional definiu a realidade regional como meta e essa opção vem possibilitando a ela um trabalho permanente de busca para aperfeiçoamento de suas atividades, através de avaliações e oportunidade de rever e propor novas ações.

O Projeto Institucional compromete-se com o desenvolvimento científico, tecnológico, educacional, com as necessidades da população e com as características que o meio social complexo hoje lhe impõe.

Nessa perspectiva, a Avaliação Institucional é para a FAIPE uma preocupação cujo objetivo consiste em auto avaliar-se para reorganizar-se e prestar contas a sociedade. Uma missão a ser perseguida e, atendendo ao que propõe o SINAES, todos os cursos da FAIPE são avaliados, sempre numa visão prospectiva de melhoria institucional.

Nesse contexto a Avaliação Institucional é, portanto, um processo de contínuo aperfeiçoamento do desempenho acadêmico e de compromisso com a sociedade, constituindo-se em ferramenta para o planejamento da gestão e do desenvolvimento da educação superior. A concepção de avaliação adotada apresenta um caráter pedagógico e sua função formativa deve ser entendida como parte constitutiva do desenvolvimento da Instituição.

Especificamente, no **Curso de Marketing**, a Autoavaliação está contemplada no processo de Avaliação Institucional, delineado no Programa de Avaliação Institucional, que integra o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Faculdade.

O Programa foi elaborado para atender à Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, que institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e cria a Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES) e a Comissão Própria de Avaliação (CPA) em cada IES do Sistema Federal de Ensino.

A estruturação do Programa foi orientado pela Portaria MEC nº 2.051, de 9/7/2004, e nos documentos Diretrizes para a Autoavaliação das Instituições e Orientações Gerais para o Roteiro da Autoavaliação das Instituições, editados pelo INEP.

A Autoavaliação do curso é gerenciada e desenvolvida pela Comissão Própria de Avaliação – CPA, constituída por membros designados pelo Diretor Geral, sendo a CPA parte integrante da Diretoria Geral. Os resultados das avaliações são publicados periodicamente, de acordo com o calendário aprovado pela Diretoria da Faculdade.

A CPA desenvolve suas atividades com apoio operacional da Diretoria e a participação dos membros da comunidade acadêmica (alunos, professores e pessoal técnico-administrativo), seus dirigentes e egressos. A CPA mantém estreita articulação com a Coordenação de Curso, a fim de apoiar o processo interno de Autoavaliação de cada um.

A Comissão Própria de Avaliação tem como objetivo redimensionar metodologias, avaliar propostas e diretrizes, bem como registrar deficiências procurando aperfeiçoar o processo acadêmico e a qualidade dos serviços prestados à comunidade. Os resultados são repassados à Coordenação do Curso com sugestões de melhoria apresentados no processo avaliativo.

A avaliação do curso compreende os aspectos curriculares (plano seriado semestral de oferta de disciplinas, duração das disciplinas e do curso, diretrizes curriculares), metodológicos, além do cumprimento da missão, da concepção, dos objetivos e do perfil profissional delineado. São avaliados, ainda:

- Corpo docente (titulação, regime de trabalho, programas de capacitação e plano de carreira, incluindo procedimentos de recrutamento, seleção, admissão e promoção);
- O corpo discente (evasão, aproveitamento, frequência, participação, etc.);
- Biblioteca (acervo: atualização e ampliação; hemeroteca: ampliação; recursos multimídia; informatização; acesso à internet etc.);
- Laboratórios (atualização tecnológica, ampliação do espaço físico, aumento dos equipamentos, política de uso, manutenção e conservação etc.);
- Instalações físicas gerais (manutenção, conservação e ampliação);

- Integração com a comunidade (programas de extensão e ações culturais, artísticas e desportivas).

A avaliação do **Curso de Marketing** da FAIPE se dá através da utilização de diferentes instrumentos que buscam colher dados capazes de possibilitar a caracterização da situação, no que diz respeito ao Ensino Superior, em seus diferentes aspectos Institucionais.

Para a Avaliação Institucional do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e a sua implementação torna-se necessário a verificação quanto a:

- a. A formulação do PPC está adequada e em sintonia com as diretrizes estabelecidas para o Curso;
- b. Estabelecimento da proposta curricular a partir de informações sobre a realidade do contexto regional e nacional;
- c. O projeto é frequentemente discutido com seu colegiado.
- d. As ações previstas no Projeto referentes ao desenvolvimento de varias práticas curriculares estão sendo gradativamente implementadas.
- e. O perfil do egresso está estabelecido a partir de problemas e necessidades atuais e prospectivas detectados.
- f. Existe a integração entre ensino, iniciação científica e extensão.
- g. O Projeto prevê instancias decisórias e suas atribuições para questões acadêmicas e administrativas.
- h. Viabiliza a participação do corpo docente e discente nas decisões e seus interesses.

Os egressos do curso também serão convidados a participarem do processo avaliativo, através de pesquisas, onde terão a oportunidade de expressarem suas trajetórias profissionais, exigências feitas pelo mercado de trabalho, possibilitando assim, a IES traçar um comparativo do curso e as exigências demandadas pelo mercado onde esses egressos atuam.

A Instituição realiza a cada ano letivo, a Avaliação Institucional que transcorre da seguinte forma: os alunos avaliam os professores e funcionários e a própria Instituição; os professores fazem sua Autoavaliação, a avaliação da Instituição e dos funcionários.

A avaliação requer a participação de todos os envolvidos, pois para o bom desenvolvimento do curso e andamento da Instituição é necessária a integração da

comunidade acadêmica, atuando harmonicamente para a consecução de nossos objetivos.

Nesse processo de avaliação a FAIPE dispõe de mecanismos de avaliação, através de um canal virtual de comunicação na página da Faculdade na internet. Existe também a realização de pesquisas específicas junto ao corpo discente e à comunidade. Toda essa proposta avaliativa visa colher informações sobre a contribuição da Faculdade para a melhoria do crescimento profissional, acesso ao mercado de trabalho e consequente melhoria do seu padrão de vida, tendo em vista, as especificidades das condições sociais dos alunos.

A Autoavaliação da Faculdade possibilita um momento único de reflexão da Instituição sobre os seus objetivos, seu planejamento, suas ações e resultados alcançados, bem como suas ações futuras de correção, aperfeiçoamento e inovações que contribuam para o cumprimento de sua missão social de educação.

Seguem abaixo os objetivos definidos pela CPA e com reflexos e implantação no Curso.

8.1. AÇÕES PREVISTAS NO CURSO DE MARKETING

- Ampliar a carga horária dos docentes efetivos;
- Incentivar a participação docente em projetos de ensino, pesquisa e extensão da Faculdade.
- Efetuar planejamento de eventos por área de conhecimento;
- Apoiar a participação de docentes e discentes da graduação e pós-graduação com produções científicas, dando continuidade, a cada ano, no mínimo, a um evento científico, a partir de 2025.
- Estimular a permanente articulação entre ensino com pesquisa e extensão, oferecendo atividades periódicas de integração, entre os segmentos, a partir de 2024.
- Ampliar os projetos sociais da FAIPE para contribuir na construção e divulgação da cultura local, regional e melhoria da qualidade de vida da população.
- Contribuir para a melhoria da qualidade de vida da comunidade acadêmica da FAIPE através de projetos e ações extensionistas continuamente.
- Realizar dois eventos anuais sobre “Riscos para a Saúde e Qualidade de Vida no Trabalho”

9. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Falar de avaliação nos remete ao entendimento e reflexão da amplitude da educação. Nesse sentido, a ideia que cada um traz sobre a avaliação está diretamente relacionada à sua própria concepção de educação. O conceito de Libâneo (1994, p.195) elucida que:

A avaliação é uma tarefa didática necessária e permanente do trabalho docente, que deve acompanhar passo a passo o processo de ensino e aprendizagem. Através dela os resultados que vão sendo obtidos no decorrer do trabalho conjunto do professor e dos alunos são comparados com os objetivos propostos a fim de constatar progressos, dificuldades, e reorientar o trabalho para as correções necessárias (LIBANEO, 1994, p.195).

Considerando a reflexão acima, a avaliação do processo de ensino e aprendizagem no **Curso de Gestão de Marketing** orienta que, o planejamento de cada disciplina possua um Plano de Ensino elaborado pelo respectivo professor ou grupo de professores, que o mesmo seja aprovado pelo NDE do curso e comunicado ao discente no início de cada período letivo.

Na elaboração do Plano de Ensino será tomado como ponto de partida o perfil do profissional que se deseja formar e, no mesmo estarão delineados a ementa, objetivos, conteúdo programático, metodologia, critérios de avaliação e a bibliografia básica e complementar de cada disciplina.

Referente aos critérios de avaliação, a apuração do rendimento escolar é feita por disciplina ou componente curricular, conforme as atividades desenvolvidas, abrangendo os aspectos de frequência e aproveitamento.

Poderão ser atribuídas pelo docente, notas ao aluno em função da sua assiduidade, pontualidade, interesse, empenho, participação, realização de exercícios, participação em seminários, pesquisas, chamadas orais, avaliações parciais e bimestrais e quaisquer outros processos de aferição que se mostrarem pertinentes.

A avaliação do desempenho escolar tem como base o aproveitamento escolar e a frequência às aulas, sendo vedado o abono de faltas, salvo os casos previstos em Lei.

A avaliação de desempenho acadêmico no **Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing** da FAIPE considera que a avaliação deve:

- a. Constituir-se em processo contínuo e sistemático, de natureza diagnóstica formativa, que possa realimentar permanentemente o processo educativo em seus objetivos, conteúdos programáticos e procedimentos de ensino;
- b. Utilizar-se de procedimentos, estratégias e instrumentos diferenciados, articulados de forma coerente com a natureza da disciplina e com os domínios de aprendizagem desenvolvidos no processo de ensino;
- c. Manter coerência entre as propostas curriculares, o plano de ensino desenvolvido pelo professor e o próprio processo de avaliação do desempenho e rendimento escolar do aluno;
- d. Constituir-se em referencial de análise do rendimento do aluno, do desempenho da disciplina e do curso, possibilitando intervenção pedagógico-administrativa em diferentes níveis, do professor, do próprio aluno, da Coordenadoria de Curso e a Direção Acadêmica e Geral da FAIPE, com vistas a assegurar a qualidade da formação do profissional e do cidadão.

A avaliação de desempenho acadêmico integra o processo de ensino e aprendizagem como um todo articulado, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento do aluno nas atividades curriculares e de ensino de cada disciplina.

São atividades curriculares de ensino as preleções, pesquisa, exercícios, arguições, trabalhos práticos, seminários, excursões, estágios, provas escritas e orais, monografia, previstas nos planos de ensino, apreciados pelo Colegiado de Curso.

O aproveitamento do desempenho do aluno é avaliado mediante verificações parciais e verificação final expressas em notas de zero (0) a dez (10), permitindo-se apenas um (01) decimal.

A verificação do processo ensino–aprendizagem faz-se, em cada disciplina, considerando os seguintes aspectos:

- a. Desenvolvimento de capacidades cognitivas e habilidades específicas;
- b. Assimilação progressiva de conhecimento;
- c. Trabalho individual em atividades curriculares de estudo e de aplicação de conhecimento.

Ao conjunto desses aspectos verificados no semestre letivo ou período especial correspondem as seguintes notas:

- a. Nota de Verificação Parcial (NVP);

- b. Nota de Verificação Final (NVF);
- c. Nota Final (NF).

A Nota de Verificação Parcial (NVP) é atribuída, obrigatoriamente, como resultado da verificação do aproveitamento do aluno ocorrido na disciplina em até dois períodos distintos, no semestre letivo, de acordo com o plano de ensino apreciado pelo Colegiado de Curso.

A nota de Verificação Final (NVF) é atribuída, como resultado da avaliação síntese do aproveitamento do aluno referente ao conteúdo programático global da disciplina.

A Nota Final (NF) corresponde à média aritmética simples das Notas de Verificação Parcial (NVP) e de Verificação Final (NVF).

Será dispensado de possuir nota de Verificação Final (NVF) o aluno que obtiver como resultado da Nota de Verificação Parcial (NVP) de cada disciplina, valor maior ou igual a 7,0 (sete), caso em que a média aritmética da Nota de Verificação Parcial (NVP) corresponderá a sua Nota Final (NF) da disciplina.

O aluno que tendo obtido Nota de Verificação Parcial (NVP) no período regular inferior a três (3), ficará impedido de se submeter à Avaliação Final e automaticamente reprovado na disciplina considerada.

Cabe ao docente a atribuição de notas de avaliação e responsabilidade do controle de frequência dos alunos, devendo o Coordenador de Curso supervisionar o controle dessa obrigação, intervindo em caso de omissão.

Atendida a frequência mínima de setenta e cinco por cento (75%) às aulas e demais atividades curriculares, o aluno é aprovado com média final de aproveitamento não inferior a cinco (5).

É atribuída nota zero (0) ao aluno que usar meios ilícitos ou não autorizados pelo professor quando da elaboração de trabalhos de verificação parciais, provas, ou qualquer outra atividade que resulte na avaliação de conhecimento, por atribuições de notas, sem prejuízo de aplicação de sanções previstas neste regimento.

As notas correspondentes à Nota Final, em disciplinas cursadas sem aproveitamento, serão substituídas no histórico escolar do aluno, quando cursadas novamente com aprovação.

O aluno que deixar de comparecer às avaliações de aproveitamento, nas datas fixadas, poderá requerer, na Secretaria Acadêmica, segunda chamada por disciplina, no

prazo máximo de três (3) dias úteis a contar da data de suas realizações, segundo as normas estabelecidas pelo CONSUP.

É garantido ao aluno o direito a pedido de reconsideração e revisão das notas atribuídas pelo professor da disciplina ao seu desempenho escolar, de acordo com a regulamentação do CONSUP.

É considerado aprovado o aluno que:

- a. Obter frequência mínima de setenta e cinco por cento (75%) das aulas e demais atividades programadas, em cada disciplina;
- b. Obter, na nota final da disciplina, nota igual ou superior a cinco (5), na escala de zero (0) a dez (10).

É promovido ao semestre seguinte o aluno aprovado em todas as disciplinas cursadas no semestre. Admite-se, ainda, a promoção com dependência de, no máximo, duas disciplinas por semestre, não cumulativas.

Os alunos que tenham extraordinário aproveitamento nos estudos, demonstrado por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específicos, aplicados por banca examinadora especial, poderão ter abreviada a duração dos seus cursos, de acordo com as normas do sistema de ensino (Art 47, §2º, LDB).

O aluno reprovado em mais de duas (2) disciplinas, no semestre poderá cursar apenas as disciplinas objeto da reprovação e ter reconhecido o aproveitamento das disciplinas com aprovação.

10. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

O Sistema de Avaliação de Cursos nos remete ao SINAES, que em sua proposta pretende a análise diagnóstica, a reformulação das políticas e avaliação e regulação, a valorização das Instituições de Educação Superior, a afirmação do papel do Estado na melhoria da qualidade da educação superior.

Esse sistema evoca para si a função de articular de forma coerente, concepções, objetivos, metodologias, agentes da comunidade acadêmica e de instâncias do Governo. O SINAES articula também, duas dimensões: a avaliação educativa propriamente dita, de natureza formativa, voltada para aumentar a qualidade e as capacidades de emancipação e a regulação.

A FAIPE em seu Projeto Institucional definiu a realidade regional como meta e essa opção vem possibilitando a ela um trabalho permanente de busca para

aperfeiçoamento de suas atividades, através de avaliações e oportunidade de rever e propor novas ações.

O Projeto Institucional compromete-se com o desenvolvimento científico, tecnológico, educacional, com as necessidades da população e com as características que o meio social complexo hoje lhe impõe.

Nessa perspectiva, a Avaliação Institucional é para a FAIPE uma preocupação cujo objetivo consiste em auto avaliar-se para reorganizar-se e prestar contas a sociedade. Uma missão a ser perseguida, e atendendo ao que propõe o SINAES, todos os cursos da FAIPE são avaliados, sempre numa visão prospectiva de melhoria institucional.

Nesse contexto a Avaliação Institucional é, portanto, um processo de contínuo aperfeiçoamento do desempenho acadêmico e de compromisso com a sociedade, constituindo-se em ferramenta para o planejamento da gestão e do desenvolvimento da educação superior. A concepção de avaliação adotada apresenta um caráter pedagógico e sua função formativa deve ser entendida como parte constitutiva do desenvolvimento da Instituição.

Especificamente, no **Curso de Marketing** a Autoavaliação estará contemplada no processo de Avaliação Institucional, delineado no Programa de Avaliação Institucional, que integra o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Faculdade.

O Programa foi elaborado para atender à Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, que institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e cria a Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES) e a Comissão Própria de Avaliação (CPA) em cada IES do Sistema Federal de Ensino.

A estruturação do Programa foi orientado pela Portaria MEC nº 2.051, de 9/7/2004, e nos documentos Diretrizes para a Autoavaliação das Instituições e Orientações Gerais para o Roteiro da Autoavaliação das Instituições, editados pelo INEP.

A Autoavaliação do curso será gerenciada e desenvolvida pela Comissão Própria de Avaliação – CPA, constituída por membros designados pelo Diretor Geral, sendo a CPA parte integrante da Diretoria Geral.

Os resultados das avaliações serão publicados periodicamente, de acordo com o calendário aprovado pela Diretoria da Faculdade.

A CPA desenvolve suas atividades com apoio operacional da Diretoria e a participação dos membros da comunidade acadêmica (alunos, professores e pessoal técnico-administrativo), seus dirigentes e egressos. A CPA mantém estreita articulação com as Coordenações de Cursos, a fim de apoiar o processo interno de Autoavaliação de cada um.

A Comissão Própria de Avaliação tem como objetivo redimensionar metodologias, avaliar propostas e diretrizes, bem como registrar deficiências procurando aperfeiçoar o processo acadêmico e a qualidade dos serviços prestados à comunidade. Os resultados serão repassados à Coordenação do Curso com sugestões de melhoria apresentados no processo avaliativo.

A avaliação do curso compreende os aspectos curriculares (plano seriado semestral de oferta de disciplinas, duração das disciplinas e do curso, diretrizes curriculares), metodológicos, além do cumprimento da missão, da concepção, dos objetivos e do perfil profissional delineado.

São avaliados, ainda:

- O corpo docente (titulação, regime de trabalho, programas de capacitação e plano de carreira, incluindo procedimentos de recrutamento, seleção, admissão e promoção);
- O corpo discente (evasão, aproveitamento, frequência, participação, etc.);
- Biblioteca (acervo: atualização e ampliação; hemeroteca: ampliação; recursos multimídia; informatização; acesso à internet etc.);
- Laboratórios (atualização tecnológica, ampliação do espaço físico, aumento dos equipamentos, política de uso, manutenção e conservação etc);
- Instalações físicas gerais (manutenção, conservação e ampliação);
- Integração com a comunidade (programas de extensão e ações culturais, artísticas e desportivas).
- A avaliação do **Curso de Marketing** da FAIPE se dará por meio da utilização de diferentes instrumentos que buscam colher dados capazes de possibilitar a caracterização da situação, no que diz respeito ao Ensino Superior, em seus diferentes aspectos Institucionais.

Para a Autoavaliação e Avaliação Institucional do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e a sua implementação torna-se necessário a verificação quanto a:

- A formulação do PPC está adequada e em sintonia com as diretrizes estabelecidas para o Curso.
- Estabelecimento da proposta curricular a partir de informações sobre a realidade do contexto regional e nacional.
- O projeto é frequentemente discutido com seu colegiado.
- As ações previstas no Projeto referentes ao desenvolvimento de várias práticas curriculares estão sendo gradativamente implementadas.
- O perfil do egresso está estabelecido a partir de problemas e necessidades atuais e prospectivas detectados.
- Existe a integração entre ensino, iniciação científica e extensão.
- O Projeto prevê instancias decisórias e suas atribuições para questões acadêmicas e administrativas.
- Viabiliza a participação do corpo docente e discente nas decisões e seus interesses.

Os alunos quando do seu ingresso no curso e durante todas as etapas do processo de aprendizagem estarão aptos a realizarem avaliação, objetivando diagnosticar as mudanças imperativas instituídas durante a formação e vivência universitária. As avaliações realizadas pelos acadêmicos possibilitarão a elaboração de dados comparativos entre as diferentes avaliações realizadas anteriormente.

A Instituição realiza a cada ano letivo, a Avaliação Institucional que transcorre da seguinte forma: os alunos avaliarão os professores e funcionários e a própria Instituição; os professores farão sua Autoavaliação, a avaliação da Instituição e dos funcionários.

A avaliação requer a participação de todos os envolvidos, pois para o bom desenvolvimento do curso e andamento da Instituição, é necessária a integração da comunidade acadêmica, atuando harmonicamente para a consecução de nossos objetivos.

Nesse processo de avaliação a FAIPE dispõe de mecanismos de avaliação, através de um canal virtual de comunicação na página da Faculdade na internet. Existe também a realização de pesquisas específicas junto ao corpo discente e à comunidade.

Toda essa proposta avaliativa visa colher informações sobre a contribuição da Faculdade para a melhoria do crescimento profissional, acesso ao mercado de trabalho e consequente melhoria do seu padrão de vida, tendo em vista, as especificidades das condições sociais dos alunos.

A Autoavaliação da Faculdade possibilita um momento único de reflexão da Instituição sobre os seus objetivos, seu planejamento, suas ações e resultados alcançados, bem como suas ações futuras de correção, aperfeiçoamento e inovações que contribuirão para o cumprimento de sua missão social de educação.

11. PROGRAMA DE MONITORIA

A atividade de monitoria ou orientação acadêmica, no âmbito da educação, diz respeito ao acompanhamento próximo e à orientação sistemática de alunos e/ou grupos de alunos realizados por pessoas experientes na área de formação. O tutor presencial tem um papel relevante, pois, é por meio dele que se garante a inter-relação personalizada e contínua do estudante no sistema e se realiza a articulação necessária entre os elementos do processo e à consecução dos objetivos.

A monitoria na modalidade presencial que será operacionalizada nos cursos de graduação da FAIPE é de extrema importância para o êxito da proposta teórico/metodológica da IES e o sucesso da formação profissional dos estudantes brasileiros e, também, para ofertar suporte à proposta teórico/metodológica diferenciada da Faculdade, pautada na interdisciplinaridade/integração.

Esta atividade deve objetivar uma formação multidisciplinar que englobe o desenvolvimento de competências pessoais, profissionais e tecnológicas que vão além dos conhecimentos acadêmicos especializados. O tutor atua como mediador do processo de aprendizagem que ocorre entre os atores (professor-aluno e aluno-aluno), significando que “mais do que ensinar, trata-se de fazer aprender” (Perrenoud, 2000). Nesta perspectiva, o tutor precisa organizar e utilizar bem o seu tempo para oferecer atendimento e dar respostas aos problemas apresentados pelos alunos cuidando para que ele se integre ao curso, grupo de estudos, comunidade local por meio de atividades de inserção, de extensão, pesquisa e à Faculdade como um todo.

É papel de um monitor estimular a interação entre os pares, ser o responsável pelas ferramentas de avaliação, dar *feedback* sobre as atividades e dúvidas dos alunos, monitorar seu desenvolvimento e participação no ambiente virtual de aprendizagem,

indicar livros (de bibliotecas normais e virtuais) e sites da internet incentivando a pesquisa e produção do conhecimento científico. Promover discussões baseadas nos objetivos do curso para ensinar novos conhecimentos, auxiliando na resolução de problemas, administrando conflitos e, se necessário abordar o aluno por outros meios como telefone e *e-mail*.

O monitor deve envolver-se totalmente no processo de ensino/aprendizagem para que o aluno sinta-se à vontade para questionar, perguntar, propor, discordar, concordar e participar de atividades interdisciplinares e tangenciais objetivando aprender, relacionar e buscar o conhecimento holístico dos assuntos tratados.

Os alunos que se destacarem no tocante aos conhecimentos, demonstrar habilidades e competências para trabalhar em disciplinas dos cursos da FAIPE poderá exercer as funções de monitoria.

O monitor deverá possuir/desenvolver habilidades básicas como uma boa comunicação, clara concepção de aprendizagem, dominar bem o conteúdo, demonstrar segurança no domínio dos conteúdos, auxiliar a construção de conhecimentos por meio de discussões, reflexões, intercâmbio de experiências e informações e sobretudo, comungar com os objetivos, métodos e avaliações da FAIPE.

No âmbito da FAIPE os monitores deverão trabalhar em conjunto com outros profissionais que se fizerem necessários ao atendimento do estudante.

Semestralmente, haverá uma reunião geral com o objetivo de avaliar o Programa de Monitoria objetivando identificar seus aspectos positivos e negativos com vistas às reformulações que se fizerem necessárias. Ocorrerá, também, a avaliação de modo indireto, ou seja, por meio da relação entre controle de frequência e desempenho nas disciplinas regulares do Curso.

Caberá a CPA avaliar o Programa de Monitoria no âmbito da Instituição.

O programa de monitoria possui regulamento próprio.

12. PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

As atividades de iniciação científica do **Curso de Marketing** da FAIPE têm como objetivo o desenvolvimento da investigação científica no âmbito institucional e no cenário científico Regional e Nacional. Neste sentido as atividades de ensino deverão estar vinculadas à pesquisa científica e para isso estimular os alunos à atividade criadora

e de pesquisa, que serão desenvolvidas individual e coletivamente, dentro de uma determinada unidade curricular ou área, tornando-a veículo facilitador do despertar de vocações e aperfeiçoamento de habilidades.

O estímulo ao desenvolvimento do trabalho de investigação interdisciplinar e da iniciação científica à pesquisa é uma forma de enriquecimento da qualidade do trabalho desenvolvido pela comunidade acadêmica. Aos docentes cabe o papel de estimular e de dar o exemplo com a produção de textos e projetos científicos, priorizando a participação dos alunos. As normas e procedimentos para o trabalho científico de docentes e de discentes estão explicitadas no Programa de Iniciação Científica, de forma a permitir ao professor disponibilidade para a atividade criadora.

O trabalho de Iniciação Científica a ser realizada no **Curso de Marketing** da FAIPE será de natureza extracurricular e visa contribuir para o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo, da ciência e da tecnologia, para a criação e difusão da cultura e, portanto, para o entendimento do homem e do meio em que vive. Serão contempladas nas atividades científicas a realização de levantamentos na área de Educação das Relações Étnico-raciais e de Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena. Participam do programa professores e alunos do curso.

O Programa de Iniciação Científica possui Regulamento Próprio.

13. TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

A FAIPE adota como práticas pedagógicas inovadoras a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação para o desenvolvimento e o processo de avaliação das competências de trabalho exercendo-as com autonomia, já que os alunos podem dispor de uma enorme variedade de ferramentas de investigação.

Se é verdade que nenhuma tecnologia poderá jamais transformar a realidade do sistema educativo, as Tecnologias de Informação e Comunicação trazem dentro de si uma nova possibilidade: a de poder confiar realmente a todos os alunos a responsabilidade das suas aprendizagens. (Carrier, J.P.; 1998).

Os modelos de Tecnologias de Informação e Comunicação como práticas pedagógicas tendo como espaço o ambiente da Faculdade poderão produzir:

- Um acesso à informação com rapidez e facilidade;

- O desenvolvimento das competências de análise e de reflexão;
- Uma prática de confrontação, verificação, organização, seleção e estruturação, já que as informações não estão apenas numa fonte. As inúmeras informações disponíveis não significarão nada se o utilizador não for capaz de verificá-las e de confrontá-las para depois realizar as suas escolhas. Acredita-se que a escolha de informações sem limite pode muito bem provocar apenas uma simples acumulação de saberes.
- A abertura ao mundo e disponibilidade para conhecer e compreender outras culturas;
- A organização do seu pensamento;
- O trabalho em simultâneo com um ou mais indivíduos situados em diferentes pontos.

No processo de ensino aprendizagem os alunos contam também com sistemas informatizados instalados no laboratório de informática que permitem a visualização prática dos processos da educação física.

Na relação entre docente/discente, a Faculdade possui um Portal Acadêmico em que o professor pode realizar o lançamento das suas atividades, acompanhar e controlar a vida acadêmica de seus alunos. O portal disponibiliza aos docentes o acesso as suas turmas para lançamento de notas, presenças, faltas, conteúdos, planos de ensino, etc. E o aluno efetua esse acompanhamento, tendo conhecimento com transparência de sua vida acadêmica na Faculdade.

Na relação ensino/aprendizagem, o Portal Acadêmico permite a abertura de fóruns de discussão, distribuição de tarefa e trabalhos, recepção das tarefas e trabalhos, criação de enquetes, disponibilização de *links* significativos e relevantes, dos materiais específicos das aulas, entre outros.

A FAIPE compreende que as Tecnologias de Informação e Comunicação para terem bom desempenho no processo acadêmico precisam ser propostas de modo claro, evidenciado através de um conjunto de ações que devem ser executadas para atingir os seus objetivos, considerando o contexto em que devem ser implementadas, porque são ações e atitudes interligadas devendo, dessa forma, serem planejadas em conjunto.

A primeira ação é relacionada à infraestrutura institucional, em especial a implantação dos laboratórios de informática conectados em banda larga; a segunda ação diz respeito ao Programa de Capacitação de Professores para uso das TICs na Educação,

como o incentivo a produção de materiais didáticos relevantes para o processo de ensino/aprendizagem; o terceiro requisito está relacionado a oferta de conteúdos educacionais e de ferramentas de interação e comunicação aos professores e alunos em um ambiente de convergência entre as diversas mídias. Entende, também, que as elaborações de atividades provocadoras de aprendizagem devem despertar no aluno o interesse pelo tema abordado nas atividades de aprendizagem presenciais e/ou não presenciais. Para tanto, é preciso assegurar condições necessárias para qualificação e educação continuada de todos.

A Instituição considera também de relevância a utilização de recursos tecnológicos que se constituem em recursos multimídias, isto é, imagens, gráficos, animação, áudio, texto (áudio-book, vídeo-aula), simulação e ilustrações.

Essas estratégias estão sendo introduzidas gradativamente na Instituição/Curso, pois exigem preparo dos professores para que as mesmas tenham em sua aplicação o cuidado com o desenvolver tarefas mentais que possam contribuir para que o estudante seja estimulado a utilizar suas funções intelectivas.

Hoje o desempenho competente em qualquer profissão exige o conhecimento e a prática de instrumental tecnológico e de multimeios. O funcionamento de uma Instituição de Ensino Superior pressupõe a disponibilidade desses recursos e a presença de operadores capazes de propiciar uma gestão eficiente dos mesmos e de ensinar como utilizá-los, segundo os programas e objetivos propostos no projeto de cada curso.

Os recursos tecnológicos e de multimeios devem funcionar, também, como vias de integração da Faculdade com a comunidade, mediante atividades complementares, de extensão e de serviços, de caráter interdisciplinar, inclusive como forma de conhecer melhor o mercado de trabalho. Esses recursos disponibilizados pela Instituição têm por finalidade aperfeiçoar o ambiente tecnológico, reestruturando os recursos atualmente disponíveis e indicando novas formas de atuação.

A utilização da Internet é gratuita e ilimitada para professores e todos os estudantes da FAIPE, por meio de rede wi-fi.

14. FORMAS DE ACESSO AO CURSO

O acesso dos alunos ao **Curso de Marketing** da FAIPE poderá ocorrer através de processo seletivo ou através do aproveitamento de estudos.

O processo seletivo destinar-se-á a avaliar a formação recebida pelos candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente e a classificá-los dentro do estrito limite das vagas oferecidas.

As inscrições para processo seletivo serão abertas em edital, do qual constará o curso oferecido com as respectivas vagas, os prazos de inscrição, a documentação exigida para a inscrição, a relação das provas, os critérios de classificação e demais informações úteis.

O processo seletivo abrangerá conhecimentos comuns às diversas formas de escolaridade do ensino médio, sem ultrapassar este nível de complexidade, a serem avaliados em provas, na forma disciplinada pelo Conselho Superior da FAIPE.

A classificação será feita pela ordem decrescente dos resultados obtidos, sem ultrapassar o limite de vagas fixado, excluídos os candidatos que não obtiverem os níveis mínimos estabelecidos pelo Conselho Superior da FAIPE.

A classificação obtida será válida para a matrícula no período letivo para o qual se realiza a seleção, tornando-se nulos seus efeitos se o candidato classificado deixar de requerê-la ou, em o fazendo, não apresentar a documentação regimental completa, dentro dos prazos fixados.

Na hipótese de restarem vagas poderá ser realizado novo processo seletivo, por aproveitamento de estudos, quais sejam:

- Portadores de diploma de curso superior que desejam obter novo título.
- Candidato aprovado no Exame Nacional do Ensino Médio - ENEM.
- Transferência de aluno de outra Instituição de Ensino Superior.
- Ingresso de ex-aluno que abandonou o curso ou cancelou sua matrícula, nos termos do Regimento.
- Transferência interna.
- Transferências ex officio na forma da Legislação em vigor.

Quando realizada a matrícula do aluno aprovado no processo seletivo este receberá o Manual Acadêmico no qual constam todas as informações necessárias para a integração do aluno no espaço acadêmico e para o gerenciamento de sua vida acadêmica.

15. APOIO AO DISCENTE

A Faculdade FAIPE disponibiliza estrutura de suporte institucional aos discentes a fim de possibilitar-lhes formação de qualidade nas dimensões técnico-científica, sócio-político-cultural e pedagógica.

Através do Apoio ao Discente, procura identificar dificuldades de aprendizagem, relacionamento, profissionais e financeiras, além de situações de conflito em sala de aula entre discentes e destes com docentes, a fim de realizar ações para apoio e solução das mesmas.

Assim, o Apoio ao Discente na FAIPE, tem como objetivo promover e acompanhar o aluno com vistas a proporcionar melhores condições de aprendizagem e desenvolvimento acadêmico e profissional. A avaliação dos Programas de Apoio ao Discente será realizada pela CPA, visando diagnosticar sua eficiência e eficácia.

15.1. APOIO PSICOPEDAGÓGICO

O Núcleo de Acompanhamento Psicopedagógico (NAP) objetiva colaborar positiva e efetivamente para o desenvolvimento das competências e habilidades dos estudantes, por meio da melhora do seu desempenho acadêmico e aquisição de bem estar pessoal e social.

Sua função caracteriza-se pela necessidade de orientar e acompanhamento psicopedagógico aos estudantes no processo de aprender a aprender, com vistas à diminuição de eventuais dificuldades emocionais e psicopedagógicas, sendo orientado por regulamento.

São objetivos do Programa de Acompanhamento Psicopedagógico:

- Realizar atendimento psicopedagógico visando à tomada de consciência por parte do estudante de suas potencialidades, escolhas e atitudes;
- Facilitar o processo de crescimento do estudante objetivando a superação de suas dificuldades afetivas e de aprendizagem;
- Realizar intervenções breves e focais fazendo os encaminhamentos necessários;
- Guardar sigilo dos acompanhamentos realizados;
- Manter permanentemente contato com o corpo docente e coordenação para garantir *feedback* do acompanhamento;

- Informar a coordenação do curso sobre alunos que necessitem maior tempo de acompanhamento, bem como sobre aqueles que não compareceram aos encontros programados;
- Veicular textos informativos que visem à compreensão sobre as questões afetivas ou psicopedagógicas objetivando uma ação preventiva;
- Ofertar serviço de orientação profissional que objetiva a identificação do perfil profissional dos alunos e o desenvolvimento de competências necessárias a sua atuação no mercado de trabalho;
- Desenvolver atividades que reforcem aspectos relacionados à cidadania, ética, profissionalismo, compromisso, motivação e autoestima;
- Divulgar o Programa de Acompanhamento Psicopedagógico por meios comunicativos, como: folders, cartazes e outros, como mais uma alternativa de crescimento pessoal e acadêmico ao estudante.

O Núcleo de Atendimento Psicopedagógico é apoiado pela Coordenação de Curso, em conjunto com o corpo técnico-administrativo e corpo docente, atua no sentido de identificar situações e propor soluções de problemas que possam interferir no desempenho dos alunos. Assim, através de sua estrutura administrativa-acadêmica a FAIPE busca garantir o atendimento aos discentes no desenvolvimento de diversos programas articulados aos Projetos Pedagógicos, que visam o desenvolvimento acadêmico dos mesmos.

O programa realizará acompanhamento na forma de intervenções breves e sistematizadas, estando disponível para atendimento psicopedagógico ao estudante que solicitá-lo espontaneamente ou por encaminhamento dos docentes ou da coordenação.

15.2. PROGRAMA DE BOLSAS

Com a finalidade de assegurar a permanência e o bom rendimento escolar de alunos com potencial, mas que apresentam dificuldades econômicas, a Mantenedora concede bolsas de estudo para seus alunos. A bolsa prevê a dispensa do pagamento das mensalidades e cada caso será analisado por uma comissão a ser composta por professores e alunos. Este assunto é discutido com bastante cautela, para que nenhum aluno talentoso fique sem estudar por falta de recursos financeiros.

Esta experiência de concessão de bolsas de estudos para alunos carentes visa não somente responder ao compromisso social da FAIPE. O programa de bolsa social para discentes carentes com 10% das vagas de cada processo seletivo.

A concessão da bolsa obedece a critérios definidos no regimento geral de bolsas da IES. A FAIPE oferece bolsas parciais e integrais.

Aos alunos não contemplados com Bolsa de Estudo, a Faculdade oferece descontos que chegam a 50% para pagamentos até quinto dia de cada mês. Após esta data, há uma perda gradual do desconto concedido e, para pagamentos após dia 20 de cada mês o valor da mensalidade, o pagamento é integral, sem descontos.

15.3. BOLSAS-TRABALHO

A Faculdade FAIPE busca estabelecer outro programa, o qual visará a implementação da Bolsa-Trabalho, em convênios com instituições públicas e privadas do Estado de Mato Grosso e, em especial, do Município de Cuiabá e da região.

A Bolsa-Trabalho tem como principal objetivo promover a aproximação entre as empresas e instituições, que visem o repasse de suas experiências a estudantes que estão ingressando no mercado de trabalho, seja ele público ou privado. Cria-se assim, uma simbiose positiva entre as partes: do lado da empresa, a contratação de um profissional sem os vícios inerentes aos profissionais de carreira e por um custo menor; e, sob a ótica do estudante, o aprendizado e a utilização na prática dos conhecimentos adquiridos na instituição de ensino, bem ainda a possibilidade de, ao concluir o curso superior, já possuir seu posto de trabalho garantido.

15.4. PROGRAMA FIES

A FAIPE está credenciada a ofertar o Financiamento Estudantil – FIES – que é um programa do Ministério da Educação destinado a financiar a graduação na educação superior de estudantes matriculados em instituições não gratuitas. Podem recorrer ao financiamento os estudantes matriculados em cursos superiores.

15.5. PROGRAMA PROUNI

A Faculdade FAIPE está credenciada para ofertar o Programa PROUNI.

15.6. MECANISMOS DE NIVELAMENTO

Os mecanismos de acompanhamento aos discentes emergem das reuniões pedagógicas entre o Corpo Docente, Coordenação de Curso e Colegiado de Curso, os quais, em conjunto, definem estratégias de trabalho, como a autorização de aulas extras para nivelamento, após verificação das deficiências das turmas recém ingressas, com o objetivo de permitir melhor rendimento do corpo discente em relação ao cumprimento dos conteúdos técnicos, administrados ao longo do primeiro ano letivo do curso.

Também podem ser oferecidas disciplinas de ajustes e nivelamento, de conteúdo básico, relativas às áreas de interesse do curso, a fim de suprir algum tipo de deficiência ou carência em sua formação anterior. Tais disciplinas não possuirão caráter obrigatório nem contarão crédito, apenas terão o intuito de contribuir para a aprendizagem dos estudantes no escopo das disciplinas regulares.

15.7. ATENDIMENTO EXTRACLASSE

O atendimento extraclasse aos alunos será realizado pelo Coordenador de Curso, pelos professores em regime de trabalho em tempo integral e tempo parcial, com jornada semanal específica para essa finalidade.

15.8. ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS

A FAIPE institucionalizou o Programa de Acompanhamento de Egressos, por meio do cadastro dos futuros ex-alunos, a fim de definir seu perfil profissiográfico e mantê-los informados sobre eventos científicos, como congressos, palestras e outros, promovendo a atualização de sua formação. Ao mesmo tempo, os egressos poderão, por meio do Questionário de Autoavaliação Institucional, expressar as possíveis carências ou qualidades nos vários setores da infraestrutura da Instituição, o que muito contribuirá para a expansão de seu ensino.

Da mesma forma, a FAIPE pretende institucionalizar o Programa de Acompanhamento de Egressos, por meio do cadastro dos futuros ex-alunos, a fim de definir seu perfil profissiográfico.

15.9. PROTEÇÃO DOS DIREITOS DA PESSOA COM TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA

A Faculdade FAIPE, em caso de necessidade, prevê a Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista, em conformidade com o disposto na Lei 12.764 de 27 de dezembro de 2012.

15.10. CONDIÇÕES DE ACESSIBILIDADE

POLÍTICAS E PLANOS DE ATENDIMENTO AOS PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS OU COM MOBILIDADE REDUZIDA

As condições de acesso aos portadores de necessidades especiais, no prédio onde funciona a FAIPE são suficientes, pois possui elevador e sanitários adaptados.

Em atendimento as necessidades de acessibilidade a Faculdade estruturou suas instalações de modo a disponibilizar maior conforto e comodidade as pessoas com necessidades especiais.

Em relação às políticas voltadas para este público, a Faculdade pretende incentivar o desenvolvimento de projetos que envolvam a discussão de temas e tomadas de decisões, estendendo isto à comunidade, através de ações abrangendo a sua responsabilidade social.

Atento ao disposto na Portaria nº 3.284, de 7 de novembro de 2003, sobre os requisitos de acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências físicas às dependências de IES, a FAIPE determinou políticas que reconhecem as necessidades diversas dos alunos, acomodando os estilos e ritmos de aprendizagem e assegurando uma educação de qualidade a todos, por meio de metodologias de ensino apropriadas, arranjos organizacionais, uso de recursos diversificados e parceria com as organizações especializadas.

A FAIPE adota as seguintes políticas para os Portadores de Necessidades Especiais, conforme legislação em vigor.

16. POLÍTICAS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

O Projeto Pedagógico do **Curso de Marketing** da Faculdade FAIPE está coerente com as Políticas de Educação Ambiental, Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto nº 4.281 de 25 de junho de 2002.

O Projeto Pedagógico do **Curso de Marketing** possui a disciplinas e conteúdos que tratam da educação ambiental.

Por meio desta a Coordenação do Curso orientará os professores de todas as disciplinas em todos os semestres a abordarem o tema e incentivarem os alunos por meio de atividades, trabalhos e/ou projetos interdisciplinares/integradores, de modo transversal, contínuo e permanente.

O Projeto Pedagógico do Curso orienta no texto das Atividades Complementares:

Compreendem-se ainda como Atividade Complementar atividades no âmbito técnico, cultural e de formação, pessoal e complementar. A atividade complementar que envolva estágio extracurricular deverá observar os requisitos legais, como convênios e seguros, estabelecidos pelo setor competente da Faculdade.

Especificamente, as atividades complementares consistem na participação dos alunos, individualmente ou em grupos, no desenvolvimento de projetos de desenvolvimento social e educacional, contemplando a Educação das Relações Étnico-Raciais e o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, a Educação em Direitos Humanos e as Políticas de Educação Ambientais sempre sob a supervisão de um professor orientador.

Essas ações incluem a realização, dentre outras, de atividades como: planejamento, organização e realização de seminários gratuitos e abertos à comunidade, organizados pelos alunos e custeados pela FAIPE, sobre temas de interesse coletivo, tais como prevenção do uso de drogas; prevenção de doenças sexualmente transmissíveis; ecologia e meio ambiente; responsabilidade social das empresas; ética, mecanismos de combate ao preconceito, história da formação do povo brasileiro, o papel do negro e do índio na formação da sociedade brasileira, valorização da cultura brasileira e nordestina, além da realização de cursos rápidos, workshops e consultoria empresarial coletiva voltada para o estímulo ao empreendedorismo e geração de renda junto a comunidades carentes. Participação em programas sociais ou afins, campanhas comunitárias, trote solidário e doação de sangue.

17. RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Faculdade FAIPE em seu Projeto compromete-se a ser uma Instituição socialmente responsável. Assume em suas ações papel social diante das crescentes demandas sociais, ouvindo todos aqueles que são responsáveis por sua existência, sua manutenção e continuidade: alunos, docentes, funcionários e as comunidades direta ou indiretamente envolvidas pela sua *práxis* pedagógica.

A lei nº 10.861 de 14 de abril de 2004, (D.O.U. nº 72, 15/4/2004, seção 1, p. 3-4), que institui os SINAES, considera que a Responsabilidade Social da Instituição, especialmente no que se refere à sua contribuição em relação à inclusão social, da saúde, do desenvolvimento econômico e social, à defesa do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural é um ato de coerência institucional frente aos desafios ambientais e sociais que a humanidade enfrenta hoje na contemporaneidade, e de respeito aos seus alunos. Trata-se de cumprir o seu compromisso de entregar o que foi prometido; de responder pelos efeitos provocados pelas ações que realiza; de manter coerência entre o que se está pensando, dizendo e fazendo; além de comprovar saber fazer a tarefa a que se propõe realizar.

O plano institucional busca em suas ações estratégias pedagógicas que valorizem na formação de seus alunos, atributos tais como autonomia, participação, solidariedade, empreendedorismo, responsabilidade com a vida comunitária, sensibilidade às demandas e necessidades de diferentes grupos, capacidade de criação e adaptação a novas situações, desenvolvimento de habilidades de autoaprendizagem, utilização ética de tecnologias e possibilidade de colaboração na melhoria da qualidade de vida global da comunidade (MELASSO, 2005), na busca da construção de uma sociedade sustentável, na qual a cidadania é um pressuposto básico.

Ao contemplar em sua proposta a Responsabilidade Social, a FAIPE amplia o seu compromisso para além da instrução, o que significa levar os estudantes a serem leitores do seu tempo usando seus saberes para agir edificadamente (DE SORDI, 2005). Propõe-se a transformá-los em protagonistas da sua história e construtores do seu tempo e detentores de atitudes mais conscientes, vigilante e crítica para atuarem na sociedade que se insere, colaborando, modificando ou transformando-a.

Portanto, a inserção da Instituição no contexto da região onde está localizada, para ser significativo deve corresponder à realidade existente, atender às necessidades sociais que demandam a ação, visando a qualidade de vida, a formação de pessoas. É

preciso que a Instituição se abra ao existente em uma atitude de coparticipação com entidades, organizações religiosas, governamentais e civis, setores produtivos, etc., para valer-se de informações, conhecerem a cultura da comunidade, nutrir-se de suas práticas, de suas histórias, da ciência, tecnologia e artes produzidas.

O trabalho de inserção no contexto da região é desenvolvido na FAIPE, através das atividades de ensino, da participação da vida em comunidade e na relação com atividade de extensão e pesquisa.

No entanto, isto não significa que as ações sejam limitadas a atender ou responder as necessidades detectadas. Essas necessidades são evidentemente consideradas mas, também, que as atividades desenvolvidas sejam tais que correspondam à meta de melhorar a qualidade de vida, colaborar com a formação das pessoas, disponibilizar conhecimentos e socializá-las na direção de efetuar aquela meta. Isto significa trocar informações e contribuições sempre na sintonia com a política explicitada pela FAIPE em sua proposta, com a dos órgãos governamentais e sociedades civis e religiosas, com a das forças produtivas, em um trabalho contínuo e dialético de intervenção e de cooperação da construção da realidade.

Tendo em vista a Responsabilidade Social assumida pela Instituição no papel de formação de pessoas, e, ao mesmo tempo, buscando atender às exigências de expansão e diversificação do ensino nos dias atuais, a FAIPE preocupa-se em realizar análise criteriosa da oferta de cursos a serem implantados oportunamente.

As ações desenvolvidas pela Faculdade voltadas para a Responsabilidade Social do ensino estão de acordo com as políticas institucionais. A coerência existente entre essas atividades e as políticas que as norteiam, expressam uma diretriz de ação acessível ao conhecimento da comunidade interna e externa.

Essas ações são desenvolvidas através dos seguintes meios:

- Promover levantamento de diagnósticos das necessidades mais prementes da região, para conhecimento e direcionamento dos demais projetos;
- Organização e desenvolvimento de projetos voltados para as necessidades na saúde locorregional e, especialmente junto aos portadores de necessidades especiais;
- Organização e desenvolvimento de projetos voltados para promover a inclusão digital;

- Organização e desenvolvimento de projetos e/ou eventos esportivos, de lazer e saúde que possam contribuir para a melhoria da população da região onde o curso se insere;
- Responsabilidade quanto à qualidade da formação dos seus alunos e dos serviços prestados junto à comunidade, sempre norteada pelos valores éticos;
- Estabelecimento de parcerias com organizações não governamentais, instituições públicas e privadas;
- Projetos juntos as comunidades carentes, com atendimentos específicos relacionados as competências e habilidades do curso.

A Responsabilidade Social que a Instituição propõe é mais do que simplesmente formar profissionais para o mercado ou realizar projetos. Está centrada em colaborar na formação de pessoas que tenham consciência do seu papel no contexto social e utilizem o seu potencial criativo na transformação da realidade em que estão inseridos, na busca do bem comum. Nesse sentido, a Responsabilidade Social de uma Instituição é formar cidadãos socialmente responsáveis, capazes de encontrar sintonia com as demandas da coletividade em que vivem e atuam, “com dignidade com os demais seres vivos” (ITACARAMBY, 2006).

Em suas relações com a comunidade a FAIPE tem como responsabilidade, entre outras: promover seminários e cursos de interesse da comunidade e da Instituição, seja por iniciativa própria ou em parceria e apoio com outras instituições; identificar na comunidade acadêmica e empresarial professores e outros profissionais que tenham potencial para prestar serviços relevantes à Instituição; identificar necessidades não satisfeitas no mercado e viabilizá-las em cursos de graduação, extensão e pós-graduação; atuar junto a escolas e entidades carentes, ministrando cursos sem qualquer remuneração financeira; e avaliar semestralmente seu próprio desempenho, principalmente dos seus cursos de graduação e pós-graduação, por meio do Plano de Autoavaliação Institucional.

Esse intercâmbio com a comunidade contribui para o desenvolvimento da região gerando mais empregos, capacitando profissionais para atender às necessidades das empresas e da comunidade em geral e formando cidadãos dotados de princípios éticos e responsabilidade social.

A Faculdade desenvolve também uma política de apoio aos alunos carentes, por meio do Programa de Bolsas de Estudo. Tem como objetivos: possibilitar, mediante recursos próprios, a concessão de Bolsas a alunos de comprovada carência socioeconômica, matriculados na Instituição, visando o incentivo aos estudos e possibilitando o ingresso na carreira profissional; e proporcionar ao aluno bolsista atividades que possibilitem o seu crescimento pessoal e profissional, estimulando o desenvolvimento de competências e habilidades voltadas para o mundo do trabalho e da pesquisa.

Procedendo desta forma a FAIPE cumpre seu compromisso de estar contribuindo para a inclusão social e ao desenvolvimento econômico e social de Cuiabá e região circunvizinha.

18. POLÍTICAS DE DIREITOS HUMANOS

De uma forma geral, a Faculdade FAIPE têm buscado desenvolver projetos e ações voltados para as questões sociais e que garantam de forma mais ampla a promoção de Políticas de Direitos Humanos que tratem da equidade e diversidade de gênero e do combate à violência contra a mulher, conforme a Lei nº 11.340 de 7 de agosto de 2006.

Essas políticas são desenvolvidas por meio de suas disciplinas, mas prioritariamente incentivadas em Projetos Interdisciplinares e Transversais em cada um dos semestres letivos do curso.

Atividades de extensão acadêmicas são promovidas com a intenção de estimular a discussão sobre a igualdade de gêneros e o respeito à diversidade sexual.

São projetos onde os próprios alunos realizam pesquisas e elaboram palestras com esses temas.

O princípio pedagógico da interdisciplinaridade é uma constante nos projetos pedagógicos dos cursos da Faculdade FAIPE.

No Projeto Pedagógico do Curso será praticado através de planejamento conjunto e participativo das atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão, valorizando as competências, os valores, as atitudes, o saber-fazer, o saber-estar, o desenvolvimento de capacidades de criatividade, comunicação, trabalha em equipe, resolução de problemas, responsabilidade, poder empreendedor, ferramentas importantes na adaptação à

geografia multinacional e organizacional do mundo do trabalho e tendo como temas transversais a política de promoção de Direitos Humanos, que abordem a equidade e diversidade de gênero e o combate à violência contra a mulher.

Para a consecução desses projetos as políticas de Ensino, Pesquisa e Extensão da IES promovem a discussão permanente entre a Faculdade e a sociedade, como princípio de uma atuação que, além de ser permanente, deve se alargar cada vez mais, promovendo a socialização de conhecimentos produzidos e acumulados na academia. Sobre esses temas de relevância em nossa sociedade.

REPRESENTAÇÃO FORMATIVA DO CURSO DE MARKETING

1º SEMESTRE	2º SEMESTRE	3º SEMESTRE	4º SEMESTRE
Comunicação Empresarial	Gestão de Serviços e Marketing Interno	Marketing Político e Eleitoral	Planejamento Estratégico de Marketing
Metodologia da Pesquisa Científica	Contabilidade Geral 60 horas	Gerenciamento de Produtos, Serviços, Marcas e	Pesquisa de Marketing 60 horas
Mix de Marketing 60 horas	Projeto de Desenvolvimento de Produtos	Gestão de Vendas 60 horas	Gestão de Marketing e Comunicação
Introdução a Estatística 60 horas	Comportamento do Consumidor	Distribuição e Logística 60 horas	Ética e Responsabilidade Socioambiental
Introdução a Administração	Marketing e Comunicação Digital	Empreendedorismo 60 horas	Sociedade e Organizações
Projeto Integrador PIS I	Projeto Integrador PIS II	Projeto Integrador PIS III	Comportamento Organizacional
			Libras (Optativa)
			Atividades Complementares
			Projeto Integrador PIS IV

LEGEN

	FORMAÇÃO
	FORMAÇÃO
	FORMAÇÃO

