

**UNIÃO EDUCACIONAL DE CASCAVEL – UNIVEL**  
**Mantenedora**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL**  
**Mantida**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE**  
**MARKETING**

**MODALIDADE À DISTÂNCIA**



**CASCAVEL – PR**  
**2023**

## SUMÁRIO

<b>1. INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS/PERFIL INSTITUCIONAL</b> .....	6
1.1 IDENTIFICAÇÃO.....	6
1.2 PERFIL INSTITUCIONAL - IDENTIDADE ESTRATÉGICA.....	6
1.2.1 Visão:.....	6
1.2.2 Valores Institucionais:.....	7
1.2.3 Perfil:.....	7
1.3 ATOS LEGAIS DA MANTENEDORA E MANTIDA.....	7
1.4 BASES LEGAIS PARA O CURSO DE TECNÓLOGO EM MARKETING - EAD.....	7
1.5 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO.....	8
1.6 BREVE HISTÓRICO DA IES.....	9
1.7 CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA DE IMPLANTAÇÃO DO CURSO DE MARKETING NA MODALIDADE À DISTÂNCIA.....	11
1.8 AVALIAÇÃO EXTERNA REALIZADA PELO INEP NO PERÍODO DE 2012 E 2023 REFERENTE AO ENADE E AVALIAÇÃO DE CURSOS.....	15
1.8.2 Cursos na Modalidade PRESENCIAL - Tecnólogos.....	16
1.8.3 Cursos na Modalidade EaD - Graduação.....	17
1.8.4 Cursos na Modalidade PRESENCIAL - Graduação.....	17
1.8.5 Avaliação Externa Realizada pelo INEP no Período de 2012 a 2022 - Referente ao ENADE e Avaliação de Cursos.....	19
1.8.6 Evolução Institucional.....	20
1.8.7 Índice Geral de Curso, Conceito Institucional e Contínuo.....	21
1.8.8 Avaliações INEP entre 2017 a 2022.....	21
1.8.9 Cursos de Pós-Graduação ofertados na IES com o respectivo número de alunos.....	21
1.9 CONTEXTO SOCIOECONÔMICO DO OESTE DO PARANÁ.....	22
<b>2. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA</b> .....	29
2.1 POLÍTICA INSTITUCIONAL NO ÂMBITO DO CURSO.....	29
2.1.1 Linhas De Pesquisa Do Curso de Marketing do Universitário Univel.....	34
2.1.2 Extensão Universitária.....	37
2.1.3 Atividades de ensino e sua articulação ensino, pesquisa e extensão.....	38
2.1.4 Políticas para DCNs de Educação Ambiental, Relações Étnico-Raciais, Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena e Direitos Humanos.....	39
2.2 POLÍTICA DE ATENDIMENTO A PORTADORES DE À ALUNOS COM NECESSIDADES ESPECIAIS.....	42
2.2.1 NAI – Núcleo de Acessibilidade e Inclusão.....	43
2.2.2 Sistemas e meios de comunicação e informação, serviços de tradutor e intérprete da Língua Brasileira de Sinais.....	48
2.2.3 Sistemas e meios de comunicação e informação prestados às pessoas com deficiência visual.....	48
2.3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL.....	49
2.4 CONCEPÇÃO GERAL DO CURSO.....	51
2.5 OBJETIVOS DO CURSO.....	51
2.5.1 Objetivo Geral.....	52

2.5.2 Objetivos Específicos .....	52
2.6 PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO .....	53
2.6.1 Competências e Habilidades a serem Desenvolvidas no Acadêmico do Curso Tecnológico de Marketing - EAD .....	56
2.6.1.1 Desenvolvimento das habilidades e competência do egresso no decorrer do curso de Marketing - EAD UNIVEL.....	59
2.6.2 Acompanhamento dos Egressos e Formação Continuada.....	60
2.7 ESTRUTURA CURRICULAR .....	62
2.7.1 Matriz Curricular Marketing - EAD.....	65
2.7.2 Representação Gráfica - Perfil de Formação.....	68
2.7.2.1 Integralização da carga horária total do curso de Marketing - EAD.....	70
2.7.2.2 Prática Profissional Supervisionada .....	70
2.7.4 Estrutura e Conteúdos Curriculares Inovadores e Atualizados com as Práticas Emergentes do Marketing .....	74
2.8 CONTEÚDOS CURRICULARES .....	78
2.9 METODOLOGIA .....	83
<b>2.9.1 Oportunidades metodológicas diferenciadas de integralização curricular .....</b>	<b>89</b>
<b>2.9.2 Desenvolvimento de materiais didático-pedagógicos .....</b>	<b>94</b>
<b>2.9.3 Incorporação dos avanços tecnológicos na metodologia de ensino para graduação .....</b>	<b>95</b>
2.10 ATIVIDADES COMPLEMENTARES .....	96
<b>2.10.1 Quanto à Avaliação e Inovação das Atividades Complementares.....</b>	<b>98</b>
2.11 APOIO AO DISCENTE .....	99
2.11.1 Programas de Monitoria .....	106
2.11.2 Bolsas e Auxílios .....	107
2.11.3 Programas de Apoio Financeiro .....	108
2.11.4 Estímulos à permanência .....	109
2.11.5 Programa de Apoio Pedagógico e Psicológico .....	111
2.11.6 Atendimento extraclasse e outras ações Inovadoras de apoio ao discente .....	113
2.11.7 Formas de acesso ao Curso .....	116
2.12 GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA.....	118
2.13 ATIVIDADES DE TUTORIA .....	122
2.14 CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES NECESSÁRIAS ÀS ATIVIDADES DE TUTORIA ..	123
2.15 TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM.....	126
2.16 AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM (AVA) .....	130
2.17 MATERIAL DIDÁTICO .....	133
2.18 PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO E DE AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM.....	137
2.18.1 Procedimentos de Avaliação dos Processos de Ensino-Aprendizagem - Disciplinas na Modalidade a Distância.....	140
2.19 NÚMERO DE VAGAS .....	143
<b>3. CORPO DOCENTE E TUTORIAL .....</b>	<b>145</b>
3.1 Núcleo Docente Estruturante - NDE.....	145
3.2 EQUIPE MULTIDISCIPLINAR.....	148

3.3 REGIME DE TRABALHO DO COORDENADOR DE CURSO .....	151
3.4 CORPO DOCENTE: TITULAÇÃO.....	152
3.5 REGIME DE TRABALHO DO CORPO DOCENTE DO CURSO .....	153
3.6 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL DO DOCENTE.....	155
3.7 EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA SUPERIOR .....	156
3.8 EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA.....	156
3.9 EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA TUTORIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA .....	157
3.10 ATUAÇÃO DO COLEGIADO DE CURSO OU EQUIVALENTE .....	158
3.11 TITULAÇÃO E FORMAÇÃO DO CORPO DE TUTORES DO CURSO.....	160
3.12 EXPERIÊNCIA DO CORPO DE TUTORES EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA.....	160
3.13 INTERAÇÃO ENTRE TUTORES (PRESENCIAIS – QUANDO FOR O CASO – E A DISTÂNCIA), DOCENTES E COORDENADORES DE CURSO A DISTÂNCIA.....	161
3.14 PRODUÇÃO CIENTÍFICA, CULTURAL, ARTÍSTICA OU TECNOLÓGICA DOS DOCENTES .....	162
4.1 ESPAÇO DE TRABALHO PARA DOCENTES EM TEMPO INTEGRAL.....	163
4.2 ESPAÇO DE TRABALHO PARA O COORDENADOR.....	164
4.3 SALA COLETIVA DE PROFESSORES .....	165
4.5 ACESSO DOS ALUNOS A EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA .....	169
4.6.2 Auditório.....	171
4.6.3 Mini auditório .....	172
4.6.4 BIBLIOTECA - Santa Inês .....	172
4.6.5 Espaço de convivência e alimentação/cantinas .....	173
4.6.6 Estacionamento para Acadêmicos .....	174
4.6.7 Sala compartilhada para CPA - Comissão Própria de Avaliação .....	175
4.6.8 Secretaria Geral.....	175
4.6.9 Sala do NAPP - Núcleo de Apoio Psicológico/Psicopedagógico .....	176
4.6.10 Sala do NAI - Núcleo de Acessibilidade e Inclusão .....	177
4.6.11 Ouvidoria .....	177
4.6.12 Instalações Sanitárias .....	178
4.7 BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR POR UNIDADE CURRICULAR (UC).....	179
4.8 LABORATÓRIOS DIDÁTICOS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA .....	185
4.9 PROCESSO DE CONTROLE DE PRODUÇÃO OU DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO (LOGÍSTICA) .....	186
4.10 COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA (CEP) .....	187
<b>6 – ANEXOS</b> .....	209
6.1 ANEXO - REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES.....	209
6.2 ANEXO - REGULAMENTO DO REGIME DE MONITORIA DO CURSO DE MARKETING - EAD.....	216
6.3 ANEXO - REGULAMENTO DAS DISCIPLINAS LIVRES .....	221
6.4 ANEXO - REGULAMENTO DA AVALIAÇÃO INTEGRADORA .....	223
6.5 REGULAMENTO DA CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO .....	227
<b>REGULAMENTO PARA O EXERCÍCIO DA CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO NO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL</b> .....	227

## APRESENTAÇÃO

O presente Projeto Pedagógico do Curso – PPC, do curso de Marketing na modalidade à DISTÂNCIA, na área **de Ciências Sociais Aplicadas**, está organizado a partir dos parâmetros legais das Diretrizes Curriculares Nacionais - DCN, demais legislações, pareceres e normas emanadas do Ministério da Educação – MEC e do Centro Universitário Univel.

O PPC foi elaborado a partir de um processo amplo de discussão, envolvendo o Coordenador, NDE, Colegiado, Núcleo Pedagógico e Diretoria de Desenvolvimento, tendo por objetivo o desenvolvimento de um projeto capaz de orientar as ações do curso do Centro Universitário, em consonância com as Diretrizes Nacionais da Educação, a Legislação Brasileira do Ensino Superior, a missão institucional e os anseios/necessidades da comunidade local e regional no qual está inserido.

Para a realização de um trabalho de qualidade e atingir os objetivos da educação, ou seja, para formar cidadãos críticos, éticos, conscientes, solidários capazes de atuar na sociedade de modo a superar as condições impostas, torna-se necessária a articulação entre a teoria e a prática.

O referido projeto contempla a missão, políticas e as propostas de ação do Centro Universitário articulado com o PDI, PPI e o PPC, com evidência nos objetivos e metas a serem alcançadas. Ciente da dinâmica empreendida pela educação, o presente serve como norteador das ações acadêmicas, mas, ao mesmo tempo, fomenta a constante reflexão sobre os processos institucionais, de forma a permitir as alterações que eventualmente se tornem necessárias.

O Centro Universitário entende e acredita na proposta de um Currículo Dinâmico e Inovador, visando proporcionar ao acadêmico experiências e oportunidades que permitam uma formação mais completa, crítica e comprometida com o contexto social. O estímulo a inquietude é delineado preponderantemente com metodologias de aprendizagem ativas, buscando o aprimoramento e a inovação constantes.

Coordenação do Curso,  
Núcleo Docente Estruturante - NDE,  
Colegiado do Curso,  
Núcleo Pedagógico Institucional, e  
Diretoria de Desenvolvimento.

## 1. INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS/PERFIL INSTITUCIONAL

### 1.1 IDENTIFICAÇÃO

**Mantenedora:** União Educacional de Cascavel – UNIVEL LTDA

**Endereço:** Avenida Tito Muffato, 2317 – CEP 85.806-080. Bairro: Santa Cruz, Cascavel / PR.

**Base Legal:** CONTRATO SOCIAL – 3ª Alteração contratual realizada em 23/04/2021 registrado na Junta Comercial do Paraná, Agência Regional de Cascavel sob nº 4120808501- 1, em 04/05/2021 inscrita no CNPJ/MF sob o Nº 80.882.772. /0001-33.

**Sócio Administrador:** Renato da Silva

**Mantida:** CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL

**Endereço (sede):** Avenida Tito Muffato, nº 2317 – CEP 85.806-080. Bairro: Santa Cruz, Cascavel / PR.

**Atos Legais:** Credenciada a Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas pelo Decreto de 10/02/1995, publicado no DOU de 13/02/1995. 1º Regimento Portaria/MEC Nº.1740, de 08/08/2001.; Credenciamento para oferta de cursos de graduação a distância pela portaria nº 325, de 16/04/2013. Descredenciada pela Portaria nº 423, de 28/04/2015 DOU de, 29/04/2015 – Seção I – p. 31. Credenciado o Centro Universitário Univel, por transformação da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel pela Portaria nº 1.108 de 13/09/2017 e DOU nº 177 de 14/09/2017.

**Reitor:** Renato da Silva

**OBS:** Ambas, Mantenedora e Mantida funcionam no mesmo endereço.

### 1.2 PERFIL INSTITUCIONAL - IDENTIDADE ESTRATÉGICA

O Centro Universitário Univel possui como **missão:** “Ser um centro de excelência em educação superior, orientado para gerar consciência crítica, formando empreendedores com o perfil que as transformações da sociedade exigem, integrados com a realidade regional”, conforme consta no PDI.

#### 1.2.1 Visão:

Consolidar-se como uma Instituição de ensino superior de referência local e regional pelo reconhecimento de sua qualidade e diferenciais metodológicos inovadores em ensino e aprendizagem.

### 1.2.2 Valores Institucionais:

Justiça; Ética; Responsabilidade Socioambiental; Transparência; Voluntariado; Responsabilidade Social; Espírito de Equipe, Inovação e Cidadania.

### 1.2.3 Perfil:

O Centro Universitário Univel é uma Instituição comprometida com o valor do ser humano, com a sua formação e realização enquanto profissional e pessoa. Três importantes pilares institucionais orientam a Educação Superior promovida na Univel por meio de suas Grandes Áreas de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, Engenharias, área de saúde e Tecnologias: o Ensino, a Pesquisa e a Extensão.

## 1.3 ATOS LEGAIS DA MANTENEDORA E MANTIDA

**Mantenedora:** União Educacional de Cascavel – UNIVEL LTDA

**Endereço:** Avenida Tito Muffato, 2317 – CEP 85.806-080. Bairro: Santa Cruz, Cascavel / PR.

**Base Legal:** CONTRATO SOCIAL – 3ª Alteração contratual realizada em 23/04/2021, registrado na Junta Comercial do Paraná, Agência Regional de Cascavel sob nº 4120808501-1, em 04/05/2021 inscrita no CNPJ/MF sob o Nº 80.882.772. /0001-33.

**Sócio Administrador:** Renato da Silva

**Mantida:** CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL

**Endereço (sede):** Avenida Tito Muffato, nº 2317 – CEP 85.806-080. Bairro: Santa Cruz, Cascavel / PR.

- **Atos Legais:** Credenciada a Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas pelo Decreto de 10/02/1995, publicado no DOU de 13/02/1995. 1º Regimento Portaria/MEC nº 1740, de 08/08/2001. Credenciamento para oferta de cursos de graduação a distância pela portaria nº 325, de 16/04/2013. Recredenciada pela Portaria nº 423, de 28/04/2015 DOU de, 29/04/2015 – Seção I – p. 31. Credenciado o Centro Universitário Univel, por transformação da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel pela Portaria nº 1.108 de 13/09/2017 e DOU nº 177 de 14/09/2017.
- **Reitor:** RENATO DA SILVA
- **OBS:** ambos Mantenedora e Mantida, funcionam no mesmo endereço.

## 1.4 BASES LEGAIS PARA O CURSO DE TECNÓLOGO EM MARKETING - EAD

**RESOLUÇÃO CNE/CP nº 01, de 05 de janeiro de 2021** – Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica.

**PORTARIA MEC Nº 2.117, de 06/12/2019** - Dispõe sobre a oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EaD em cursos de graduação presenciais ofertados por Instituições de Educação Superior - IES pertencentes ao Sistema Federal de Ensino.

**RESOLUÇÃO nº 7, de 18/12/2018** - Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/201 que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014 - 2024 e dá outras providências.

**DECRETO nº 9.235, de 15/12/2017** - Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação das instituições de educação superior e dos cursos superiores de graduação e de pós-graduação no sistema federal de ensino.

**PORTARIA nº 20, de 21/12/2017** - Dispõe sobre os procedimentos e o padrão decisório dos processos de credenciamento, recredenciamento, autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos superiores, bem como seus aditamentos, nas modalidades presencial e a distância, das instituições de educação superior do sistema federal de ensino.

**DECRETO nº 9.057, de 25/05/2017** - Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.

**PORTARIA NORMATIVA nº 11, de 20/06/2017** - Estabelece normas para o credenciamento de instituições e a oferta de cursos superiores à distância, em conformidade com o Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017.

**PORTARIA nº 315, de 04/04/2018** - Dispõe sobre os procedimentos de supervisão e monitoramento de instituições de educação superior integrantes do sistema federal de ensino e de cursos superiores de graduação e de pós-graduação *lato sensu*, nas modalidades presencial e à distância.

**RESOLUÇÃO nº 1, de 06/04/2018** - Estabelece diretrizes e normas para a oferta dos cursos de pós-graduação *lato sensu* denominados cursos de especialização, no âmbito do Sistema Federal de Educação Superior, conforme prevê o Art. 39, § 3º, da Lei nº 9.394/1996, e dá outras providências.

## 1.5 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	
Curso	Marketing
Formação	Tecnólogo
Modalidade	A distância
Ato de Criação	Autorizado pela resolução CONSUP nº04 de, 09/09/2019 – Jornal O Paraná de 27/09/2019
Integralização	Curso de 2 anos (mínima 4 e máximo 6 semestres)
Regime de Oferta	Modular
Turno	NSA
Nº de Vagas proposta	195
Carga Horária (hora aula e hora relógio)	1694 horas aula/relógio
Coordenador do Curso	Lúcio Scheuer

<b>Titulação e regime de Trabalho do Coordenador</b>	Doutor – Regime Parcial
<b>Condições de Ingresso</b>	Vestibular Tradicional / Processo Seletivo Agendado / Transferências / ENEM e Portador de Diploma.

Fonte: Centro Universitário Univel, 2021.

## 1.6 BREVE HISTÓRICO DA IES

A Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel, foi credenciada pelo Decreto de 10/02/1995, publicado no DOU de 13/02/1995. Suas atividades acadêmicas tiveram início em 26/02/1996, com o 1º Regimento aprovado pela Portaria nº. 1740, de 08/08/2001. Ao iniciar as atividades acadêmicas com infraestrutura alocada (1.995) que pertencia ao Colégio Auxiliadora, sito a Rua Rio Grande do Sul, nº 675. Em 1.996 foi transferida para sede própria, sito a Avenida Tito Muffato, nº 2317 centro a IES contava com 04 cursos de graduação autorizados e com o número de 320 alunos. Ressalta-se que a IES foi credenciada para oferta de cursos de graduação na modalidade a distância pela portaria nº 325, de 16/04/2013. O primeiro recredenciamento da Faculdade ocorreu pela Portaria nº 423, de 30/04/2015, publicado no DOU, de 29/04/2015, e o credenciamento do Centro Universitário UNIVEL pela Portaria/MEC nº 1.108, de 13/09/2017, publicado no DOU, de 14/09/2017.

Cascavel está localizada no Oeste do estado do Paraná com uma população de **1.4 milhões** de habitantes e a cidade de Cascavel com **332.333** habitantes/IBGE-2020. De acordo com o IDGM/2021 em 2021 Cascavel avançou para a quarta posição e se tornou a 11ª cidade do Brasil nos quesitos da área de segurança, saúde, saneamento e educação entre as 100 principais cidades do Brasil. Entre as quatro áreas analisadas, Cascavel teve sua melhor posição em: Saneamento e Sustentabilidade 6º lugar, 10ª em Saúde; 35º em Educação e 57º em Segurança, assim Cascavel mostra que na última década foi a segunda cidade que mais cresceu no Brasil.

A Instituição iniciou suas atividades educacionais em: 26/02/1996, Conveniada da FGV: desde 1999, Minter UFSC – Ciência da Computação – 30 vagas 1999, Sede da Escola de Magistratura PR: desde 2001, Minter UFPR – Direito – 20 vagas 2009, Minter PUCPR – Administração – 25 vagas 2012, Credenciamento EAD – 2013, Dinter PUCPR – Administração – 15 vagas 2017, Credenciamento: Centro Universitário Univel – 2017, Recredenciamento EAD – 2019, Mestrado em DIREITO/UNIVEL – 33 vagas 2021, Aprovado pela CAPES em: 07/07/2020.

O Centro Universitário possui 07 (sete) POLOS de Apoio presencial na modalidade de Educação a Distância – EaD, sendo 01(um) polo/sede, 01(um) em Marechal Cândido Rondon/Pr, 01(um) em Palotina/Pr, 01(um) em Medianeira/Pr, 01(um) em Cafelândia/Pr, 01(um) em Assis Chateaubriand/Pr e 01(um) em Laranjeiras do Sul/Pr, atualmente estão sendo oferecidos 11 (onze) cursos de graduação na modalidade a distância, sendo 07 (sete) cursos de Tecnologia: Gestão Comercial (EaD); Gestão de Recursos Humanos (EaD); Gestão Financeiras (EaD); Processos Gerenciais (EaD); Logística (EaD); Marketing (EaD); Análise e Desenvolvimento de Sistemas (EaD) bem como os cursos de Pedagogia (EaD); Ciências Contábeis (EaD); Administração (EaD); Educação Física (EaD) e 09 (nove) cursos na Modalidade a Distância de Pós Graduação *Lato Sensu*; MBA em Finanças Empresarias (EaD); MBA em Gestão Comercial e Vendas (EaD); MBA em, Gestão de Projetos (EaD); MBA em Gestão Empresaria (EaD); MBA em Recursos Humanos (EaD); MBA em Gestão do Agronegócio (EaD); MBA em Logística (EaD); Psicopedagogia Clínica e Institucional (EaD) e Transtorno do Espectro do Autismo: Educação Especial e Inclusão (EaD).

O Centro Universitário possui um programa próprio de Mestrado Acadêmico em Direito, Inovação e Regulações - com 33 vagas anuais, aprovado pela CAPES/MEC em 21/05/2020 e Programa Residência Pedagógica MEC/ CAPES com 24 acadêmicos com duração de 18 meses de atuação.

Em relação à iniciação científica, a IES possui 6 (seis) Linhas Gerais de Pesquisa Institucionais, definidas como Eixos Norteadores. Estas Linhas Gerais de Pesquisa Institucionais são:

1. Comunicação, Inovação e tecnologias;
2. Cultura, Educação e Direito;
3. Sociedade, Organizações e Políticas públicas;
4. Estratégias, Desenvolvimento e Sustentabilidade;
5. Controle de Sistemas, Processos Construtivos e de Fabricação;
6. Ciências Biológicas e da Saúde.

A instituição está sediada numa área de 97.682,84m<sup>2</sup> com 34.940,44m<sup>2</sup> de área construída, com edificações especialmente desenvolvidas para as condições da região e 22.760,00m<sup>2</sup> em estacionamento para carros e motos, devidamente demarcados conforme a legislação de trânsito e área livre de 39.982,40m<sup>2</sup> de terreno para futuras edificações.

As ações de extensão desenvolvem-se por meio de programas, projetos, eventos, cursos de formação inicial e continuada e prestação de serviços tecnológicos e são organizadas a partir das áreas de ensino oferecidas pelo Centro Universitário. Essas

atividades são constituídas com o envolvimento de professores e estudantes do Centro Universitário e têm como público-alvo prioritário a comunidade externa.

Destacam-se como atividades de extensão da IES: Educomunicação, Valores Humanos, Dia da Responsabilidade Social, os trabalhos realizados no Núcleo de Prática Jurídica e o projeto de atendimento à 3ª idade (Projeto Geração) dentre outros, que focam no desenvolvimento da cidadania, combate a corrupção e violência, humanização e sensibilização aos mais necessitados, e com foco na Educação Ambiental (Educação Ambiental: coleta de resíduos eletrônicos, Univel Sustentável, entre outros).

## 1.7 CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA DE IMPLANTAÇÃO DO CURSO DE MARKETING NA MODALIDADE À DISTÂNCIA

O município de Cascavel está inserido na Região Oeste do estado do Paraná com uma população estimada pelo IBGE/2020 em 1.315.226 habitantes. A microrregião de Cascavel pertence à mesorregião Oeste Paranaense. Sua população foi estimada pelo IBGE/2020 em 527.423 habitantes e está dividida em dezoito municípios. Essa região possui uma área total de 8.515,24 km<sup>2</sup>. Cascavel conta hoje com 332.333 (IBGE-2020) habitantes, e representa o 5º município mais populoso do Estado, com um PIB de 3,8 bilhões de reais.

O principal setor econômico de Cascavel é o agronegócio, com mais de 4.000 estabelecimentos agropecuários. Ainda há cerca de 14.458 estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços. Por sua localização privilegiada, o município prosperou no comércio e na prestação de serviços, com destaque para o setor atacadista, de saúde, construção civil e de ensino superior. Outros ramos que têm experimentado forte crescimento são os de metalurgia e de confecção.

Em 2014, a Revista Exame classificou a cidade de Cascavel como a 43ª melhor cidade do Brasil, em pesquisa realizada pela Delta & Finance, a partir da análise de dados como finanças, governança, bem-estar, economia, segurança, qualidade de domicílios, saúde, educação digital e geral, consolidando diversos atributos das cidades em um índice que permita mensurar as diversas dimensões do processo de desenvolvimento socioeconômico e de seus habitantes.

Ressaltam-se os dados educacionais da microrregião de Cascavel: Matrículas em Creche/INEP - 2019: 20.024 alunos; Matrículas em Pré-escola/INEP -2019: 22.235 alunos; Matrículas em Ensino Fundamental/INEP - 2019: 120.042 alunos; Matrículas no Ensino Médio/INEP – 2019: 34.333 alunos, Matrículas na Educação Profissional/INEP – 2019: 9.807 alunos; Matrículas no Ensino Superior Presencial/INEP – 2019: 37.598 alunos;

Matrículas na Educação Superior à Distância/INEP - 2019: 13.512 alunos, totalizando 257.551 alunos na microrregião geográfica de Cascavel, que é formada por 18 municípios. Sendo eles Anahy, Boa Vista da Aparecida, Braganey, Cafelândia, Campo Bonito, Capitão Leônidas Marques, Cascavel, Catanduvas, Corbélia, Diamante do Sul, Guaraniaçu, Ibema, Iguatu, Lindoeste, Nova Aurora, Santa Lúcia, Santa Tereza do Oeste e Três Barras do Paraná.

Quanto aos aspectos históricos, o Portal do Município de Cascavel, destaca que foram os índios caingangues e guaranis que primeiramente habitavam a região, a qual teve a ocupação iniciada pelos espanhóis em 1557, quando fundaram a Ciudad del Guairá, atual Guaíra. A colonização da área do atual município começou efetivamente no final da década de 1910, por colonos caboclos e descendentes de imigrantes no auge do ciclo da erva-mate. A vila começou a tomar formas em 1928. Na década de 1930, com o ciclo da erva-mate já extinto, iniciou-se o ciclo da madeira, que atraiu grande número de famílias de Santa Catarina e Rio Grande do Sul e, em especial, colonos descendentes de poloneses, alemães e italianos, que juntos formaram a base populacional.

Em 1938, já com a denominação definitiva de Cascavel, a localidade foi alçada à condição de sede de distrito administrativo, nos termos da Lei n.º 7.573. A emancipação ocorreu em 1952, juntamente com a vizinha Toledo. Encerrado o ciclo da madeira, no final da década de 1970, Cascavel iniciou a fase de industrialização e ampliação do comércio, concomitantemente com o aumento da atividade agropecuária e de serviços. Cascavel possui uma topografia privilegiada, fato que facilitou seu desenvolvimento e permitiu a construção de ruas e avenidas largas e bairros bem distribuídos. Hoje, Cascavel é conhecida como a “Capital do Oeste Paranaense”.

Com localização estratégica para investidores, Cascavel é porta de entrada para os países vizinhos que compõem o Mercosul e com fácil acesso aos grandes centros consumidores do Brasil, pois, possui um dos mais importantes entroncamentos rodoviários do país, além de modal ferroviário com ligação ao Porto de Paranaguá, de renovado aeroporto e diferentes meios de transportes.

Abaixo segue a relação de algumas empresas na Região Oeste do Paraná na área de Marketing que poderão absorver os futuros profissionais do curso.

<b>EMPRESA</b>	<b>SEGMENTO</b>	<b>CIDADE</b>
AAZ COMUNICACAO	Agência de Marketing Digital	Cascavel PR
AGENCIA F5	Agência de Marketing Digital	Cascavel PR
GRUPO NEW MIDIA	Agência de Comunicação e Marketing	Cascavel PR
AGÊNCIA 28	Marketing Digital	Medianeira PR
ROMPER	Agência de Marketing/Comunicação Digital	Cascavel PR
KONKE COMUNICACAO INTEGRADA	Agência de Marketing/Comunicação Digital	Cascavel PR
LIFE COMUNICACAO	Agência de Comunicação e Marketing	Cascavel PR
ELION ESTRATÉGIAS DE MARKETING	Agência de Marketing	Foz do Iguaçu PR
METIS AGENCIA DIGITAL	Agência de Marketing Digital	Cascavel PR
NTV PRODUCOES	Agência de Marketing e Propaganda	Cascavel PR
PE VERMELHO COMUNICACAO INTEGRADA	Agência de Marketing/Comunicação Digital	Cascavel PR
RODA GIGANTE COMUNICACAO E MARKETING	Agência de Publicidade e Marketing	Cascavel PR
TRIBUS MARKETING DIGITAL	Agência de Marketing Digital	Marechal C Rondon PR
ELEMENTAR	Agência de Marketing Digital	Cascavel PR
AMEXCOM	Agência de Marketing Digital	Cascavel PR
NASSER/DMP PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Agência de Marketing Publicidade	Cascavel PR
MOVA COMUNICAÇÃO E MARKETING	Agência de Marketing	Toledo PR
CONTINENTE COMUNICAÇÃO E MARKETING	Agência de Marketing/Comunicação	Cascavel PR
M2COM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA	Agência de Comunicação	Cascavel PR
MARKETING VENDAS ONLINE	Consultoria em Marketing	Marechal C Rondon PR
GRUPO VOGAR	Grupo de Empresas	Cascavel PR
WEB THOMAZ - NEGÓCIOS DIGITAIS	Criação de Sites	Cascavel PR
VS Comunicação	Agência de Comunicação e Marketing	Cascavel PR
DONA JUREMA MARKETING E PROPAGANDA	Agência de Marketing	Foz do Iguaçu PR
AGÊNCIA WIGGLE	Agência de Marketing Digital	Cascavel PR
14 IBIS	Agência de Marketing	Cascavel PR
WEB DEZAN	Marketing Digital	Cascavel PR
AGÊNCIA DIGIDEIAS OESTE	Agência de Marketing	Medianeira PR
HBSITES	Agência Digital/Marketing	Cascavel PR
METIS AGÊNCIA DIGITAL	Criação de Sites	Cascavel PR
AGÊNCIA DE MARKETING DESBRAVADORES	Agência de Marketing	Toledo PR
ICONE AGÊNCIA DIGITAL	Agência de Marketing	Cascavel PR

KONKE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	Agência de Marketing	Cascavel PR
AGÊNCIA CONGÁ	Marketing Digital	Cascavel PR
MÓBILE MARKETING	Agência de Marketing	Toledo PR
ELEVA COMUNICAÇÃO	Agência de Marketing	Foz do Iguaçu PR

Fonte: Curso de Marketing - Univel, 2022.

A contribuição do setor de agronegócio para o desenvolvimento das indústrias de óleos vegetais, rações, laticínios, embutidos de carne, frigoríficos suínos, aves e bovinos, entre outros, é muito grande e tem como base o sistema cooperativista. Grandes cooperativas do Paraná estão na região Oeste, com destaque para Coopavel, Cotriguaçu, Copacol, C. Vale, Lar, além de empresas avícolas.

Observa-se, em vista do exposto, que o Curso de Marketing à Distância, atende uma necessidade regional, contextualizado e voltado para o aprimoramento profissional em uma área estritamente necessária para o desenvolvimento regional, tendo vista a crescente demanda gerada pelo comércio local e também na região.

Em vista do apresentado, e atenta as diversas solicitações do mercado na inovação das modalidades de ensino sem descuidar de seu compromisso de oferecer educação de qualidade, o Centro Universitário Univel, ao ofertar o Curso Marketing - EaD, busca fortalecer o cumprimento de sua Missão Institucional, considerando que esta modalidade de educação é percebida como uma forma de preparar o aluno para atender às demandas do mundo do trabalho, oportunizar sua atualização por meio da educação continuada, fortalecer sua autonomia e aprofundar seus conhecimentos com vistas a ampliar competências, habilidades e atitudes requeridas para o exercício profissional.

Concebemos que a implantação do curso de Marketing - EaD do Centro Universitário Univel, tem como base a política de estreitamento das relações nos mais diversos ramos como o cultural, social e também no aspecto econômico. A formação do profissional de Marketing passa, fundamentalmente, pela questão da cidadania, que é função primordial da educação em todos os seus graus de ensino, muito bem ilustrada na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira.

Vale destacar que são consideradas como características essenciais ao profissional a competência técnica para o trabalho e o comprometimento com o destino social de sua região, país e até mesmo do mundo. Desse modo, faz-se necessária a discussão de um projeto didático-pedagógico a partir desses aspectos.

No caso do profissional da área de Marketing, podemos entender a competência técnica como a apropriação crítica dos conhecimentos de gestão e negociação, no que se refere à parte conceitual deste conhecimento, bem como das habilidades técnicas exigidas pela profissão. Essa competência é adquirida, portanto, no desenvolvimento dos conteúdos curriculares, do ensino, da pesquisa e da extensão, sempre articulados com a realidade regional.

Quanto ao comprometimento com o desenvolvimento social, pode-se considerar que o papel do ensino em Marketing é a formação de hábitos, atitudes e valores éticos que irão nortear todo o envolvimento desse profissional, tanto no mundo/mercado de trabalho como em sua vida pessoal e coletiva.

Ser um profissional comprometido, significa não apenas entender, mas participar efetivamente do desenvolvimento econômico e regional, assim como de forma específica para o crescimento da organização que estará inserido. Nesse sentido, o presente Projeto Pedagógico, busca contribuir para a formação almejada pelas nossas diretrizes educacionais, ao encontro dos anseios do mercado. O contexto educacional, portanto, mostra-se crucial para fornecer elementos a partir dos quais, discussões e reflexões acadêmicas serão travadas, permeando e concedendo “vida” para aspectos técnicos e dogmáticos da técnica de gestão.

## 1.8 AVALIAÇÃO EXTERNA REALIZADA PELO INEP NO PERÍODO DE 2012 E 2023 REFERENTE AO ENADE E AVALIAÇÃO DE CURSOS

### 1.8.1 Cursos modalidade (Presencial e EaD) Bacharel, Licenciatura e Tecnólogos

CURSOS	DURAÇÃO SEMESTRES		TURNOS E VAGAS/ ANUAIS		SITUAÇÃO LEGAL AUTORIZAÇÃO / RENOVAÇÃO/ RECONHECIMENTO
	MIN	MÁX	DIURNO/ NOTURNO	VAGAS	
<b>CST em Gestão Comercial EAD</b>	4	6	NSA	195	Autorizado pela portaria nº318 de 30/04/2015 – DOU de 04/05/2015 - Pág. 68 Portaria de Renovação de Reconhecimento nº 952, de 30/08/2021 - D.O. U de 31/08/2021, pág. 72
<b>CST em Gestão de Recursos Humanos EAD</b>	4	6	NSA	195	Autorizado pela portaria nº317 de, 30/04/2015 – DOU de 04/05/2015 – PÁG. 68. Portaria nº 1515, de 09/12/2021 - Reconhecimento
<b>CST em Gestão Financeira EAD</b>	4	6	NSA	195	Portaria de Renovação de Reconhecimento nº 952, de 30/08/2021 - D.O. U de 31/08/2021, pág. 72

					Autorizado pela portaria nº319 de, 30/04/2015 – DOU de 04/05/2015 PÁG. 68
<b>CST em Logística EAD</b>	4	6	NSA	195	Autorizado pela portaria nº 320 de, 30/04/2015 - DOU de 04/05/2015 PÁG. 68. Portaria de Renovação de Reconhecimento nº 952, de 30/08/2021 - D.O. U de 31/08/2021, pág. 72
<b>CST em Marketing EAD</b>	4	6	NSA	195	Autorizado pela portaria nº321 de 30/04/2018 – DOU de 04/05/2015. – PÁG. 68. Portaria de reconhecimento nº488, de 22/10/2019. D.O. U de 25/10/2019.
<b>CST em Processos Gerenciais EAD</b>	4	6	NSA	195	Autorizado pela portaria nº321 de 30/04/2018 – DOU de 04/05/2015. – PÁG. 68. Portaria de reconhecimento nº1149, de 26/12/2022 D.O. U de 27/12/2022.
<b>CST em Análise e Desenvolvimento de Sistemas EAD</b>	6	9	NSA	100	Resolução CONSUP de Autorização nº05, de 03/09/2021.

### 1.8.2 Cursos na Modalidade PRESENCIAL - Tecnólogos

CURSOS	DURAÇÃO SEMESTRES		TURNOS E VAGAS/ ANUAIS		SITUAÇÃO LEGAL AUTORIZAÇÃO / RENOVAÇÃO/ RECONHECIMENTO
	MIN	MÁX	DIURNO/ NOTURNO	VAGAS	
<b>CST em Análise e Desenvolvimento de Sistemas</b>	6	9	N	100	Autorizado pelo decreto de 10/02/1995 – DOU de 13/02/1995 PÁG.4. Portaria de Renovação de Reconhecimento nº 915, de 27/12/2018 - D.O.U de 28/12/2018, pág. 156.
<b>CST em Design gráfico</b>	4	6	N	80	Portaria de Autorização nº 202, de 02/06/2016 – D.O.U de 06/06/2016, pág. 20. Reconhecido pela Portaria nº 606, de 21/06/2021 – DOU de 25/06/2021. Pág. 85.
<b>CST em Gastronomia</b>	4	6	N	120	Autorizado pela portaria nº123, de 17/08/2010 – DOU de 18/008/2010 PÁG.14. Portaria de Renovação de reconhecimento nº 267, de 03/04/2017 - D.O.U de 04/04/2017, pág. 70 Portaria de Renovação de reconhecimento nº 206, de 25/06/2020 – D.O.U de 07/07/2020, pág. 01.
<b>CST em Gestão Comercial</b>	4	6	N	120	Autorizado pela portaria nº187, de 15/02/2007 – DOU de 22/02/2007 PÁG.14. Portaria de Renovação de Reconhecimento nº 952, de 30/08/2021 - D.O. U de 31/08/2021, pág. 75
<b>CST em Gestão de Recursos Humanos</b>	4	6	N	50	Autorizado pela portaria nº323 de, 27/04/2007 – DOU de 30/04/2007. Portaria de Renovação Reconhecimento nº206, de 25/06/2020 – D.O. U de 07/07/2020.

<b>CST em Processos Gerenciais</b>	4	6	N	100	Autorizado pela portaria nº 81 de, 12/05/2010 – DOU de 14/05/2010 PÁG.9. Portaria de Renovação Reconhecimento nº206, de 25/06/2020 – D.O.U de 07/07/2020.
------------------------------------	---	---	---	-----	--

### 1.8.3 Cursos na Modalidade EaD - Graduação

CURSOS	DURAÇÃO SEMESTRES		TURNOS E VAGAS/ ANUAIS		SITUAÇÃO LEGAL AUTORIZAÇÃO / RENOVAÇÃO/ RECONHECIMENTO
	MIN	MÁX	DIURNO/ NOTURNO	VAGAS	
<b>Administração EAD</b>	8	12	NSA	270	Portaria de renovação reconhecimento nº 604, de 23/05/2022- D.O.U de 24/05/2022. Retificada da Portaria de nº685 de 02/06/2022.
<b>Contábeis EAD</b>	8	12	NSA	500	Autorizado pela portaria nº321 de 30/04/2018 –DOU de 04/05/2015. pag. 68. Portaria de reconhecimento nº847, de 15/08/2022. D.O. U de 16/08/2022.
<b>Direito EAD</b>	10	15	NSA	500	Em andamento portaria de Autorização. Visita Recebida em 05/07/2021 (conceito 5)
<b>Educação Física EAD</b>	8	12	NSA	100	Resolução CONSUP de Autorização nº05, de 03/09/2021.
<b>Pedagogia EAD</b>	8	12	NSA	460	Portaria de renovação reconhecimento nº 604, de 23/05/2022- D.O.U de 24/05/2022. Retificada da Portaria de nº685 de 02/06/2022

### 1.8.4 Cursos na Modalidade PRESENCIAL - Graduação

CURSOS	DURAÇÃO SEMESTRES		TURNOS E VAGAS/ ANUAIS		SITUAÇÃO LEGAL AUTORIZAÇÃO / RENOVAÇÃO/ RECONHECIMENTO
	MIN	MÁX	DIURNO/ NOTURNO	VAGAS	
<b>Administração</b>	8	12	N	200	Autorizado pelo decreto de 22/03/1995 – DOU de 23/03/95 Pág.20. Portaria de Renovação Reconhecimento nº206, de 25/06/2020 – D.O. U de 07/07/2020.
<b>Agronomia</b>	10	15	N	150	Portaria de Autorização nº 303 de 07/04/2017- D.O.U de 10/04/2017- pág. 14.
<b>Arquitetura e Urbanismo</b>	10	15	N	120	Portaria de Autorização nº685 de 07/07/2017- D.O.U de 10/07/2017 – pág.23
<b>Biomedicina</b>	8	12	N	120	Resolução/CONSUP de Autorização nº 03 de 28/09/2017.

<b>Ciências Contábeis</b>	8	12	N	230	Autorizado pela portaria nº797, de 14/05/1999 – DOU de 18/05/99 Pág. 9. Portaria de Renovação Reconhecimento nº206, de 25/06/2020 – D.O. U de 07/07/2020.
<b>Direito</b>	10	15	D/N	395	Autorizado pelo decreto de 14/08/1995 – DOU de 15/08/1995. Portaria de Renovação Reconhecimento nº206, de 25/06/2020 – D.O. U de 07/07/2020.
<b>Educação Física</b>	8	12	N	60	Resolução de Autorização nº 03 de 28/09/2017. Portaria de Reconhecimento nº185, de 04/07/2023 – D.O. U de 05/07/2023, pág. 02.
<b>Enfermagem</b>	8	12	D/N	60	Portaria de Autorização nº811 de 04/08/2021 – D.O. U de 06/08/2021 pág.54
<b>Engenharia Civil</b>	10	15	N	180	Portaria de Autorização nº 134 de 06/05/2016 – D.O. U de 09/05/2016 pág.28 Portaria de Renovação Reconhecimento nº1005, de 29/11/2022– D.O. U de 01/12/2022
<b>Engenharia de Produção</b>	10	15	N	120	Portaria de Autorização nº 267 de 27/03/2015- D.O. U de 30/03/2015 pág.22 Portaria de reconhecimento nº 7, de 08/03/2023. D.O. U de 09/03/2023.
<b>Engenharia Mecânica</b>	10	15	N	120	Portaria de Autorização nº 311 de 15/07/2016- D.O. U de 18/07/2016 pág.17. Portaria de Renovação Reconhecimento nº85, de 17/04/2023 – D.O. U de 18/04/2023
<b>Fisioterapia</b>	8	12	N	160	Resolução de Autorização nº 03 de 28/09/2017.
<b>Medicina veterinária</b>	10	15	N	120	Resolução de Autorização nº 03 de 28/09/2017.
<b>Nutrição</b>	8	12	N	120	Resolução de Autorização nº 03 de 28/09/2017. Portaria de Reconhecimento nº185, de 04/07/2023 – D.O. U de 05/07/2023, pág. 02.
<b>Pedagogia</b>	8	12	N	120	Autorizado pela portaria nº245 de, 05/07/2011 – DOU de 06/07/2011 PÁG. 66. Portaria de Renovação de Reconhecimento nº 150, de 21/06/2023 - D.O. U de 22/06/2023, pág. 38.

<b>Publicidade e Propaganda</b>	8	12	N	80	Autorizado pela portaria nº268 de, 27/03/2015 – DOU de 30/03/2015 PÁG.23. Portaria de Reconhecimento nº378, de 21/08/2019 – D.O. U de 21/08/2019, pág. 32.
<b>Psicologia</b>	10	15	N	120	Portaria de Autorização nº 866 de 10/12/2018 – D.O. U de 11/12/2018 pág.73.
<b>Odontologia</b>	8	12	D	120	Portaria de Autorização nº 866 de 10/12/2018 – D.O. U de 11/12/2018 pág.73.

### 1.8.5 Avaliação Externa Realizada pelo INEP no Período de 2012 a 2022 - Referente ao ENADE e Avaliação de Cursos

Relação de Cursos	Nota ENADE <u>Ciclo</u> 2012	Nota ENADE <u>Ciclo</u> 2014	Nota ENADE <u>Ciclo</u> 2015	Nota ENADE <u>Ciclo</u> 2017	Nota ENADE <u>Ciclo</u> 2018	Nota ENADE <u>Ciclo</u> 2021	IDD	Conceito MEC CPC	Conceito MEC-CC
Administração	(4)	-	(4)	-	(4)	-	(4)	(4)	-
Administração-EAD	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Arquitetura	-	-	-	-	-	-	-	-	(4)
Agronomia	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Artes-licenciatura	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Biomedicina	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Ciências Contábeis	(3)	-	(4)	-	(4)	-	(3)	(4)	-
Ciências contábeis EAD	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Design Gráfico	-	-	-	-	(4)	-	(5)	(4)	(5)
Direito	(4)	-	(4)	-	(4)	-	(3)	(4)	(4)
Educação Física	-	-	-	-	-	(4)	-	-	(4)
Engenharia Civil	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Engenharia Mecânica	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Engenharia de Produção	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Fisioterapia	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Fotografia	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Gastronomia	-	-	(3)	-	(5)	-	(4)	(4)	(4)
Gestão Comercial	(4)	-	(4)	-	(4)	-	(4)	(4)	(4)
Gestão Comercial – EAD	-	-	-	-	(3)	-	(2)	(3)	(5)
Gestão Financeira	(4)	-	(4)	-	(4)	-	(4)	(4)	(4)
Gestão Financeira – EAD	-	-	-	-	(3)	-	(3)	(3)	(4)

			-						
Jornalismo	(4)	-	-	-	(4)	-	-	-	-
Logística	(4)	-	(4)	-	(5)	-	(4)	(4)	(4)
Logística- EAD	-	-	-	-	(3)	-	(2)	(3)	(5)
Marketing - Ead	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Medicina Veterinária	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Nutrição	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Odontologia	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Pedagogia	(4)	-	-	(4)	-	(3)	-	-	(4)
Pedagogia – EAD	-	-	-	-	-	(3)	-	-	(5)
Processos Gerenciais	(4)	-	(4)	-	(3)	-	(4)	(4)	(3)
Processos Gerenciais – EAD	-	-	-	-	(3)	-	(3)	(4)	(5)
Psicologia	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)
Publicidade e Propaganda	-	-	-	-	(5)	-	(5)	(5)	(5)
Recursos Humanos	(4)	-	(4)	-	(3)	-	(3)	(4)	(3)
Recursos Humanos – EAD	-	-	-	-	(3)	-	(3)	(4)	(5)
TADS	(4)	(4)	-	(4)	-	(4)	-	(3)	(3)

\*Selo OAB Recomenda 2016-2021

Fonte: MEC/INEP

### 1.8.6 Evolução Institucional

Resultados ENADE	HISTÓRICO 2012-2021		
<b>Conceito 5</b>	3	6,8%	75%
<b>Conceito 4</b>	30	68,2%	
<b>Conceito 3</b>	11	25%	25%
<b>Conceito 2</b>	0	0%	0%
<b>Conceito 1</b>	0	0%	
TOTAL	44	100%	100%

Resultados CPC	HISTÓRICO 2012-2021		
<b>Conceito 5</b>	1	5,9%	76,4%
<b>Conceito 4</b>	12	70,5%	
<b>Conceito 3</b>	4	23,6%	23,6%
<b>Conceito 2</b>	0	0%	0%
<b>Conceito 1</b>	0	0%	
TOTAL	17	100%	100%

Resultados CC	HISTÓRICO 2012-2023		
<b>Conceito 5</b>	22	66,66%	90,9%
<b>Conceito 4</b>	8	24,24%	
<b>Conceito 3</b>	3	9,10%	9,10%
<b>Conceito 2</b>	0	0%	0%
<b>Conceito 1</b>	0	0%	
TOTAL	33	100%	100%

### 1.8.7 Índice Geral de Curso, Conceito Institucional e Continuo

ANO	IGC	IGC CONTÍNUO	CI	CI EAD
2021	4	3.2053	4	5
2020	4	3.2012	4	5
2019	4	3.2012	4	5
2018	4	3.2012	4	-
2017	3	2.7610	4	-
2012	3	-	4	-
2010	3	-	-	4

### 1.8.8 Avaliações INEP entre 2017 a 2022

Área de Enquadramento	Tipo	ANO	Conceito
Gestão Comercial (EAD)	Reconhecimento	2017	5
Artes – Licenciatura	Reconhecimento	2017	5
Logística (EAD)	Reconhecimento	2018	5
Gestão financeira (EAD)	Reconhecimento	2018	4
Odontologia	Autorização	2018	5
Psicologia	Autorização	2018	5
Publicidade e Propaganda	Reconhecimento	2019	5
Processos Gerenciais	Reconhecimento	2019	5
Recursos Humanos (EAD)	Reconhecimento	2019	5
Fotografia	Reconhecimento	2019	5
Design Gráfico	Reconhecimento	2019	5
Convênio FGV/UNIVEL	Central de Qualidade	2019	5
Enfermagem	Autorização	2021	4
Direito (EAD)	Autorização	2021	5
Administração (EAD)	Reconhecimento	2022	5
Pedagogia (EAD)	Reconhecimento	2022	5
Nutrição	Reconhecimento	2022	5
Educação Física	Reconhecimento	2022	4
Fisioterapia	Reconhecimento	2022	5
Engenharia Mecânica	Reconhecimento	2022	5
Ciências Contábeis (EAD)	Reconhecimento	2022	5
Biomedicina	Reconhecimento	2022	5
Engenharia Civil	Reconhecimento	2022	5
Filosofia (EAD)	Autorização	2022	5
Psicologia (EAD)	Autorização	2022	5
Agronomia	Reconhecimento	2022	5
Marketing (EAD)	Reconhecimento	2022	5
Engenharia de Produção	Reconhecimento	2022	5
Medicina Veterinária	Reconhecimento	2022	5
Odontologia	Reconhecimento	2023	5
Psicologia	Reconhecimento	2023	5
Arquitetura e Urbanismo	Reconhecimento	2023	4

### 1.8.9 Cursos de Pós-Graduação ofertados na IES com o respectivo número de alunos

CURSO	QUANTIDADE DE TURMAS
Cozinha Brasileira e Regional	0

Direito Civil - EAD	0
Direito Civil e Processual Civil	1
Direito do Trabalho - EAD	0
Direito do Trabalho e Previdenciário	1
Direito Empresarial e Tributário	0
Direito Municipal com Ênfase em Licitações e Compliance	0
Direito Penal E Processual Penal	0
Engenharia de Manutenção e Gestão de Ativos na Indústria 4.0	0
Fisioterapia e Aromaterapia	0
Fisioterapia em Ortopedia e Traumatologia com ênfase em dor	0
Gestão da Educação e Coordenação Pedagógica - EAD	0
MBA em Auditoria e Perícia Contábil	1
MBA em Finanças Empresariais - EAD	4
MBA em Gestão Comercial E Vendas - EAD	4
MBA em Gestão de Cooperativas de Crédito	1
MBA em Gestão De Projetos - EAD	4
MBA em Gestão de Tecnologia da Informação	0
MBA em Gestão do Agronegócio	0
MBA em Gestão Empresarial - EAD	4
MBA em Gestão Financeira, Contábil E Controladoria	2
MBA em Gestão Tributária	1
MBA em Logística	0
MBA em Marketing Digital, UX e Design Thinking	0
MBA em Marketing, Propaganda E Vendas	1
MBA em Recursos Humanos	1
MBA em Recursos Humanos - EAD	4
MBA Executivo em Estratégias Empresariais	2
Mestrado em Direito, Inovação e Regulações ( <i>stricto sensu</i> )	2
Oncologia Multiprofissional	0
Prescrição do exercício para grupos Especiais	0
Psicopedagogia Clínica e Institucional	0
<b>TOTAL DE MATRICULADOS</b>	<b>532</b>

### **PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DIREITO – PRESENCIAL**

- MESTRADO EM DIREITO, INOVAÇÃO E REGULAGÕES
- 33 VAGAS
- APROVADO PELA CAPES.

#### 1.9 CONTEXTO SOCIOECONÔMICO DO OESTE DO PARANÁ

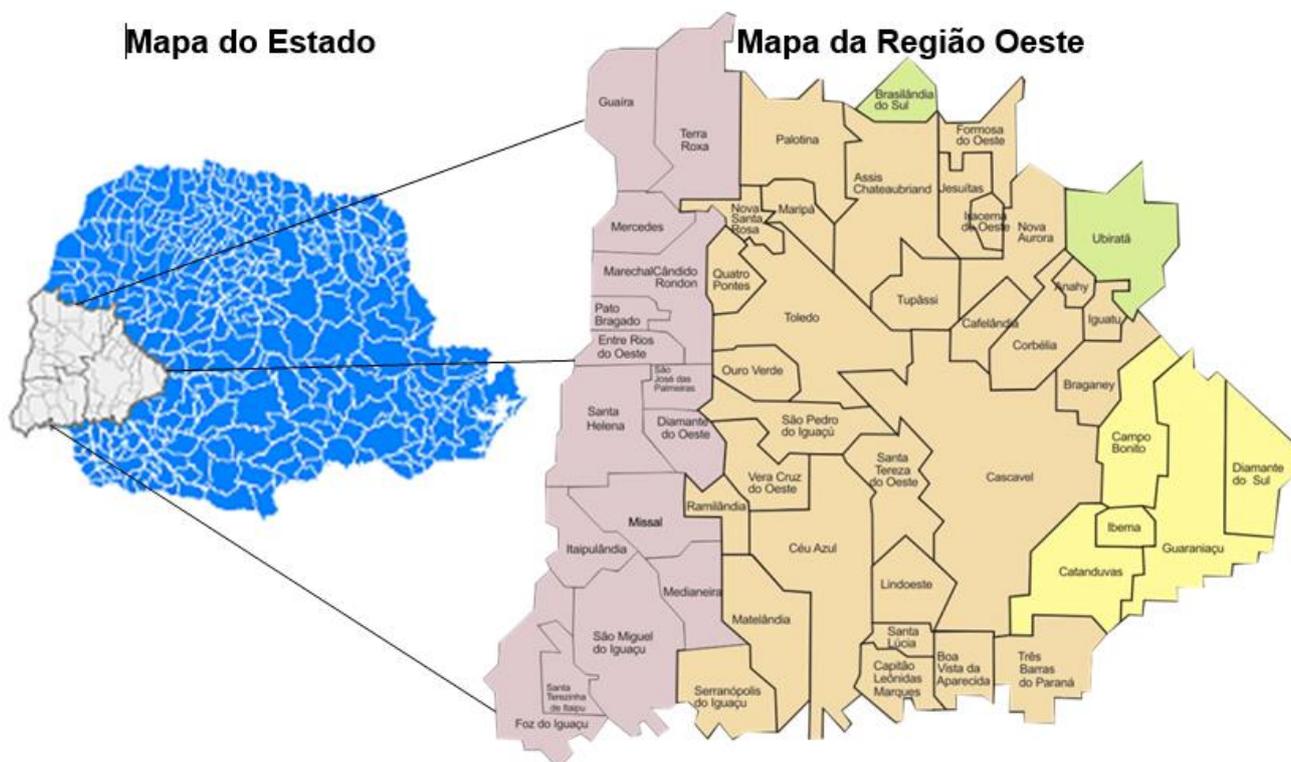
Formada por 52 municípios, a região oeste do Paraná possui cerca de 1,3 milhão de habitantes, a maior parte – quase 1,1 milhão – vivendo em áreas urbanas. Mas é a integração com as atividades do campo que garante um desenvolvimento diferenciado em relação a outras regiões do Estado.

A economia dinâmica, resultado de cadeias produtivas sólidas, gera riquezas e atrai novos negócios, o que resulta em mais empregos e propicia melhorias constantes na qualidade de vida de sua população.

O município de Cascavel está inserido na Região Oeste do estado do Paraná com uma população estimada pelo IBGE/2020 em **1.315.226** habitantes. A microrregião de Cascavel pertence à mesorregião Oeste Paranaense. Sua população foi estimada pelo IBGE/2020 em **527.423** habitantes e está dividida em dezoito municípios. Essa região possui uma área total de 8.515,24 km². Cascavel conta hoje com **332.333** (IBGE-2020) habitantes, e representa o 5º município mais populoso do Estado, com um PIB de 3,8 bilhões de reais. O principal setor econômico de Cascavel é o agronegócio, com mais de 4.000 estabelecimentos agropecuários. Ainda há cerca de 14.458 estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços.

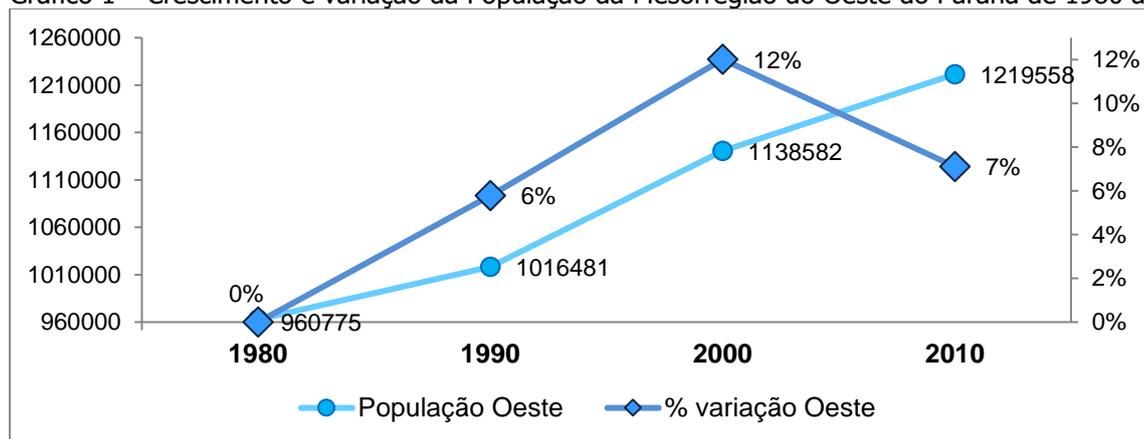
Por sua localização privilegiada, o município prosperou no comércio e na prestação de serviços, com destaque para o setor atacadista, de saúde e de ensino superior. Outros ramos que têm experimentado forte crescimento são: cooperativas, indústrias, comércios, metalurgia, construção civil e confecção.

Pela sua localização, o município prosperou no comércio e na prestação de serviços, com destaque para o setor atacadista, de saúde e de ensino superior. Outros ramos que têm experimentado forte crescimento são: Cooperativas, Indústrias, Comércios, metalurgia e de confecção. Diante dos inúmeros serviços prestados na região, sem dúvidas os serviços de Advocacia fazem parte dos essenciais para o crescimento da cidade.



A população da Mesorregião Oeste do Paraná tem apresentado crescimento ao longo dos anos. Entre a década de 1980 e 1990 houve um crescimento de 6%, no ano 2000 o crescimento foi de 12% e em 2010 houve aumento de 7%. Entre o período de 1980 e 2010 a Mesorregião Oeste do Paraná está classificada como a terceira mais populosa do Estado e é a quarta região que apresentou o maior crescimento do Estado. O Gráfico 1 apresenta o crescimento da população da Mesorregião do Oeste do Paraná ao longo dos anos.

Gráfico 1 – Crescimento e variação da População da Mesorregião do Oeste do Paraná de 1980 a 2010



Fonte: Estatísticas extraídas a partir de consulta à base de dados do IPARDES (2018).

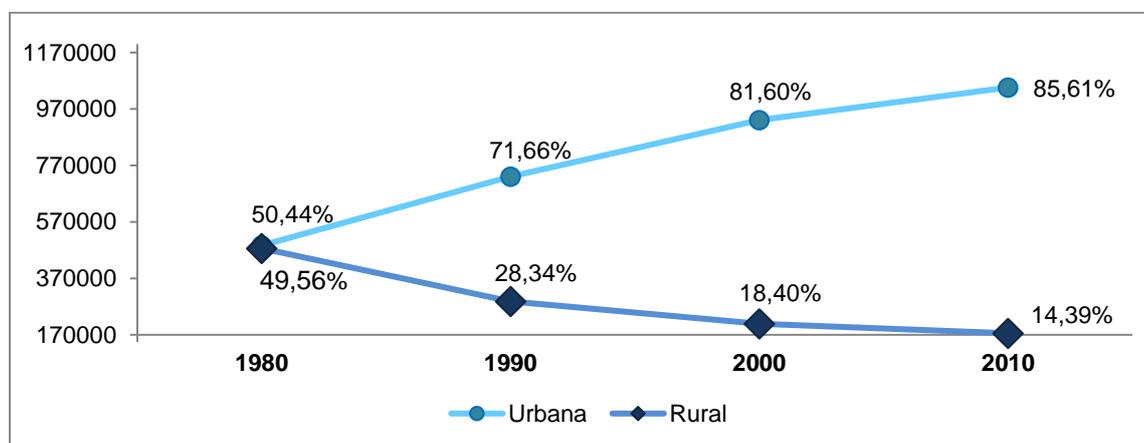
O Gráfico 1 ilustra o percentual de evolução do número populacional da Região Oeste do Paraná. É perceptível, com base na variação dos dados que a população tem crescido ao longo dos anos, principalmente a partir da década de 2000.

A distribuição populacional entre urbana e rural no Estado do Paraná apresentou modificações ao longo dos anos. Até a década de 1970 havia uma maior predominância da população rural, a qual representava para o Estado 63,9%, percentual muito acima da população urbana que era de 36,1%. Após trinta anos, este cenário foi modificado como consequência do êxodo rural. Dados desse período indicam que em 2000 haviam no Estado do Paraná 81,42% da população urbana, em relação à 18,58% da população rural. Em 2010, os dados apesar de similares apresentaram aumentos, tendo sido atribuído o percentual de 85,33% para a população urbana e 14,67% da população rural.

Os indicadores do Estado do Paraná foram refletidos na Mesorregião Oeste, cujo cenário de saída de indivíduos do campo em busca de melhores condições de vida nas cidades foi similar. Dados extraídos das estatísticas do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) indicam que este aumento na população urbana passou a ocorrer principalmente a partir da década de 1980, tendo se intensificado, cada vez, mais

nos últimos anos. O Gráfico 2 apresenta a diferença em relação a proporção da população urbana e rural da Mesorregião Oeste do Paraná entre 1980 e 2010.

Gráfico 2 – Percentual da população urbana em relação à população rural da Mesorregião Oeste do Paraná entre 1980 e 2010.



Fonte: Estatísticas extraídas a partir de consulta à base de dados do IPARDES (2018).

O Gráfico 2 indica que a população rural da Mesorregião Oeste do Paraná, a partir do ano de 2000 se apresenta inferior à 20% (18,40%), em contrapartida, a população urbana apresentou valores acima de 80% (81,60%). Observa-se que existe uma tendência de que tais valores cresçam a partir de uma progressão geométrica, ocorrido principalmente em decorrência do crescimento das cidades e, como consequência, aumento na oferta de emprego.

Cascavel em 2021 avançou quatro posições e se tornou a 11ª cidade do Brasil no Índice dos Desafios da Gestão Municipal (IDGM), que mede os avanços nas áreas de saúde, segurança, saneamento e educação, entre as 100 principais cidades do país. Essa pesquisa aponta as 100 melhores cidades do Brasil para se viver.

Entre as quatro áreas analisadas, Cascavel teve sua melhor posição em saneamento e sustentabilidade: 6ª lugar. A posição nas outras áreas foi: 10ª em Saúde, 35ª em Educação e 57ª em Segurança. Na última década, a cidade subiu 35 posições no *ranking*, o segundo maior crescimento do país.

Em dez anos, Cascavel melhorou sua posição no ranking nas quatro áreas analisadas. Os números mostram os avanços na Educação (+11 posições), Saúde (+42 posições), Segurança (+26 posições) e Saneamento e Sustentabilidade (+24 posições). Assim, Cascavel está em terceiro lugar no Paraná, ficando atrás de Capital Curitiba (2º lugar) e Maringá (1º). Curitiba está em 7º lugar no ranking nacional e Maringá em primeiro. Os

números foram compilados pela Macroplan, empresa brasileira de consultoria com sede no Rio de Janeiro e atuação em todo o Brasil.

Os números também apontam que na última década Cascavel foi a segunda cidade que mais cresceu no Brasil. Na saúde, por exemplo, os indicadores mostram Cascavel em terceiro lugar no país. Um dos fatores que contribuíram para melhorar a posição no ranking, é a cobertura da atenção básica, que saiu de 50% em 2017 para 80% em 2020.

Outro fator que contribuiu para isso foi a taxa de mortalidade infantil que, em Cascavel, foi igual a 9,8 por mil nascidos vivos em 2019, menor que a média dos 100 maiores municípios do país. Essa foi a 17ª menor taxa de mortalidade infantil nesse último ano. Entre 2009 e 2019, a taxa de mortalidade caiu 27,9% no município. Essa variação foi a 25ª melhor entre os 100 municípios.

Ressaltam-se ainda os dados educacionais da microrregião de Cascavel: Matrículas em Creche/INEP - 2019: **20.024** alunos; Matrículas em Pré-escola/INEP -2019: **22.235** alunos; Matrículas em Ensino Fundamental/INEP - 2019: **120.042** alunos; Matrículas no Ensino Médio/INEP – 2019: **34.333** alunos; Matrículas na Educação Profissional/INEP – 2019: **9.807** alunos; Matrículas no Ensino Superior Presencial/INEP – 2019: **37.598** alunos; Matrículas na Educação Superior à Distância/INEP - 2019: **13.512** alunos, **totalizando 257.551** alunos na microrregião geográfica de Cascavel que é formada por **18 municípios**. Sendo eles: Anahy, Boa Vista da Aparecida, Braganey, Cafelândia, Campo Bonito, Capitão Leônidas Marques, Cascavel, Catanduvras, Corbélia, Diamante do Sul, Guaraniaçu, Ibema, Iguatu, Lindoeste, Nova Aurora, Santa Lúcia, Santa Tereza do Oeste e Três Barras do Paraná.

São diversos municípios nos arredores da IES, conforme demonstrado, que não detém instituições de ensino superior próprias e que o EAD auxiliaria e muito o crescimento do grau de instrução da população local.

O posicionamento geográfico do município transformou a cidade em um grande entroncamento logístico, onde se faz presente e atuante os modais aéreo, rodoviário e ferroviário. Somando-se a grande quantidade de áreas agricultáveis, a cidade de Cascavel, segundo dados aferidos pelo IPARDES, possui aproximadamente 10.619 empresas que geram 99.337 vagas de empregos diretos nos diversos segmentos econômicos. Já a Região Oeste do Estado do Paraná é conhecida pela sua grande produção primária por meio de uma agricultura forte e moderna e pela grandiosidade de suas Cooperativas de transformação.

Nossa região conta com uma grande parcela de empresas cooperativas do setor de transformação. Segundo dados do Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Paraná- OCEPAR o setor gerou de riqueza no ano de 2016 aproximadamente R\$70 bilhões e, teve um crescimento de 17% em relação ao ano anterior. Este cenário exige uma grande quantidade de capital e profissionais capacitados para contribuir com o desenvolvimento de pequenas, médias e grandes empresas, bem como ao contexto socioeconômico da população regional.

Entre os fatores que justificam a oferta do curso de Marketing- EAD na Instituição, tem-se a ampla possibilidade de inserção profissional no mercado de trabalho regional, haja vista que a Região Sul do Brasil apresenta grande representatividade na economia do país. Além disso, o estado do Paraná, sendo um dos mais desenvolvidos, possui um setor terciário bem consolidado, além de um setor industrial bastante expansivo e diversificado. Este cenário torna-se bastante fértil para investimentos intelectuais e profissionais, bem como o trabalho técnico e o auxílio das empresas em geral, com base nas competências preconizadas.

Outros dados apresentados por uma pesquisa em 2016, realizada pelo Sistema FIEP (Federação das Indústrias do estado do Paraná), apontam que o Paraná possui 3,2 milhões de empregos formais, o que representa 6,4% do total brasileiro. Desse volume, cerca de 27,8% estão vinculados à indústria, posicionando o estado como o quarto maior parque industrial do Brasil, concentrado principalmente nas mesorregiões RMC (Região Metropolitana de Curitiba), Norte-Central e Oeste. [1]<sup>1</sup>

A indústria paranaense atualmente conta com 56,4 mil estabelecimentos, representando o quarto maior parque industrial do país, considerando somente esse quesito. Entre 2007 e 2014, o número de estabelecimentos cresceu 56,4%, colocando o desempenho paranaense em patamares superiores à média nacional. As mesorregiões que mais contribuíram para essa dinâmica foram a Centro-Occidental, com crescimento de 95,1% no período, e a Oeste, com 79,4%. [1]

O Oeste do Paraná apresenta um PIB industrial de 14,1% do estado. Os empregos industriais representam 11,7% do estado. Na cidade de Cascavel os empregos industriais apresentaram um aumento de 45% entre 2007 e 2014, um índice bastante acima da média

---

[1] Fonte: Panorama Industrial do Paraná / Michelli Gonçalves Stumm (org.); Raquel Valença; Marília de Souza ... [et al.]. - Sistema Fiep: Curitiba, 2016.

[2] Fonte: Informativo Observatório Territorial, "Oeste do Paraná em Números", Realização Parque Tecnológico Itaipu – PTI, 2018.

do estado, que foi 31%. Nesse mesmo período, a cidade apresentou um aumento de estabelecimentos industriais de 92,5%, sendo que a média estadual foi de 56,4%. [1]

Outra pesquisa que respalda o potencial econômico e industrial da região Oeste do Paraná foi financiada pelo Parque Tecnológico Itaipu, e os dados apresentam informações que confirmam a necessidade da formação de Tecnólogos em Gestão Comercial para atender toda a demanda regional. [2]

Essa pesquisa aponta que o Paraná é o maior em empregos no abate de aves no Brasil, com 31% da participação nacional, segmento que tem grande demanda por Tecnólogos em Gestão Comercial para atuar na comercialização de seus produtos. O Estado também é o 3º maior em empregos na fabricação de carrocerias para ônibus, com 11,7% da produção nacional. E, no abate de suínos também está em 3º lugar em nível nacional, com representatividade de 18,5%. [2]

Essas atividades econômicas citadas estão entre as atividades mais relevantes na região Oeste do Paraná. A tabela na sequência mostra as atividades que mais empregam na região Oeste do Paraná, apresentando sua participação em número de empregos em relação ao estado. [2]

Número de Empregos no Oeste do Paraná	Participação em relação ao Estado (%)	Município /Empresas Destaque na participação
1.458	99,6	Cascavel (Empresa Mascarello)
1.555	75,7%	Toledo e Nova Aurora (Empresa Copacol)
20.345	38,5%	Matelândia (Empresa Lar) Cafelândia (Empresa Copacol) Palotina (Empresa C. Vale)
14.158	69,4%	Toledo (empresa BRF) Medianeira (empresa Frimesa)
597	35,8%	Cascavel
2.478	28,1%	Marechal C. Rondon e Matelândia (Empresa Frimesa e diversos outros laticínios menores)
4.111	54,4%	Toledo (Prati Donaduzzi)

Fonte: Adaptado de: Informativo Observatório Territorial, “Oeste do Paraná em Números”, Realização Parque Tecnológico Itaipu – PTI, 2018.

As cooperativas têm papel bastante relevante na economia do Estado e representam 16% do PIB estadual. O Oeste do Paraná é reconhecido por ter em sua área grandes cooperativas operando, das 15 (quinze) maiores cooperativas do Paraná 7 (sete) estão localizadas no Oeste Paranaense. São elas: C Vale, que está em Palotina e presente em 7 municípios; Coopavel, que está em Cascavel e presente em 13 municípios; Copacol, que está presente em 8 municípios com sede em Cafelândia; Copagrill, que está presente em 7 municípios com sede em Marechal Cândido Rondon; Frimesa, que tem sede em Medianeira e presente em 3 municípios; Lar, presente em 12 municípios com sede em Medianeira; Primato, com sede em Toledo e Cotriguaçu com sede em Cascavel.

Diante do exposto, faz-se evidente a importância de se ofertar à comunidade regional o referido curso, fomentando a pesquisa e extensão técnico-científica em prol do progresso socioeconômico da região e conseqüentemente do país, dos cidadãos brasileiros e do desenvolvimento sustentável.

Apoiado nestes indicadores, podemos compreender que a proposta apresentada pode contribuir para maior oferta de serviços prestados à população do município de Cascavel e região, ao serem inseridos mais profissionais especializados no mundo/mercado do trabalho, formados com base nas competências e habilidades previstas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais e nos valores institucionais com vistas à promoção da paz social, bem como da justiça, da ética, da responsabilidade socioambiental, da transparência, do voluntariado, da responsabilidade social, do espírito de equipe, da inovação e da cidadania.

## **2. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA**

### **2.1 POLÍTICA INSTITUCIONAL NO ÂMBITO DO CURSO**

Há plena consonância entre o preconizado no PDI e PPI do Centro Universitário Univel em relação às políticas institucionais e as práticas do curso de Tecnólogo em Marketing - EAD, voltadas para a promoção de oportunidades de aprendizagem, alinhadas ao perfil do egresso, além de pressupor práticas inovadoras. A ética como postura e o compromisso social como atitude, são estimulados pelos docentes dentro do cotidiano do processo de ensino-aprendizagem.

Os currículos são concebidos como um sistema articulado, permitindo-se que, além da transmissão e produção de conhecimentos, o aluno desenvolva habilidades básicas específicas e globais, de atitudes formativas, de análise crítica, de percepção profissional, social e humanística. Deve ainda, formar uma visão crítica do próprio campo profissional.

Nas atividades de ensino e aprendizagem, o curso de Marketing - EAD é realizado através de múltiplas estratégias, dentre as quais destacam-se a realização de pesquisas, estudos de caso, atividades integradas, a inclusão de conteúdos transversais no processo formativo, dentre outros. Nas práticas destacam-se como estratégias a integração da comunidade acadêmica a projetos de extensão que vinculam a investigação e intervenção em práticas mercadológicas em negócios da região.

A vivência de um currículo integrador e propiciador de experiências multiculturais consistem na concepção de um planejamento dinâmico que articule o conhecimento técnico e teórico com a formação humana, ética e postura crítica, efetivada por meio de uma metodologia pertinente e adequada aos objetivos traçados no processo de aprendizagem. Neste cenário é importante a incorporação do processo de avaliação, entendido como caráter formativo, processual e contínuo, prevalecendo os aspectos qualitativos sobre os quantitativos, contribuindo para a construção do conhecimento do aluno e sua autonomia intelectual.

O Centro Universitário Univel estimulará as políticas institucionais relativas à extensão, pesquisa e iniciação científica e ao ensino para o curso de tecnólogo em Marketing - EAD, em conformidade com as linhas de pesquisas previstas no PDI.

A extensão possibilita a maior aproximação do curso com a realidade social, através da prestação de serviços, assessorias, cursos e intervenção em questões emergentes da comunidade, possibilitando à IES e aos acadêmicos identificarem e estudarem de forma crítica os verdadeiros e significativos problemas e desafios sociais, visando a sua transformação.

O Centro Universitário Univel vem implementando a utilização de novos métodos em suas políticas de ensino que priorizem espaços de inovação e investigação além da sala de aula, levando em conta as especificidades de cada curso no seu projeto Institucional, considerando as diversidades culturais, religiosas, políticas, sociais e econômicas presentes no contexto acadêmico, com o objetivo de criar um ambiente propício à práticas pedagógicas inovadoras, entre elas, a de Metodologias Ativas de Aprendizagem. Em sintonia com os desafios da modernidade, os cursos da IES valorizam e promovem o desenvolvimento sustentável aliando as ações voltadas para a preservação ambiental aos recursos

tecnológicos, de modo a promover a formação de profissionais preparados e capacitados para enfrentar os desafios atuais, assim como fortalecer o caráter ético nas interações socioculturais.

Para os programas da graduação estão direcionadas as seguintes diretrizes: promoção de ensino-aprendizagem e extensão, integrados, sempre que possível; ampliação e melhoria da infraestrutura principalmente dos ambientes especiais relacionados ao ensino-aprendizagem e extensão; flexibilização nas normas de acesso ao ensino superior e desenvolvimento de novas modalidades de ensino; revisão e atualização periódica dos projetos dos cursos de graduação de acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional; qualificação e atualização permanente dos docentes via educação continuada com estímulo à pós-graduação *lato sensu e stricto sensu*; avaliação institucional com base no Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI, considerando seus princípios e objetivos para que sirva de ferramenta de gestão, a partir de indicadores elaborados em sintonia com os objetivos da Instituição.

A finalidade precípua do Curso de Marketing - EAD é auxiliar na construção do desenvolvimento econômico regional, através da formação de agentes munidos das habilidades necessárias para empreender ou gerenciar negócios, promovendo seu desenvolvimento em âmbito regional.

Nesse sentido, no âmbito das políticas educacionais, compreende-se que o Curso deve servir de instrumento para construção da verdadeira cidadania e para a formação de profissionais qualificados para atuar nas estratégias mercadológicas da empresa, a partir da compreensão das transformações e exigências do mercado, assim como do domínio de habilidades técnicas e multidisciplinares capazes de promover o melhor êxito no mercado competitivo.

É relevante salientar também que a qualidade do CST em Marketing na modalidade à distância, têm se destacando na região e sendo referência, demonstrando *Know-how* na área com profissionais preparados e habilitados no ensino da educação mercadológica. Somado ao expressivo compromisso formativo, visível nos excelentes conceitos do Curso EAD, destaca-se a política e valorização Institucional do tripé: ensino-pesquisa-extensão.

Outro aspecto importante é o incentivo Institucional na continuidade dos estudos acadêmicos, através do programa de Pós-graduação (*Lato Sensu*), presencial e EAD, ofertado para os egressos da graduação e a comunidade regional. Atualmente há a oferta de treze cursos nas modalidades Presencial e a Distância (EAD), além da profícua parceria com a FGV (Fundação Getúlio Vargas) em nosso programa de Pós-graduação (*Lato Sensu*).

Vale destacar a instalação do primeiro programa de Mestrado em Direito da região Oeste e Sudoeste do Paraná, iniciado em 2021 no Centro Universitário Univel, com área de concentração em “Direito, Inovação e Regulações”. O programa possui duas linhas de pesquisas: *Compliance* e Instituições; Direito e Inovações Tecnológicas.

Nesse sentido, cabe salientar que no processo de incentivo à pesquisa acadêmica, a graduação do Curso Tecnólogo em Marketing – EAD está vinculada às linhas de pesquisa geral e Institucional “Sociedade, Organizações e Políticas Públicas” e “Estratégias, Desenvolvimento e Sustentabilidade”. As quais, estão interligadas e são desenvolvidas pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas em Negócios (NEPEN), que é vinculado aos Cursos de Administração, Ciências Contábeis, Tecnologia em Recursos Humanos, Tecnologia em Gestão Financeira, Tecnologia em Logística, Tecnologia em Processos Gerenciais e Tecnologia em Gestão Comercial. As Áreas de Concentração e Linhas de Pesquisa são: Área I: Organizações, Estratégias e Sustentabilidade (Linha 1: Estratégia, Análise Organizacional e Governança; 2: Empreendedorismo, Inovação e Gestão do Conhecimento; 3: Marketing Estratégico, Comportamento do Consumidor e Relações Comerciais; 4: Gestão Estratégica de Pessoas; 5: Gestão do Agronegócio; 6: Cooperativismo; 7: Políticas Públicas; 8: Desenvolvimento sustentável). Área II: Contabilidade Financeira (Linha 1: Contabilidade e Controladoria; 2: Gestão Financeira e Mercado de Capitais). Área III: Operações, Tecnologia e Logística (Linha 1: Qualidade, Produtividade e Competitividade; 2: Logística Estratégica; 3: Tecnologia da Informação). Temos assim, o fomento na produção de saberes e a importante interlocução entre as linhas dimensionadas.

Em vista do apresentado e atento as diversas solicitações do mercado na inovação das modalidades de ensino, sem descuidar de seu compromisso de oferecer educação de qualidade, o Centro Universitário Univel, ao ofertar o Curso de Marketing - EAD, vem a fortalecer o cumprimento de sua Missão Institucional, além de reforçar sua contribuição no desenvolvimento da região, com a melhoria das condições sociais e econômicas da população através da capacitação dos profissionais.

O Centro Universitário Univel desde 2013 cresce com qualidade também no sistema de Educação à Distância, incluindo pessoas no importante processo de desenvolvimento humano, científico e profissional ligado ao ensino superior no país. Recentemente passou pelo processo de credenciamento da modalidade EAD, obtendo conceito 5 nesta avaliação, reafirmando, assim, seu comprometimento com a qualidade ensino.

Ressalta-se também neste processo o desenvolvimento da autonomia intelectual e profissional dos acadêmicos, o estímulo à formação de redes de relacionamento e de

comunidades de aprendizagem que atribuem à educação à distância um caráter social de construção do conhecimento. Sabe-se que esta modalidade de ensino à distância afirma o aluno como protagonista central corresponsável pelo seu percurso formativo e no professor/tutor como facilitador do processo de aprendizagem, criando situações que motivem os alunos aos estudos e que favoreçam o desenvolvimento de habilidades e competências requeridas à formação do profissional.

As aulas “*online*” oportunizam aos alunos a organizarem melhor seu tempo de estudo e aperfeiçoarem no uso das tecnologias como instrumento de aprendizagem e pesquisa e, assim, adquirirem habilidades importantes para o mercado e o mundo do trabalho, destacando-se, entre outras, a proatividade, a disciplina e a organização. Desse modo, o curso de Marketing - EAD viabiliza a realização da referida graduação, bem como o desenvolvimento de sujeitos e novos profissionais integrados com as tecnologias e a realidade atual.

Sendo assim, em vista do apresentado, resta-se claro que a IES, como um todo, busca, de forma integrada e coerente, a realização concreta dos objetivos descritos no Regimento Interno, no Plano de Desenvolvimento Institucional, no PPI, que abordam as políticas institucionais, destacando-se as políticas de ensino, pesquisa e extensão:

- Ensino: Centradas na relação ensino – aprendizagem, na articulação entre teoria e prática, e em um currículo integrado, as políticas de ensino buscam propiciar ao aluno uma formação global que lhe permita construir competências, hábitos, habilidades e atitudes de forma crítica e criativa, estimulando-o a resolver problemas, estudar casos, intervir em realidades, prever crises, fazer previsões sempre de forma ágil, versátil e ética, buscando seu auto aprimoramento e auto realização como pessoa e como cidadão, qualificando-o profissionalmente, tornando-o ciente de suas responsabilidades, usando para isso os recursos do conhecimento em seus vários níveis e modalidades, além das vivências e intervenções em realidades do seu cotidiano próximo ou remoto. A problematização, compreensão e análise do contexto local se fundamentam nas atividades que articulam teoria e prática e contribuem no processo de formação do estudante e fortalecem seu vínculo social e a identificação com a profissão.

- Pesquisa: Desenvolver o gosto pela pesquisa através da iniciação científica, a ação criadora, responsável e ética, a partir de uma postura de investigação, reflexão, de curiosidade perante o novo e o diferente, buscando novos conhecimentos e procedimentos que possam complementar e estimular o ensino-aprendizagem a alcançar graus mais

elevados de excelência e melhorar a qualidade de vida da população envolvida, respeitando valores culturais e éticos, comprometendo-se com a profissão e sociedade.

- Extensão: Integrar de forma efetiva e permanente, as atividades de extensão às suas propostas de ensino e de pesquisa para que possam corresponder às necessidades e possibilidades da instituição envolvida, na realidade local, regional e da sociedade como um todo, unindo por objetivos comuns as suas comunidades interna e externa com benefício para ambas.

É possível afirmar que as previsões para as políticas de ensino, de pesquisa e extensão da IES, bem como estas para o curso de Marketing - EAD, são bastante inovadoras e exitosas, haja vista que a IES é reconhecida nessa área de atuação diante da quantificação de projetos de extensão e pesquisa na comunidade, e seus resultados são bastante exitosos. Também vale salientar que há uma pasta documentada com diversas práticas exitosas da IES nas áreas de ensino, pesquisa e extensão, que promovem evidências sobre tais práticas.

Ademais, de forma inovadora, todos os projetos de pesquisa e extensão da IES são correlacionados com os 17 ODS - objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU (Organização das Nações Unidas), de forma a aproximar os alunos e participantes aos principais objetivos mundiais para melhoria da qualidade de vida como um todo.

A Univel também incentiva, como práticas exitosas na pesquisa e na extensão, que o conteúdo aborde os temas transversais como Ética, Saúde, Meio Ambiente, Pluralidade Cultural e Orientação Sexual. Tais conteúdos se tornam fundamentais para o enriquecimento curricular, para gerar práticas com impacto relevante na cidade de Cascavel e Região. Tais evidências podem ser destacadas nas Linhas Institucionais de Pesquisa.

De maneira específica ao CST de Marketing - EAD, a extensão voltada a aplicação de Campanhas de Marketing busca trazer maior vivência prática aos alunos do curso sobre a realidade mercadológica, aprimorando suas habilidades práticas da área central de formação e fomentando na comunidade a construção de habilidades na área.

### 2.1.1 Linhas De Pesquisa Do Curso de Marketing do Universitário Univel

O Centro Universitário Univel tem Linhas Gerais de Pesquisa Institucionais criadas com o propósito de transformar o contexto em que a IES está inserida. Em conformidade com a missão institucional de "Ser um centro de excelência em educação superior, orientado para gerar consciência crítica, formando empreendedores com o perfil que as transformações da sociedade exigem, integrados com a realidade regional", a Univel

incentiva diferentes tipos de trabalhos realizados na Instituição, cujo conteúdo aborde temas transversais para o enriquecimento curricular e com impacto relevante em Cascavel e Região.

Conforme o exposto nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) do Ministério da Educação (MEC) de (1997), os temas transversais consistem em problemáticas sociais consideradas urgentes no contexto brasileiro. Levando também em consideração o contexto em que a Univel está inserida, bem como os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), foram realizadas discussões entre gestores institucionais, coordenadores e professores dos Cursos de Graduação, visando estruturar as Linhas de Pesquisa da Univel em concordância com as demandas da sociedade. Tais discussões culminaram na definição de 6 (seis) Linhas Gerais de Pesquisa Institucionais, definidas como Eixos Norteadores, dos quais, a Univel desenvolverá trabalhos e atividades. As Linhas Gerais de Pesquisa Institucionais são:

1. Comunicação, Inovação e Tecnologias;
2. Cultura, Educação e Direito;
3. Sociedade, Organizações e Políticas Públicas;
4. Estratégias, Desenvolvimento e Sustentabilidade;
5. Controle de Sistemas, Processos Construtivos e de Fabricação;
6. Ciências Biológicas, Humanas e da Saúde.

Os Cursos de Graduação estruturaram seus Núcleos, Áreas e Linhas de Pesquisa em conformidade com as Linhas Gerais de Pesquisa Institucionais, respeitando-se os conteúdos relevantes de cada Curso de Graduação.

As Linhas Gerais da Univel em que se insere o CST em Marketing - EAD, conforme definido, foi direcionada na “Linha 3: Sociedade, Organizações e Políticas Públicas” e na “Linha 4: Estratégias, Desenvolvimento e Sustentabilidade”. A Linha 3 tem interesse em discutir soluções para melhorar os serviços públicos, criação de políticas públicas voltadas ao atendimento das demandas da população e no desenvolvimento de um sistema sustentável por meio de ações de aproximação entre instituições públicas, privadas e sociedade. Há um interesse em investigações sobre gênero e políticas públicas, geração de emprego e renda, otimização de gastos públicos, transparência e controle da gestão pública e novos arranjos institucionais.

Já a Linha 4 tem interesse em discutir temas relacionados à dimensão ecológica, econômica e social do desenvolvimento sustentável, aborda questões relevantes sobre a sustentabilidade e as organizações e inovações sustentáveis. Há interesse em refletir sobre

as práticas sustentáveis de produção agrícola e de alimentos, tratamento de resíduos e preservação de áreas ambientais. Desenvolvimento de sistemas e tecnologias que permitam redução no consumo de água, racionalização do consumo de energia, construções sustentáveis com materiais e tecnologias biocompatíveis, uso de iluminação natural e urbanismo sustentável na criação e preservação de áreas verdes nas cidades.

As pesquisas relacionadas à Linha Geral de Sociedade, Organizações e Políticas, e à Linha Geral de Estratégias, Desenvolvimento e Sustentabilidade, são desenvolvidas pelo Núcleo de Pesquisas em Negócios (NEPEN) vinculado aos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Tecnologia em Recursos Humanos, Tecnologia em Gestão Financeira, Tecnologia em Logística, Tecnologia em Processos Gerenciais e Tecnologia em Gestão Comercial, e aos Núcleos de Estudos e Pesquisas em Agrárias (NEPARGR) e de Pesquisas em Saúde (NEPSAU).

O Curso Tecnológico em Marketing - EAD, vinculado ao Núcleo de Estudos e Pesquisas em Negócios (NEPEN), realiza pesquisas e projetos considerando determinadas Áreas de Concentração e Linhas de Pesquisa a saber:

#### **Área de Concentração I: Organizações, Estratégias e Sustentabilidade**

- a) Linha de Pesquisa 1: Estratégia, Análise Organizacional e Governança;
- b) Linha de Pesquisa 2: Empreendedorismo, Inovação e Gestão do Conhecimento;
- c) Linha de Pesquisa 3: Marketing Estratégico, Comportamento do Consumidor e Relações Comerciais;
- d) Linha de Pesquisa 4: Gestão Estratégica de Pessoas;
- e) Linha de Pesquisa 5: Gestão do Agronegócio;
- f) Linha de Pesquisa 6: Cooperativismo;
- g) Linha de Pesquisa 7: Políticas Públicas;
- h) Linha de Pesquisa 8: Desenvolvimento Sustentável

#### **Área de Concentração II: Contabilidade e Finanças**

- a) Linha de Pesquisa 1: Contabilidade e Controladoria;
- b) Linha de Pesquisa 2: Gestão Financeira e Mercado de Capitais;

#### **Área de Concentração III: Operações, Tecnologia e Logística**

- a) Linha de Pesquisa 1: Qualidade, Produtividade e Competitividade;
- b) Linha de Pesquisa 2: Logística Estratégica;

c) Linha de Pesquisa 3: Tecnologia da Informação.

Portanto, as pesquisas apontadas à Linha NEPEN estão relacionadas ao Curso de Marketing abrangem as Áreas de Concentração e Linhas de Pesquisa acima nominadas, as quais foram formuladas com o fito de direcionar e enquadrar as pesquisas realizadas no Curso, bem como orientar os docentes e discentes acerca do campo de pesquisa da IES.

### 2.1.2 Extensão Universitária

A Extensão Universitária do Centro Universitário, é concebida como parte do processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e, viabiliza a relação transformadora entre academia e comunidade. Envolve atividades que contribuam para a excelência do ensino de graduação. A excelência é construída através do estímulo ao conhecimento científico sistematizado, como estratégia interativa e complementar ao processo formativo.

Para tanto, traz para o interior da instituição as vertentes culturais, técnicas, conceituais e operativas, para a produção do pensamento profissional engajado ao contexto e às realidades sociais contemporâneos. É também, a extensão, o caminho pelo qual a produção científica produzida disponibiliza-se ao conjunto da sociedade civil e profissional.

Tendo em vista a concepção de extensão, resumidamente aqui indicada, destacam-se alguns de seus princípios norteadores conforme o Regulamento Institucional da Extensão Universitária aprovado pelo Conselho Universitário – CONSUP:

- ❖ Democratização do conhecimento produzido e acumulado, disponibilizando-o à sociedade organizada, através da interação contínua;
- ❖ Interpretação da extensão como um espaço para a instrumentalização da integração entre teoria e prática em uma perspectiva interdisciplinar e como processo educativo, cultural e ou científico, o que denota toda a gama de possibilidades de ações extensionistas;
- ❖ Promoção de ações acadêmicas junto à sociedade;
- ❖ Disseminação do conhecimento, além da pesquisa e da formação profissional de nível superior desenvolvida pelo ensino. Isto é uma função da extensão, por intermédio de seus cursos que, contribuindo para a superação da seletividade, estendem os benefícios do conhecimento a toda comunidade;
- ❖ Compromisso com o princípio de “formação continuada” como indispensável à rapidez das mudanças do nosso tempo;

- ❖ Ênfase no papel de vital importância da extensão na flexibilização dos currículos de graduação já que interage com o ensino no oferecimento de “Atividades Complementares de integralização curricular”, indispensáveis para solidificar ainda mais a formação inicial.

A extensão visa articular projetos e ações vinculadas às diferentes políticas institucionais constantes no Projeto Pedagógico Institucional (PPI) e desenvolvidas no âmbito dos Cursos. Desse modo, todos os cursos de graduação participarão de atividades de extensão, especialmente em conjunto com os demais cursos do Centro Universitário, uma vez que se considera a atividade de extensão uma importante atividade para o desenvolvimento da educação interprofissional e da prática colaborativa.

Entre as possibilidades de extensão, destacam-se os **ciclos de palestras** e orientações à comunidade de frequência semestral, em parceria com as Instituições conveniadas, com temas emergentes e oportunos aos assistidos/envolvidos.

### 2.1.3 Atividades de ensino e sua articulação ensino, pesquisa e extensão

O ensino no Centro Universitário UNIVEL tem como desígnio a relação dialógica, que se apresenta como promotora da relação horizontal entre professor e aluno, onde, ambos se respeitam e trocam conhecimentos e experiências, fazem reflexões, ressignificando o mundo e seu contato com ele.

No curso de Marketing - EAD, em consonância com o Centro Universitário, busca-se a integração entre as atividades de ensino, pesquisa e extensão, tendo em vista promover a formação acadêmica de forma contextualizada, a partir da análise e interpretação dos fenômenos sociais. Com embasamento científico, busca-se soluções de problemas e resposta as demandas locais e regionais.

Entende-se que a capacidade de construir e reconstruir o conhecimento e aplicá-lo à realidade por meio de ações de ensino, pesquisa/iniciação científica e extensão é de grande relevância social, corroborando com a elevação da qualidade de vida da população e a sustentabilidade global. São dessas atitudes interdisciplinares e integrais que se formam cidadãos mais críticos, reflexivos, criativos e capazes de transformar o mundo. O profissional formado nessa concepção de mundo, de homem, de educação e de ensino compreende e percebe melhor a responsabilidade social de sua profissão mediante os problemas que a sociedade enfrenta.

No curso de Marketing - EAD, busca-se o planejamento de ensino articulado entre as diversas disciplinas e a organização de atividades integradoras, englobando ensino,

pesquisa e extensão, que devem atender também as necessidades da região oeste do Paraná. Entende-se que o desenvolvimento de habilidades e competências do egresso do Centro Universitário, deve durante o processo de formação, tornar o futuro profissional sensível e capacitado a intervir junto a realidade regional.

Nesse sentido, as práticas pedagógicas devem ter o caráter interdisciplinar e transversal, favorecendo a integração entre diferentes disciplinas e áreas de conhecimento. E a prática extensionista deve-se articular ao ensino e a pesquisa. Os docentes do curso são orientados e encorajados a introduzirem em seus planos de ensino atividades de investigação e também de extensão, de preferência com caráter interdisciplinar e abrangência integradora.

Nesse aporte, as atividades no âmbito das práticas e na execução de projetos de pesquisa e extensão, se voltadas para o atendimento das demandas da microrregião, devem ser orientadas e controladas, nos aspectos frequência, participação e desempenho dos alunos, bem como no envolvimento dos docentes e na qualidade das ações.

O curso desenvolve alguns eventos científicos, tais como: Semana Acadêmica, Seminário de Produção Científica, assim como participará de eventos institucionais, como a Jornada Científica, Dia da Responsabilidade, Projeto Institucional de Extensão, entre outros, onde o curso mostra a riqueza das atividades e a franca articulação entre ensino, pesquisa e extensão.

Toda ação de extensão, ainda que vinculada às disciplinas do curso, deve ter um Projeto de Extensão de autoria de um professor, que irá apresentá-lo a coordenação do curso para apreciação e encaminhamento ao CONSEPE.

Parte das ações de extensão extracurriculares, bem como a participação em projetos de pesquisa, também podem ser reconhecidas como atividades complementares previstas na matriz curricular.

#### 2.1.4 Políticas para DCNs de Educação Ambiental, Relações Étnico-Raciais, Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena e Direitos Humanos

O Centro Universitário por meio da organização curricular dos diferentes cursos busca propiciar uma sólida formação teórica e prática que responda às exigências contemporâneas da formação profissional.

Para tanto, além das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) para os cursos de graduação, o Centro Universitário atende também, ao que está prescrito na legislação

referente à Política de Educação Ambiental, à Educação em Direitos Humanos e à Educação das Relações Étnico-Raciais e ao Ensino de História e Cultura Afro-Brasileiras e Indígenas.

Na constituição dos currículos dos cursos e nas atividades acadêmicas em geral, a educação ambiental permeia todas as práticas docentes, nas quais os conteúdos são inseridos de forma transversal, mediante temas relacionados ao meio econômico, ambiental, social e à sustentabilidade. Da mesma forma, a Educação em Direitos Humanos, de modo transversal e interdisciplinar, integra a concepção e práticas pedagógicas. Nos cursos de graduação e de pós-graduação, existem disciplinas que tratam do tema, em atendimento à Resolução nº 1, de 30 de maio de 2012, do CNE/MEC. Além disso, existem grupos de iniciação científica que problematizam questões relativas aos direitos humanos e socializam seus resultados com a comunidade acadêmica.

Outra dimensão incluída nas concepções curriculares, a educação das relações étnico-raciais, visa a divulgação e produção de conhecimentos, bem como de atitudes, posturas e valores que conscientizem os cidadãos quanto à pluralidade étnico-racial e ao respeito aos direitos legais e valorização de identidade, na busca da construção de uma sociedade democrática e mais igualitária. Assim preconiza-se o ensino da história e cultura afro-brasileira e africana, ao lado da indígena, europeia e asiática, contribuindo para a formação integral.

Destaca-se no atendimento a estes temas transversais, as seguintes práticas pedagógicas que se relacionam aos assuntos acima explicitados:

- **Programas de Extensão:** oferta de programas e projetos que propiciem atividades teórico empíricas referente aos conhecimentos de formação geral imprescindível à formação do profissional-cidadão, que objetivam propiciar o desenvolvimento de um comportamento ético, solidário e sensível à compreensão e elucidação das questões contemporâneas que impactam na sua qualidade de vida e de seu entorno, de modo a desenvolver no aluno atitudes coerentes aos valores professados pelo Centro Universitário. Os conhecimentos trabalhados nesses programas/projetos procuram compreender as temáticas acerca do Estudo da História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, Educação em Direitos Humanos e Educação Ambiental.
- **Atividades Complementares:** a IES incentiva os alunos a participarem de serviços voluntários no cumprimento de suas horas complementares, oferecendo e viabilizando projetos sociais que incluem também assuntos relacionados às questões afrodescendentes e indígenas e direitos humanos, além de projetos e ações para a

educação ambiental. É ofertado na modalidade EaD, em regime de curadoria, as temáticas transversais em formato de curso autoinstrucional, com validação de 10 horas complementares cada um dos cursos de forma totalmente gratuita para todos os acadêmicos da UNIVEL que tiverem interesse. Os cursos disponibilizados são: Educação Ambiental, Educação das Relações Étnico Raciais e Educação em Direitos Humanos.

- **Disciplinas de formação complementar:** essas disciplinas buscam a contextualização da situação das temáticas em questão na realidade atual. Elas possibilitam aos acadêmicos a reflexão, a discussão e o aprofundamento teórico de um tema abordado a partir de diferentes perspectivas e que se complementam de forma interdisciplinar.
- **Iniciação Científica:** consoante com as Políticas Institucionais para a Iniciação Científica, a IES prevê atividades teórico empíricas de investigação que estimulam o raciocínio conectivo e o saber transdisciplinar e visam à integração entre os conhecimentos trabalhados nas diferentes disciplinas, de modo a desenvolver as competências técnicas e transversais e as formas de comportamento exigidas para o exercício das funções próprias da profissão. Os resultados das investigações poderão ser observados pela produção acadêmico-científica demonstrados nos trabalhos desenvolvidos em Projetos Experimentais e em possíveis produções resultantes de grupos de Iniciação Científica.

O Centro Universitário UNIVEL, em atendimento às referidas legislações, princípios e diretrizes estabelecidos, propõe que os PPCs garantam que as referidas temáticas sejam contempladas de forma transversal ao longo da integralização do currículo. Tais temas não constituirão uma disciplina específica, mas permearão o curso através da inserção deste conteúdo em outras disciplinas, das atividades complementares, atividades de pesquisa e extensão e, principalmente, atitudes e valores apresentados pelo corpo docente, discente e colaboradores, numa visão transversal.

O tratamento da educação ambiental e da educação das relações étnico-raciais, no âmbito do Curso, ocorrem de forma transversal e sob o entendimento de que elas são práticas sociais que interagem e se situam no campo dos direitos humanos e da cidadania. Reforçam esse entendimento no tocante à educação ambiental os princípios enunciados no Art. 4º da Lei n. 9.795, de 27 de abril de 1999.

Esses temas também estão propostos na grade curricular do curso, por meio da oferta da disciplina optativa de Cultura e Sociedade e Meio Ambiente, contemplando os temas transversais citados. Além disso, estão disponíveis cursos sobre as Diversidades no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) da IES que podem ser validados como Atividades Complementares.

## 2.2 POLÍTICA DE ATENDIMENTO A ~~PORTADORES DE~~ ALUNOS COM NECESSIDADES ESPECIAIS

No âmbito educacional da IES, a acessibilidade não se traduz somente na eliminação de barreiras arquitetônicas, mas a promoção plena de condições para o acesso e permanência na educação superior, bem como o atendimento pleno das necessidades educacionais especiais.

A inclusão na educação constitui uma proposta que representa valores simbólicos importantes, condizentes com a política de igualdade, em ambiente educacional favorável. Implica a inserção de todos, sem distinção de condições linguísticas, sensoriais, cognitivas, físicas, emocionais, éticas, socioeconômicas. Além disso, requer sistemas educacionais planejados e organizados que deem conta da diversidade dos alunos e ofereçam respostas adequadas às suas características e necessidades. As diferenças são vistas não como obstáculos para o cumprimento da ação educativa, mas, sim, como fatores de enriquecimento.

Para pôr em prática políticas de inclusão, faz-se necessário o desenvolvimento de ações educacionais que removam barreiras (atitudinais, educacionais e arquitetônicas), para que a aprendizagem pretendida seja alcançada.

Ressaltamos a necessidade de uma formação inicial e continuada para os professores e todos os envolvidos no processo, bem como a importância de parcerias entre as instituições de ensino, do trabalho e setores empresariais para o desenvolvimento dessas políticas.

A constituição de uma política para alunos com deficiências representa para a IES, o cumprimento dos próprios princípios regimentais e de seu compromisso social.

O apoio acadêmico aos acadêmicos com NEE – Necessidades Educativas Especiais ou com mobilidade reduzida é constituído por um conjunto de ações que abrangem diferentes naturezas de atendimento. No Centro Universitário, eles têm uma atenção

personalizada através de projetos que visam não apenas cumprir as exigências legais, mas, sobretudo, permitir que tenham uma vida universitária plena.

### 2.2.1 NAI – Núcleo de Acessibilidade e Inclusão

O NAI - Núcleo de Acessibilidade e Inclusão do Centro Universitário UNIVEL é um setor de atendimento aos acadêmicos que possuem alguma Necessidade Educativa Especial – NEE, e atua no acompanhamento e mediação dos processos de ensino e aprendizagem destes estudantes por meio da orientação e suporte pedagógico a docentes, acadêmicos e demais profissionais da instituição.

O núcleo teve seu processo de desenvolvimento e organização fundamentado nas seguintes legislações: Constituição Federal de 1988; Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9394/96; PDE – Plano de Desenvolvimento da Educação (Brasil); 2007 decreto nº 6.094/2007; Política Nacional de Educação Especial na perspectiva da Educação Inclusiva, 2008; Referenciais de acessibilidade na Educação Superior e avaliação in loco do sistema nacional de avaliação da Educação Superior, 2013; e Lei Brasileira de Inclusão da pessoa com deficiência (LBI), nº. 13.146/ 2015, também através do Plano de Acessibilidade do Centro Universitário UNIVEL 2018, instituído através portaria nº 20 de 21/12/2017.

O NAI tem como objetivo atuar no enfrentamento ao preconceito e discriminação dos acadêmicos com NEE por meio de ações de formação continuada e orientação a docentes, estudantes e demais profissionais. Busca-se também desenvolver projetos e atividades que promovam a ação comunicativa entre estudantes e docentes no que diz respeito a recursos físicos, tecnológicos e humanos e contribua no desempenho acadêmico de estudantes com NEE.

Destaca-se que o acompanhamento dos acadêmicos com NEE será realizado por profissionais com formação específica em Educação Especial, e este deverá facilitar os processos de ensino e aprendizagem por meio da mediação professor, tutor e acadêmico, considerando também o diálogo com as coordenações de curso e coordenação pedagógica.

Segue uma breve descrição e possíveis encaminhamentos pedagógicos de algumas Necessidades Educativas Especiais<sup>2</sup>:

---

<sup>2</sup> CUNHA, Antonio Eugênio. **Práticas Pedagógicas para a inclusão e diversidade**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Wak Editora, 2014.

## **Surdo**

É considerada surda a pessoa que contém aspectos identitários da Cultura Surda, faz uso da língua de sinais brasileira (libras) como meio de comunicação e expressão, sendo acompanhado pelo tradutor/Intérprete de Libras durante as aulas, reuniões e demais ambientes na instituição de ensino quando necessário o processo de mediação (comunicação) entre pessoas ouvintes não sinalizastes ou sem fluência em libras. Este estudante inserido na modalidade a distância apresenta características específicas na compreensão dos conteúdos, necessitando adaptações nos recursos de aprendizagem, neste sentido, evidencia-se o uso de recursos como videoaulas com legenda, mídias interativas com imagens, gráficos, filmes com legendas, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados. Para os encontros presenciais, conta-se com a presença de um intérprete da Língua Brasileira de Sinais (Libras)

## **Deficiente Auditivo**

Deficiente auditivo é aquela pessoa que possui perda parcial ou total da audição e faz uso da leitura labial como meio de comunicação. Geralmente utiliza aparelho auditivo como forma de potencializar seus resíduos de audição e captar mensagens sonoras que estão ao seu redor. Geralmente não apresenta aspectos identitários da Cultura Surda, não faz uso da Língua de Sinais Brasileira (Libras). Mas se faz necessário adaptações nos recursos de aprendizagem, neste sentido, evidencia-se o uso de recursos como videoaulas com legenda, mídias interativas com imagens, gráficos, filmes com legendas, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados.

## **Deficiência Visual**

A Deficiência Visual é definida como a perda ou redução de capacidade visual nos olhos em caráter definitivo, que não possa ser melhorada ou corrigida com o uso de lentes, tratamento clínico ou cirúrgico. A deficiência visual engloba a *cegueira* (congenita ou adquirida) e a *baixa visão* (moderada ou profunda). O processo de aprendizagem de uma pessoa com deficiência visual se dará através dos outros sentidos (tato, olfato, audição, paladar), utilizando o Sistema Braille como principal meio de comunicação escrita, além de recursos de tecnologia assistiva, como programas sintetizadores de voz, leitores de tela e audiodescrição, como também lupas e ampliação da fonte em atividades para as pessoas com baixa visão e *visão monocular*. O Ambiente Virtual de Aprendizagem da Univel, é

compatível com diversos programas tais como Dosvox, NVDA. Além da compatibilidade o Núcleo de Educação a Distância conta com um computador adaptado, com teclado em Braile para dar subsídio aos alunos com essa deficiência.

### **Deficiência intelectual**

A pessoa com deficiência intelectual caracteriza-se por ter um funcionamento intelectual significativamente inferior à média, acompanhado de limitações significativas no funcionamento adaptativo em pelo menos duas das seguintes áreas de habilidades: comunicação, autocuidados, vida doméstica, habilidades sociais/interpessoais, uso de recursos comunitários, autossuficiência, habilidades acadêmicas, trabalho, lazer, saúde e segurança. Recomenda-se não tratar o acadêmico como criança, estabelecer regras e limites quando necessário e exigir o compromisso de cumpri-los. As explicações devem ser simples e claras, se necessário utilizar recursos visuais para complementar as explicações.

### **Transtorno do Espectro Autista (TEA)**

É uma desordem do desenvolvimento neurológico, cujas características envolvem alterações qualitativas e quantitativas da comunicação, da interação social e dos comportamentos caracteristicamente estereotipados, repetitivos e com gama restrita de interesses. Não utilize gírias ou figuras de linguagem, faça uso de uma linguagem clara e simples, mantenha o ambiente tranquilo, com poucos estímulos sonoros, e somente toque na pessoa se ela assim o permitir. Se necessário repita as solicitações e certifique-se que a mesma compreendeu as explicações.

### **Transtorno de déficit de atenção e hiperatividade – TDAH**

É um transtorno neurobiológico de causas genéticas, que aparece na infância e, frequentemente acompanha o indivíduo por toda a sua vida. Neste caso o estudante deve sentar-se próximo de colegas que possam colaborar com o mesmo no processo de inclusão social. Na medida do possível o docente deve ficar próximo para que o estudante consiga manter o foco na explicação e a inclusão pedagógica ocorra de forma gradativa. Recomenda-se o uso de recursos visuais durante as aulas, como slides, imagens, gráficos, recortes de documentários, material concreto, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados, e que o docente faça contato visual com o discente.

### **Dislexia**

É um transtorno que se caracteriza pela dificuldade em decodificar símbolos, ler, escrever, soletrar, compreender textos, reconhecer fonemas, tarefas relacionadas à coordenação motora, trocar, inverter, omitir ou acrescentar palavras ao escrever, são acadêmicos que possuem dificuldades de leitura e escrita. Possuem inteligência compatível com o seu desenvolvimento, saúde e órgãos sensoriais perfeitos, desde que estejam em estado emocional equilibrados, motivados e com orientação educacional adequada. Neste caso o docente deve utilizar linguagem objetiva, falar com o estudante mantendo contato visual, utilize recursos visuais durante as aulas, como slides, imagens, gráficos, recortes de documentários, material concreto, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados.

### **Discalculia**

Trata-se de um transtorno relacionado à identificação e à classificação dos números, não causa inabilidade na leitura, mas influencia o processamento lógico-matemático e afeta a percepção de tempo e espaço. O docente e o tutor devem, na medida do possível, propor atividades utilizando o concreto e o lúdico, utilizar abordagens sensoriais (estímulo visual, auditivo e sinestésico), utilizar linguagem objetiva, falar com o estudante mantendo contato visual. Recomenda-se o uso de recursos visuais durante as aulas, como slides, imagens, gráficos, recortes de documentários, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados.

### **Altas Habilidade/Superdotação**

São acadêmicos que apresentam grande facilidade de aprendizagem que os leva a dominar rapidamente conceitos, procedimentos e atitudes, tendo duas características marcantes desta superdotação que são a rapidez de aprendizagem e a facilidade com que estes indivíduos se engajam em sua área de interesse. O docente deve tornar o currículo mais compacto e com atividades extracurriculares diversas que proporcionem o enriquecimento das necessidades cognitivas, físicas, emocionais e sociais do acadêmico. Este acadêmico necessita compreender uma linguagem mais abstrata, recomenda-se o uso de alguns recursos visuais durante as aulas, como slides, imagens, gráficos, filmes com legendas, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados, atividades em grupos e duplas.

## **Deficiência Física Neuromotora - DFN**

Aquele que apresenta comprometimento motor acentuado, decorrente de sequelas neurológicas que causam alterações funcionais nos movimentos, na coordenação motora e na fala, requerendo a organização do contexto acadêmico no reconhecimento das diferentes formas de linguagem que utiliza para se comunicar ou para comunicação. Faz-se necessários alguns recursos visuais durante as aulas, como slides, imagens, gráficos, filmes com legendas, material concreto, entre outras estratégias que estabeleçam alguma relação visual com os conteúdos ministrados, e que o docente faça contato visual com o discente, valorizar sua independência, permitindo que faça tudo aquilo que consegue fazer.

Para os acadêmicos com deficiência física, a IES apresenta as seguintes condições de acessibilidade:

- Livre circulação dos estudantes nos espaços de uso coletivo (eliminação de barreiras arquitetônicas);
- Vagas reservadas no estacionamento;
- Rampas com corrimãos e rampa de embarque e desembarque, elevadores sinalizados, guia fixado no piso e porta de acesso a biblioteca facilitando a circulação de cadeira de rodas;
- Portas e banheiros adaptados com espaço suficiente para permitir o acesso de cadeiras de rodas;
- Barras de apoio nas paredes dos banheiros;
- Lavabos, bebedouros e telefones públicos em altura acessível aos usuários.

Para o acadêmico da modalidade à distância que apresente dificuldades para a realização de atividades funcionais no seu dia a dia ou precisa de auxílio de outras pessoas para conseguir realizá-las adequadamente (NEE – Necessidades Educativas Especiais), a IES quando solicitada, para cada tipo específico de necessidade, orienta o uso de TA- Tecnologias Assistivas e quando necessário, disponibilizando em seus polos o acesso a essas tecnologias, com a finalidade de responder às necessidades concretas de cada aluno e possibilitar sua interação com o computador para melhor aproveitamento do processo de Ensino e Aprendizagem.

Neste contexto, a IES, assume o compromisso de atender as regulamentações legais, a todos os acadêmicos com NEE, bem como desenvolver, junto à comunidade acadêmica, atividades e ações educativas e preventivas.

Concomitante, os currículos assumem a flexibilidade, as atividades acadêmicas e/ou avaliativas terão uma estrutura e tempo diferenciado, as diferentes metodologias de trabalho no alcance das necessidades, adaptação de conteúdos e formas de avaliação, preferencialmente práticos e focados em esquemas visuais.

A IES subsidiará o atendimento por meio do Núcleo de Apoio Pedagógico/Psicológico e do NAI – Núcleo de Acessibilidade e Inclusão, que terão a responsabilidade de planejar ações de formação continuada de professores e mediar os processos de ensino e aprendizagem fundamentados na compreensão das diferenças de cada aluno, com foco na integração e acessibilidade, estímulo ao convívio social e valorização de diferentes formas de ser e pensar.

### 2.2.2 Sistemas e meios de comunicação e informação, serviços de tradutor e intérprete da Língua Brasileira de Sinais

Para os estudantes com deficiência auditiva, compromete-se formalmente, no caso de vir a ser solicitada, e até que o aluno conclua o curso proporcionar:

- Intérpretes de língua de sinais/língua portuguesa, especialmente quando da realização e revisão de provas, complementando a avaliação expressa em texto escrito ou quando este, não tenha expressado o real conhecimento do estudante;
- Flexibilidade na correção das provas escritas, valorizando o conteúdo semântico;
- Aprendizado da língua portuguesa, principalmente, na modalidade escrita, para o uso de vocabulário pertinente às disciplinas do curso em que o estudante estiver matriculado;
- Acesso aos professores de literatura e materiais de informações sobre a especificidade linguística do deficiente auditiva;
- A Língua Brasileira dos Sinais – LIBRAS, em cumprimento à legislação específica é oferecida como Componente Curricular Optativo em todos os cursos de Bacharelado e Tecnologia e como Componente Curricular Obrigatório nos cursos de Licenciatura, sendo também de livre acesso aos docentes e colaboradores ao longo do ano.

### 2.2.3 Sistemas e meios de comunicação e informação prestados às pessoas com deficiência visual

Para estudantes com deficiência visual, compromete-se formalmente, no caso de vir a ser solicitada e, até que o aluno conclua o curso, proporcionar desde o acesso até a conclusão do curso, sala de apoio contendo:

- Máquina de datilografia Braille, impressora Braille acoplada a computador, sistema de síntese de voz;
- Gravador e fotocopadora que amplie textos;
- *Software* de ampliação de tela;
- Equipamento para ampliação de textos para atendimento a estudante com visão subnormal;
- Lupas, réguas de leitura;
- *Scanner* acoplado a um computador;
- De aquisição gradual de acervo bibliográfico em Braille e de fitas sonoras, para uso didático;
- Laboratórios disponíveis para uso de programas de computador como Winvox, Papovox, entre outros, que permite que um livro seja escaneado, transformando-o em arquivo audível e transferências para endereços eletrônicos;
- Permite-se o uso de gravadores convencionais existentes no setor de audiovisual, com auxílio dos funcionários responsáveis pelo suporte de atendimento.

### 2.3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL

Considerando as características culturais de Cascavel e Região, o Centro Universitário buscará desenvolver pesquisas e ações de estímulo e incentivo nos campos sociocultural e técnico-científico.

A presente política é um instrumento que permite incentivar o aluno em contato com a atividade científica, a memória cultural, a produção artística e o patrimônio cultural, engajá-lo desde cedo na pesquisa e atuar como diferencial na formação acadêmica.

Ao inserir nossos alunos em contextos econômicos, políticos e socioculturais, de forma a garantir o pleno exercício da cidadania e promover o desenvolvimento de uma

cultura profissional, humanista, artística e cultural, a IES atende aos seus profundos valores e ao cumprimento de sua missão.

As principais atividades de pesquisa e iniciação científica são desenvolvidas por meio dos cursos de graduação e dos programas de pós-graduação, as quais se organizam também em grupos temáticos, que reúnem professores pesquisadores, alunos e técnicos, segundo regulamento Institucional.

Visando permitir um maior aprofundamento do aluno nas atividades de pesquisa e produção de conhecimento, os cursos desenvolvem núcleos específicos de pesquisa que engajam professores com o perfil para a pesquisa, aos quais os alunos têm sido efetivamente incorporados.

Com o intuito de dar visibilidade à produção científica dos alunos e estimular a interdisciplinaridade entre as áreas de conhecimento, a IES realiza anualmente um encontro de iniciação científica, premiando os melhores trabalhos e editando os anais em mídia digital.

No cumprimento de sua missão Institucional, a Coordenação de Pesquisa e Extensão estipulou como metas e Políticas de Iniciação Científica, Tecnológica, Artística e Cultural:

- Fortalecer seu Núcleo de Estudos Acadêmicos (NEA) com a finalidade de centralizar, implementar, apoiar e incentivar a realização de pesquisas e projetos de iniciação científica nas suas diversas áreas, dotando de instrumentos essenciais aos seus diversos núcleos de estudos, atividades, divulgação e publicação, para o crescimento da pesquisa;
- Viabilizar ajuda de custo para que os alunos ingressem no Programa de Iniciação Científica;
- Instituir sistemática de acompanhamento e avaliação permanente de pesquisa/iniciação científica desenvolvida na IES;
- Priorizar, nas investigações, problemas locais e regionais que serão estudados e interpretados em conexão com o quadro regional e nacional;
- Compreender o alcance de sua prática profissional na vivência e no respeito à diversidade;
- Propor ações contextualizadas que considerem os aspectos profissionais, a consciência cultural e socioambiental;
- Aumentar a capacidade de acesso às redes de comunicação e sistemas de informação, o acervo da biblioteca, incluso os periódicos;
- Estimular as relações interinstitucionais e a formação de redes de pesquisa.

## 2.4 CONCEPÇÃO GERAL DO CURSO

O PPC de Tecnologia em Marketing - EAD, é um documento que fixa os propósitos e metas a serem alcançados durante a formação dos estudantes do Curso de Marketing - EAD, em consonância com o planejamento global e com as Diretrizes Nacionais e os princípios da Instituição, expressos no Projeto Pedagógico Institucional - PPI e no Projeto de Desenvolvimento Institucional - PDI. O Curso de Marketing - EAD, como foi concebido, leva em conta a formação profissional tecnológica e específica do profissional de acordo com a orientação das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino da Tecnologia em Marketing procurando assegurar:

- O desenvolvimento competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a produção de bens e serviços e a gestão estratégica de processos;
- O incentivo à produção e a inovação científica e tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho;
- A compreensão e a avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias;
- A promoção da capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições de trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos;
- A adoção da flexibilidade, da interdisciplinaridade, da contextualização e da atualização permanente dos cursos e seus currículos;
- Garantia da identidade do perfil profissional de conclusão de curso e da respectiva organização curricular; e
- O incentivo do desenvolvimento da capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e efeitos.

## 2.5 OBJETIVOS DO CURSO

A finalidade precípua do Curso de Marketing - EAD do Centro Universitário UNIVEL é auxiliar na construção de uma economia regional mais eficiente e sustentável, através da formação de agentes críticos, competentes e comprometidos com as mudanças em andamento, conscientes da importância estratégica que possuem e, portanto, da responsabilidade que lhes cabe neste processo.

O Curso deve servir de instrumento para construção do desenvolvimento regional e para a formação de profissionais qualificados para atuar nas demandas mercadológicas com a dimensão própria decorrente do avanço do ambiente competitivo, e de modo a assegurar a efetivação das organizações no mercado. Os objetivos do Curso foram definidos tendo por base a legislação em vigor e as Diretrizes Curriculares Nacionais propostas para o Curso Tecnológico em Marketing.

#### 2.5.1 Objetivo Geral

O CST em Marketing - EAD tem como objetivo formar um profissional criativo e empreendedor, que tenha visão de mercado, que seja socialmente responsável e com sólido conhecimento específico na área de marketing com a compreensão voltada para o processo tecnológico. O curso objetiva também aplicar métodos, técnicas e conceitos em marketing, atento às mudanças econômicas e tecnológicas. O profissional de marketing será capacitado para elaborar estudos na área, subsidiando assim o processo de construção de ações de mercado da empresa. Para os profissionais que já atuam na área de Marketing, o curso tem por objetivo proporcionar uma perspectiva mais analítica quanto ao alcance de suas funções, levando a um desempenho superior, e permitindo a ascensão destes profissionais. Para a formação de novos profissionais, o curso objetiva proporcionar formação sólida e prática no Marketing.

#### 2.5.2 Objetivos Específicos

E, como objetivos específicos ficaram definidos:

- a) compreender a organização como um todo articulado e sistêmico, constituído de múltiplas relações que se operam interna e externamente, agindo de forma ética e profissional;
- b) diagnosticar e analisar problemas referentes à área mercadológica, identificando as variáveis que os constituem e/ou determinam, bem como os tipos de relações que mantêm entre si propor e/ou implementar medidas que resultem em soluções viáveis e eficazes;
- c) planejar e desenvolver/implementar ações pertinentes à área de marketing, em consonância com as necessidades/demandas/potencialidades regionais, nacionais e mundiais;
- d) planejar, implementar e avaliar ações de marketing, considerando diferentes possibilidades de realização, analisando vantagens e desvantagens, implicações,

riscos e resultados, de forma a selecionar a (s) mais adequada (s) aos interesses da organização;

e) atuar profissionalmente na administração da área de marketing de organizações, mediante ações tecnicamente adequadas e socialmente significativas;

f) gerir a área de marketing de organizações observando procedimentos administrativos, legais e econômicos envolvidos;

g) Manter relações interpessoais fundamentadas na confiança, na solidariedade e no espírito de equipe agindo com flexibilidade e adaptabilidade acordo com as políticas de gestão de pessoas da organização;

h) utilizar os modernos recursos de tecnologia de informação em favor da otimização dos resultados competitivos e mercadológicos da organização.

g) suscitar competências visando a atuação do tecnólogo em Marketing com base nas necessidades e demandas regionais, tais como habilidades de mapeamento mercadológico e identificação de oportunidades, desenvolvimento de ações mercadológicas com elevado padrão e desempenho, capazes de promover resultados significativos às organizações, transformando o cenário econômico regional, visto que Cascavel se apresenta como um polo econômico de significativa importância para a região.

Em geral, os objetivos buscam a formação do perfil profissional do egresso, diante de uma formação generalista com foco para observar o contexto local e regional, bem como preparar o acadêmico para as novas práticas emergentes, relacionando-as com conteúdos inovadores como marketing digital e redes sociais e gestão de mídias, que são fortemente contextualizados com a comunidade local (região fortemente inovadora e tecnológica, adentrada no contexto do Mercosul, com industrialização robusta e de elevada atratividade a novos negócios, propiciando significativa expansão futura), restando claramente na estrutura curricular e nas ementas das disciplinas previstas em cada unidade curricular. A região Oeste do PR tem centenas de agências de Marketing, além muitas empresas de mídias e grandes porte, que demandam estes profissionais de Marketing que a Univel vai colocar no mercado.

## 2.6 PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

A Resolução CNE/CP Nº 1, de 5 de janeiro de 2021, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, deixa explícito em seu artigo 30º o perfil do egresso desejado, conforme citado abaixo:

Art.30o §8º: Quando do perfil profissional de conclusão, definindo claramente as competências profissionais a serem desenvolvidas, as competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos necessários ao desempenho profissional do tecnólogo e perfil profissional das saídas intermediárias quando previstas;

O CST em Marketing - EAD tem como enfoque desenvolver um profissional capaz de entender o ambiente competitivo das organizações, a estratégia empresarial e o papel do profissional na área mercadológica para ampliação da carteira de clientes e sua retenção, encaminhando a organização que está atuando, para o alcance dos objetivos.

Assim, também, visa formar um profissional apto a atuar em qualquer ramo de atividade econômica, no varejo ou no atacado, e até mesmo como consultor, sendo apresentar espírito empreendedor, criatividade e flexibilidade para se adaptar as mudanças. Atuando de forma criativa na aplicação das estratégias de marketing da empresa, promovendo elevado desempenho.

Nesta perspectiva, o perfil do egresso do Curso de Marketing - EAD do Centro Universitário Univel é do ponto de vista prático, o de um cidadão competente, comprometido e apto a participar do processo de desenvolvimento de Cascavel e região.

Os egressos do Curso de Marketing - EAD do Centro Universitário Univel adquirem condições, por tudo isso, de constituírem-se em partícipes ativos de uma atuação mercadológica comprometida com a busca do desenvolvimento organizacional, assim como econômico da região.

Para assegurar a concretização desse perfil desejado do futuro tecnólogo, o Curso de Marketing - EAD procura formar o graduado com as seguintes capacidades e habilidades:

- a) ter visão abrangente do processo de comercialização e conseguir identificá-lo;
- b) coordenar a estruturação de campanhas mercadológicas alinhadas aos objetivos estratégicos da empresa;
- c) compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes;
- d) acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização.
- e) gerir as relações com fornecedores e clientes utilizando técnicas de negociação, de compra e venda;

f) coordenar e avaliar as atividades dos ciclos de vendas, efetuando análises de indicadores de desempenho operacional, propondo alternativas de mudanças e melhorias de processos;

g) analisar e avaliar os produtos e serviços ofertados no mercado de vendas, identificando as oportunidades e riscos existentes por tipo de operação mercadológica;

h) gerir produtos e marcas de forma a torna-las fortalecidas em termos de imagem, competitividade e desempenho de mercado.

i) aplicar o processo de planejamento estratégico para as ações de vendas da organização;

j) identificar e interpretar a legislação que regula as atividades de marketing;

k) coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas e outros relacionados com o desempenho da empresa;

l) gerir equipes de marketing capazes de entregar resultados adequados à empresa ou ao cliente;

m) saber analisar e selecionar modernos recursos de tecnologia de informação tendo por base a sua realidade organizacional;

n) saber manusear as ferramentas de marketing mais atuais;

o) saber analisar indicadores de desempenho de mercado e, principalmente, de marketing digital;

p) compreender e realizar ações de marketing de serviços, entendendo suas especificidades e atendendo a suas demandas gerais.

q) analisar dados sobre uso das diferentes mídias por parte do público alvo e a estruturação adequada do planejamento de estratégias de mídias;

r) analisar e discutir os fundamentos e objetivos do comportamento do consumidor;

s) desenvolver a análise estratégica do mercado com a finalidade de formação e consolidação de canais de distribuição;

O egresso do Curso de Marketing - EAD, por tudo isso, tem acesso às condições completas para ser um profissional comprometido com a técnica mercadológica, capaz de contribuir para a evolução econômica através de habilidades de planejamento e desenvolvimento de ações de mercados, pautadas na satisfação do cliente, atento às peculiaridades do mercado regional.

A instituição se propõe a formar profissionais com fundamentação nas competências e habilidades presentes nas DCNs do curso expressas a seguir, relacionando-as também

com as maiores demandas locais de Cascavel e região, como por exemplo, o fato desta cidade estar contextualizada no Mercosul e ser forte polo econômico do estado. Dessa forma, se justifica conceber na estrutura curricular deste curso, conteúdos curriculares amplificados nestas temáticas para formação do egresso voltados a atuação do profissional de marketing nestas áreas. Estes profissionais estarão preparados para coordenar a estruturação de campanhas mercadológicas alinhadas aos objetivos estratégicos destas centenas de empresas de marketing e médias e grandes empresas que necessitam destes profissionais que a Univel irá formar. Estes profissionais também estarão preparados para acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização, já que nossa região tem um comércio muito pujante.

É importante salientar que se planeja no decorrer do curso a ampliação e remodelação desse perfil profissional, de acordo com as novas demandas apresentadas pelo mercado profissional desta área ao longo do tempo e conforme forem ocorrendo alterações no contexto mercadológico, econômico e social local.

#### 2.6.1 Competências e Habilidades a serem Desenvolvidas no Acadêmico do Curso Tecnológico de Marketing - EAD

Busca-se desenvolver por meio de cada disciplina, bem como de forma interdisciplinar, transversal e relacionada com os eixos de formação na área, as competências e habilidades necessárias ao processo de formação e atuação do acadêmico/egresso de Marketing - EAD.

As competências previstas estão em consonância com as Diretrizes do Ministério da Educação - MEC, bem como com o universo econômico onde o profissional de marketing egresso da Univel, atuará como sujeito das transformações sócio-políticas-econômicas demandadas pela sociedade.

Assim, as disciplinas previstas, bem como o processo envolvendo ensino-pesquisa-extensão, envolvem o cotidiano mercadológico desenvolvendo competências que capacitem o egresso a partir de uma visão holística da realidade, visando favorecer a melhoria nas tratativas com os clientes e nas investidas der campanhas eficientes.

Em geral, tais competências envolvem a capacidade de análise e investigação sobre o mercado e suas interferências na organização, tais como mudanças ocorridas no âmbito concorrencial, econômico, social e ambiental e a adequação de estratégias de mercado frente tais transformações; A reunião de dados e sua transformação em conhecimento,

alcançados a partir do efetivo manuseio de sistemas de informação gerenciais; A interpretação aprofundada do consumidor, suas necessidades e desejos; A construção de mecanismos eficientes de marketing alinhados às demandas dos consumidores e a realidade do mercado regional; A elaboração adequada de peças de comunicação; Capacidade de construção e análise de indicadores de desempenho organizacional, de vendas e relativos ao uso e desempenho de múltiplas ferramentas mercadológicas; Acompanhamento de dados econômicos e financeiros e o alinhamento da gestão de vendas a favor do desempenho sustentado da organização; Habilidades de comunicação interna e externa; Desenvolvimento de habilidades negociais capazes de aprimorar o desempenho das vendas da organização no mercado; Habilidades socioambientais capazes de alinhar as demandas da sociedade e da condição ambiental às estratégias de desenvolvimento da organização, mantendo a ética e o respeito ao buscar o crescimento; bem como atenção aos aspectos legais do desenvolvimento comercial em relação a clientes, fornecedores, concorrentes e entes públicos.

Nesse sentido, seguem as principais competências almeçadas:

	Competências:
I	Ter visão abrangente do processo de comercialização e conseguir identificá-lo;
II	coordenar a estruturação de campanhas mercadológicas alinhadas aos objetivos estratégicos da empresa;
III	compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes;
IV	acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização.
V	gerir as relações com fornecedores e clientes utilizando técnicas de negociação, de compra e venda;
VI	coordenar e avaliar as atividades dos ciclos de vendas, efetuando análises de indicadores de desempenho operacional, propondo alternativas de mudanças e melhorias de processos;
VII	analisar e avaliar os produtos e serviços ofertados no mercado de vendas, identificando as oportunidades e riscos existentes por tipo de operação mercadológica;
VIII	gerir produtos e marcas de forma a torna-las fortalecidas em termos de imagem, competitividade e desempenho de mercado.
IX	aplicar o processo de planejamento estratégico para as ações de vendas da organização;
X	identificar e interpretar a legislação que regula as atividades de marketing;

<b>XI</b>	coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas e outros relacionados com o desempenho da empresa;
<b>XII</b>	gerir equipes de marketing capazes de entregar resultados adequados à empresa ou ao cliente;
<b>XIII</b>	saber analisar e selecionar modernos recursos de tecnologia de informação tendo por base a sua realidade organizacional
<b>XIV</b>	saber manusear as ferramentas de marketing mais atuais;
<b>XV</b>	saber analisar indicadores de desempenho de mercado e, principalmente, de marketing digital;
<b>XVI</b>	compreender e realizar ações de marketing de serviços, entendendo suas especificidades e atendendo a suas demandas gerais.
<b>XVII</b>	analisar dados sobre uso das diferentes mídias por parte do público alvo e a estruturação adequada do planejamento de estratégias de mídias;
<b>XVIII</b>	analisar e discutir os fundamentos e objetivos do comportamento do consumidor;
<b>XIX</b>	desenvolver a análise estratégica do mercado com a finalidade de formação e consolidação de canais de distribuição.

Tais competências e habilidades apresentam consonância com a DCN do curso, sendo que em cada disciplina ao ser ministrado os conteúdos que buscam desenvolvê-las, os docentes buscarão realizar contextualizações com as demandas e necessidades locais e regionais, tal qual expresso no perfil profissional do egresso deste curso.

2.6.1.1 Desenvolvimento das habilidades e competência do egresso no decorrer do curso de Marketing - EAD UNIVEL

COMPONENTES CURRICULARES	COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO EGRESSO DO CURSO DE MARKETING - EAD																
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	XVI	XVII
Fundamentos de Administração	X	x	X	x	X	x	X	X	x	X	X	x		x			X
Economia	X	X		X	X	X	X					X		X	X		
Planejamento de Mídia		X		X	X	X	X	X				X	X		X	X	X
Promoção de Vendas e Pós-Vendas	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X					X	X
Fundamentos de Marketing	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X						
Empreendedorismo	X	X	X	X	X	X	X				X						
Marketing Digital e Redes Sociais		X		X	X	X	X	X			X	X	X	X	X		
Direito Empresarial		X		X	X	X	X	X	X	X							
Gestão de Pessoas	X	X		X	X			X	X	X	X	X					
Extensão-Soluções Empresariais	x	X	x	X	X	x	x	x	X	X	x	x	x	x	x	x	x
Cultura, Sociedade e Meio Ambiente		X		X	X	X	X		X	X							
Comportamento do Consumidor	X	X	X	X	X	X	X								X	X	
Administração Estratégica	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X		X
Marketing de Serviços	X	X	X	X	X	X	X				X					x	X
Extensão – Campanhas de Marketing	X	X	X	X	X	X	X	x	x	x	X	X	x	x	X	x	X
Pesquisa de Mercado	X	X	X	X	X	X	X				X				x		
Canais de Distribuição	X	X		X	X	X	X				X						X
Gestão de Produtos e Marcas	X	X		X	X	X	X		X	X	X		x	X			X
Atividade Prática Supervisionada;	X	X	X	X	X	X	X	X									
Comunicação Integrada de Marketing	X	X	x	X	X	X	X	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x

## 2.6.2 Acompanhamento dos Egressos e Formação Continuada

O egresso é definido como aquele que efetivamente concluiu seus estudos, colou grau e está apto a ingressar no mercado/mundo de trabalho. Nessa condição de egresso, ele é uma fonte de informação sobre a qualidade do serviço prestado pela instituição de Ensino Superior que o formou.

O Centro Universitário Univel acompanhará seus egressos através de um programa denominado Programa de Acompanhamento de Egressos (PAE), implementado por meio de um espaço em seu portal e cultivará relacionamento por meio da participação destes em semanas de cursos, palestras, oficinas, relatos de experiência, entre outros eventos. Além do portal, a Instituição estabelecerá para seus canais de comunicação com os egressos, a ouvidoria, um *link* de acesso no site específico para os egressos, e os e-mails institucionais das Coordenadorias de Cursos de Graduação.

As atividades do Programa de Acompanhamento de Egressos (PAE) possibilitam a continuada avaliação do Curso, pelo desempenho profissional dos ex-alunos, viabilizando adicionalmente a participação dos mesmos em atividades de extensão promovidas pela ação universitária.

São objetivos específicos do programa de acompanhamento:

- Avaliar o desempenho do Curso com relação ao mercado de trabalho, pelo acompanhamento do desenvolvimento profissional dos ex-alunos;
- Manter registros atualizados de alunos egressos;
- Promover intercâmbio entre ex-alunos;
- Promover encontros, cursos de extensão, reciclagens e palestras direcionadas a profissionais formados;
- Ofertar e incentivar cursos de pós-graduação e aperfeiçoamento;
- Condecorar egressos que se destacam nas atividades profissionais;
- Incentivar a participação de egressos nos projetos de extensão e pesquisa da instituição de forma gratuita.

Toda a política de egressos da Instituição está calcada na possibilidade de potencializar competências e habilidades em prol do desenvolvimento qualitativo de sua oferta educacional. O Curso pretende lidar com as dificuldades de seus egressos e colher

informações de mercado, visando a formar profissionais cada vez mais qualificados para o exercício de suas atribuições.

O programa de acompanhamento de egressos tem estrutura de funcionamento regular, sob a responsabilidade da Comissão Própria de Avaliação – CPA, constituída por professores, técnicos administrativos, discentes, egressos e representantes da sociedade civil.

Em conformidade com as normas em vigor, em especial a Lei 13.168, de 06/10/2015, o art. 32 da Portaria Normativa 40, de 12/12/2007, alterada pela Portaria Normativa MEC 23, de 29/12/2010 e sua alteração pela Portaria Normativa 10, de 18/05/2017, são assegurados aos docentes e discentes o acesso as informações acadêmicas, aí incluídos, dentre outras, o ato autorizativo do curso, os nomes dos dirigentes da IES e do coordenador do curso, os dados do corpo docente (nomes, formação, titulação, regime de trabalho), a infraestrutura para o curso, o resultado das últimas avaliações externas, o valor das mensalidades e a forma do seu reajuste, além do conhecimento do PPC. Tais informações são disponibilizadas pela página do Centro Universitário Univel e no mural da Secretaria. Dessa forma, e considerando o potencial da região e do seu entorno, é promissor o futuro profissional do egresso do Curso de Marketing - EAD do Centro Universitário Univel.

A despeito dessas ações, a realidade hoje exige a estruturação de um conjunto mais denso de ações, o que constitui um dos objetivos da elaboração de uma Política Institucional de Acompanhamento de Egressos, de modo a permitir a verificação do quanto a Instituição vem cumprindo sua missão institucional.

A Instituição compreende a relevância de se dar uma atenção mais enfática ao acompanhamento do egresso e ao elaborar esta Política pretende, através das ações:

- a) obter sempre uma face atual da Avaliação Institucional, sobre o enfoque de quem já se formou e está no mercado de trabalho;
- b) melhor identificar o perfil e a trajetória profissional dos egressos;
- d) estar atualizada quanto as competências exigidas pelo mercado de trabalho;
- e) seguir atualizando os currículos dos cursos e programas propostos pela IES.

A Política de Acompanhamento de Egressos da Faculdade pressupõe a definição das seguintes estratégias:

- A definição de um gestor responsável pelo acompanhamento de egressos em cada curso: o Coordenador de Curso, que contará com o apoio da Comissão Própria de

Avaliação (CPA), da Assessoria de Marketing e Comunicação, da Diretoria e da Secretaria Acadêmica.

- Permanente atualização do banco de dados de egressos de forma a subsidiar as ações acadêmicas e institucionais;
- Possibilitar a pesquisa e análise do perfil profissional;
- Elaborar eventos e oferecer serviços que permitam o aperfeiçoamento profissional e a formação continuada dos egressos na Instituição;
- Fortalecer a imagem Institucional;
- Contribuir para a avaliação do desempenho da Instituição por meio do acompanhamento da situação profissional dos egressos;
- Redesenhar o Programa de Acompanhamento de Egressos, incorporando esses novos elementos.

O acompanhamento dos egressos é um dos mecanismos que permite à Instituição a contínua melhoria de todo o planejamento e operação dos processos de ensino e aprendizagem. Sendo uma das finalidades do Centro Universitário Univel inserir na sociedade diplomados aptos para o exercício profissional, ela deve ter um retorno quanto a indicadores da qualidade dos profissionais que vem formando, principalmente no que diz respeito à qualificação para o trabalho.

## 2.7 ESTRUTURA CURRICULAR

O CST em Marketing - EAD é concebido conforme a legislação educacional vigente no que se refere aos princípios, objetivos e prescrição curricular. Possibilita a formação do profissional, de forma generalista, humanista, crítica, reflexiva e científica. Agrega conhecimentos que permitem ao sujeito atuar participativamente com princípios e valores éticos, humanísticos, analíticos e criativos. Propõe-se a formar um tecnólogo com competências e aptidões que lhe propiciem a busca contínua de novos conhecimentos de forma autônoma, sendo capaz de entender e responder às necessidades empresariais da sua comunidade, em busca do desenvolvimento.

Em síntese, o curso projeta a integração das disciplinas fundamentais e teóricas com as atividades práticas, a pesquisa e a extensão, objetivando formar o aluno para o exercício responsável da profissão. Os planos de ensino e aprendizagem das disciplinas também estão de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais.

Os conteúdos mínimos exigidos pelas Diretrizes Nacionais foram distribuídos em disciplinas, procurando atender à concepção do curso de forma organizada e equilibrada, evidenciando um caráter interdisciplinar. Por isso, a coordenação, o Colegiado de Curso e o NDE por ocasião, entendem por bem trabalhar com disciplinas propedêuticas, disciplinas técnicas profissionalizantes, bem como extensões, visando possibilitar uma interação maior entre os conteúdos relacionados nos eixos de formação fundamental/geral, técnico/profissional e prática.

Os conteúdos obrigatórios dos eixos de formação fundamental/geral constituem partes integrantes de forma interdisciplinar ou mesmo transversal, dada a sua inter-relação. Pela Matriz Curricular, verifica-se a preocupação com uma formação genérica, interdisciplinar e de qualidade, seguindo uma sequência coerente de conteúdos, que busca, ao mesmo tempo, inserir o acadêmico em um novo espaço de crescimento pessoal, social e introduzi-lo no estudo responsável e dinâmico do Marketing, sem perder de vista os temas transversais e valores plurais desde o início do curso.

O olhar interdisciplinar, o estudo atento à gestão orientada ao mercado consumidor em praticamente todas as disciplinas, aliando sempre que possível o conhecimento teórico à prática, exercitando a comunicação adequada durante os dois anos do curso e incentivando individualmente os acadêmicos ao aprofundamento dos estudos no preparo para a profissão almejada demonstraram que, em conjunto, são ingredientes de sucesso na formação de tecnólogos, tendo em vista o perfil almejado dos egressos.

A Matriz Curricular está disposta em dois anos consecutivos (10 módulos), contando com 1.674 horas. A matriz se estrutura na concepção de que o aluno deve ser agente do conhecimento, articulando teoria e prática, de forma interdisciplinar, numa perspectiva profissional.

Desse modo, a organização curricular proposta está configurada em interligados eixos norteadores, de acordo com as Diretrizes Curriculares do MEC para a formação em Marketing - EAD, visando assim, a articulação de saberes. Nesse sentido, temos:

- **Núcleo de Formação Básica:** fornecem embasamento teórico-prático necessário para que o profissional possa desenvolver o seu aprendizado do tecnólogo em Marketing

- **Núcleo de Formação Humanística:** fornecem a identidade do profissional, integrando as subáreas de conhecimento que identifiquem as mínimas atribuições, deveres e formação comportamental para capacitação do profissional de tecnologia em Marketing

- **Núcleo de Formação Específica:** responsável pelo desenvolvimento, aprimoramento e aprofundamento das competências e habilidades estabelecidas para marketing e, quando couber, pela inserção no currículo do atendimento às peculiaridades locais e regionais formando uma identidade própria.

<b>NÚCLEO DE FORMAÇÃO BÁSICA:</b>
Fundamentos de Administração; Economia;
<b>NÚCLEO DE FORMAÇÃO HUMANÍSTICA</b>
Direito Empresarial Cultura, Sociedade e Meio Ambiente
<b>NÚCLEO DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA:</b>
Comportamento do consumidor; Empreendedorismo; Administração Estratégica; Extensão – Campanhas de Marketing Pesquisa de Mercado; Atividade Prática Supervisionada; Promoção de Vendas e Pós-vendas; Gestão de Pessoas; Extensão: Soluções Empresariais; Marketing Digital e Mídias Sociais; Marketing de Serviços; Planejamento de Mídias; Comunicação Integrada de Marketing; Gestão de Produtos e Marcas; Canais de Distribuição; Fundamentos de Marketing;

Vale destacar que na perspectiva do maior integração entre os eixos citados e as relações teórico-práticas, propõem-se ao longo do Curso o desenvolvimento articulado da extensão, seja de forma institucional abarcando diferentes áreas do conhecimento e cursos no trabalho interligado com a comunidade regional, seja nas extensões programadas ao longo dos módulos do Curso de Marketing - EAD envolvendo saberes interdisciplinares, seja no fomento do trabalho voluntário dos acadêmicos através das atividades complementares, entre outros, visando contribuir com a sua comunidade local. Desenvolvendo assim, o senso de voluntariado, a cidadania, o compromisso social e a sustentabilidade, entre outras importantes competências.

### 2.7.1 Matriz Curricular Marketing - EAD

A seguir é apresentada a matriz curricular do curso:

**Curso:** Marketing - EAD

**Graduação:** Tecnológica

**Habilitação:** Tecnólogo em Marketing

**Regime:** NSA

**Duração:** 2 anos

1.694 horas relógio - 60 minutos.

<b>1º PERÍODO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CH Prática</b>	<b>CH Teórica</b>	<b>CH Extensão</b>	<b>CH EaD</b>
Ambientação em Educação a Distância	20	20			20
Fundamentos da Administração	80	8	72		80
Promoção de Vendas e Pós-Vendas	80	8	72		80
Economia	80	8	72		80
Canais de Distribuição	80	8	72		80
Direito Empresarial	80	8	72		80
Atividades Complementares	16				
<b>2º PERÍODO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CH Prática</b>	<b>CH Teórica</b>	<b>CH Extensão</b>	<b>CH EaD</b>
Gestão de Pessoas	80	8	72		80
Cultura, Sociedade e Meio Ambiente	80	8	72		80
Fundamentos de Marketing	80	8	72		80
Empreendedorismo	80	8	72		80
Pesquisa de mercado	80	8	72		80
Atividades Complementares	16				
<b>3º PERÍODO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CH Prática</b>	<b>CH Teórica</b>	<b>CH Extensão</b>	<b>CH EaD</b>
Comportamento do Consumidor	80	8	72		80
Marketing Digital e Redes Sociais	80	8	72		80
Comunicação Integrada de Marketing	80	8	72		80
EXTENSÃO - Soluções Empresariais	80			80	80
Planejamento de Mídia	80	8	72		80
Atividades Complementares	16				
<b>4º PERÍODO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CH Prática</b>	<b>CH Teórica</b>	<b>CH Extensão</b>	<b>CH EaD</b>
Marketing de Serviços	80	8	72		80
Administração Estratégica	80	8	72		80

Atividade Prática Supervisionada	80	8	72		80
Desenvolvimento de marcas e produtos	80	8	72		80
EXTENSÃO -Campanhas de Marketing	90			90	90
Atividades Complementares	16				

**Carga horária total do curso – 1694 horas**

**Optativa: LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais - 80 horas**

## 2.7.2 Representação Gráfica - Perfil de Formação

<b>MODULO</b>	<b>DISCIPLINAS</b>	
<b>1</b>	Fundamentos de Administração	Marketing Digital e Redes Sociais
<b>2</b>	Economia	Gestão de Pessoas
<b>3</b>	Ambientação em Educação a Distância	Marketing de Serviços
<b>4</b>	Atividade Prática Supervisionada	EXTENSÃO: Campanhas de Marketing
<b>5</b>	Direito Empresarial	Planejamento de Mídia
<b>6</b>	Cultura, Sociedade e Meio Ambiente	Promoção de Vendas e Pós Vendas
Atividades Complementares		
<b>7</b>	Comunicação Integrada de Marketing	Pesquisa de Mercado
<b>8</b>	Canais de Distribuição	Comportamento do Consumidor
<b>9</b>	Administração Estratégica	Gestão de Produtos e Marcas
<b>10</b>	Empreendedorismo	EXTENSÃO: Soluções Empresariais
Atividades Complementares		

	<b>Eixo de Formação Básica</b>
	<b>Eixo de Formação Específica</b>
	<b>Eixo de Formação Humanística</b>

<b>NÚCLEO DE FORMAÇÃO BÁSICA</b>	<b>HORAS</b>	<b>NÚCLEO DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA</b>	<b>HORAS</b>	<b>NÚCLEO DE FORMAÇÃO HUMANÍSTICA</b>	<b>HORAS</b>
Fundamentos de Administração	80	Promoção de Vendas e Pós-Vendas	80	Cultura, Sociedade e Meio Ambiente	80
Economia	80	Comportamento do consumidor	80	Direito Empresarial	80
Ambientação em Educação a Distância	20	Administração Estratégica	80		
Atividade Prática Supervisionada	80	Comunicação Integrada de Marketing	80		
		Marketing Digital e Redes Sociais	80		
		Canais de Distribuição	80		
		Empreendedorismo	80		
		Marketing de Serviços	80		
		Direito Empresarial	80		
		Gestão de Produtos e Marcas	80		
		Extensão – Campanhas de Marketing	90		
		Pesquisa de Mercado	80		
		Planejamento de Mídia	80		
		Extensão – Soluções Empresariais	80		
		Técnicas de Negociação	80		
<b>Total (h)</b>	<b>260</b>	<b>Total (h)</b>	<b>1.210</b>	<b>Total (h)</b>	<b>160</b>
<b>% do Total das Disciplinas</b>	<b>15,95%</b>		<b>74,23%</b>		<b>9,82%</b>

Atividades Complementares: 64 horas

### 2.7.2.1 Integralização da carga horária total do curso de Marketing - EAD

#### RESUMO

Currículo	Horas	
	CH	%
<b>Atividades Teóricas</b>	1360	80,28
<b>Atividades Práticas</b>	100	5,90
<b>Atividades Complementares</b>	64	3,78
<b>Atividades de Extensão</b>	170	10,04
<b>Total</b>	1694	100

#### Disciplinas optativas

Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS - Carga horária: 80 horas

### 2.7.2.2 Prática Profissional Supervisionada

Com o objetivo de atender a RESOLUÇÃO CNE/CP Nº 1, DE 5 DE JANEIRO DE 2021 que define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, os cursos na modalidade a distância do Centro Universitário Univel, possuem um modelo pedagógico que buscam promover a indissociabilidade entre teoria e prática profissional no decorrer de todo o processo educativo, permitindo que o aluno tenha acesso a recursos que possibilitam a contextualização e interdisciplinaridade.

Todas as disciplinas são estruturadas em uma trilha de aprendizagem, composta por estes recursos que direcionam a construção do conhecimento por meio de leituras, videoaulas, pesquisas sempre articuladas com situações práticas.

A trilha é composta por 4 temas, sendo que no decorrer dos temas são disponibilizados recursos/atividades que remetem à prática. Estes recursos tem como objetivo fazer a relação do contexto profissional com os conhecimentos adquiridos no tema estudado, aprofundando os detalhes que caracterizarão a futura atuação do aluno como profissional, apresentando diferentes situações práticas, e possibilidades de aplicação do que é está sendo estudado.

Além destes materiais disponibilizados na trilha de aprendizagem do aluno, todas as disciplinas possuem uma atividade prática na sua estruturação. Esta proposta objetiva associar teoria e prática onde o aluno precisará

desenvolver uma atividade, simulando a aplicação desta, no contexto profissional. Nestas atividades são utilizadas situações de vivência profissional, aprendizagem e trabalho, como contextualização para que o aluno desenvolva atividades específicas em ambientes profissionais, ou então que ele desenvolva projetos, simulações ou observações que podem ser desenvolvidas de diferentes maneiras, inclusive em entidades parceiras da IES.

Assim, o modelo pedagógico da organização curricular dos cursos, contempla 10% da carga horária de cada disciplina numa abordagem prática, a qual busca relacionar aos fundamentos técnicos e científicos de forma interdisciplinar, tendo como premissa a pesquisa e a aprendizagem colaborativa, a fim de possibilitar ao aluno o desenvolvimento das habilidades necessárias para a atuação profissional.

### 2.7.3 Flexibilidade, Interdisciplinaridade e Acessibilidade Metodológica na estrutura curricular

A flexibilização, interdisciplinaridade e acessibilidade metodológica estão fundamentadas no PDI e PPC por mecanismos presentes no currículo do curso que se consolida por meio da oferta das disciplinas se torna um processo mais dinâmico, que oportuniza ao aluno um percurso que o desafie e o prepare para o desenvolvimento de uma visão crítica. Rompe-se a barreira da rigidez de oferta, valorizando-se e respeitando-se a articulação entre as disciplinas. Esse dinamismo estimula o trabalho com a diversidade, a interação entre os alunos e a interdisciplinaridade.

As disciplinas na modalidade a distância (na qual fica disponível no AVA uma ambientação e um tutorial para os acadêmicos visando que os mesmos obtenham familiarização com esta modalidade EAD, para que o aluno sinta-se preparado e amparado com mecanismos e ferramentas adequadas para sua inserção nestas disciplinas, a possibilidade de cursar gratuitamente cursos e nivelamento via Ambiente Virtual de Aprendizagem da UNIVEL, bem como disciplinas livres que forem de interesse do aluno e que estejam ocorrendo em outros cursos da IES (uma por semestre, conforme Regulamento anexo) e que

tenham alguma relação com o Marketing (assim, o aluno pode optar por fazer essas disciplinas e adquirir um conhecimento além do previsto na matriz curricular do curso de Marketing, sem onerar o valor do curso por isso, tais como “Gestão da Cadeia de Suprimentos” e “Comunicação Empresarial” do curso de Administração, “Análise de Viabilidade Econômica”, “Análise de Investimentos” e “Análise de Cenários Econômicos” do curso de Gestão Financeira, entre outras que o aluno desejar, além das atividades complementares à formação acadêmica evidenciam claramente a flexibilidade e interdisciplinaridade na formação do aluno.

Ademais, a possibilidade de diversas opções de projetos da IES, e até mesmo a variedade de linhas de pesquisa do curso de Marketing, constante do PDI/2021-2025 para inserção em projetos de pesquisa e extensão também demonstram tal intento, além dos enfoques integralizadores previstos na Matriz Curricular desde o início do curso.

Assim posto, tais componentes flexibilizam o currículo e o tornam também interdisciplinar, propiciando a organização de trajetórias individuais de formação. Essas atividades promovem ao discente o contato com conhecimentos, que transcendam os programas disciplinares, o que viabiliza vivências voltadas ao mundo da ciência e do trabalho, tendo em vista a busca da sua autonomia acadêmica, ao efetuar escolhas, que permitem a organização de trajetórias individuais, no decorrer da formação profissional.

Acompanhando os avanços da área na profissão, estão inseridas na estrutura curricular, além de diversos conteúdos explícitos nas ementas de cada unidade curricular, algumas disciplinas de formação geral e específicas, tais como: Extensão: Campanhas de Marketing (80h), Gestão de Produtos e Marcas (80h), Marketing Digital e Redes Sociais (80h).

O Centro Universitário preocupa-se com o direito às condições de igualdade no acesso, assegurado ao público-alvo da educação especial, na permanência e na terminalidade dos estudos na educação superior. Tais condições são promovidas institucionalmente a partir da eliminação do conjunto

de barreiras, a saber: arquitetônicas, pedagógicas, atitudinais, nas comunicações e digitais.

Tendo em vista o apresentado, resta-se claro que a proposta curricular do curso de Marketing - EAD do Centro Universitário UNIVEL compreende a prática interdisciplinar como elemento importante na formação acadêmica e profissional de seus estudantes, considerando suas contribuições no processo de compreensão e intervenção no que diz respeito saúde coletiva preventiva.

O conceito de interdisciplinaridade propõe uma nova etapa do desenvolvimento dos saberes, buscando estabelecer um diálogo, colaboração e integração entre as disciplinas, no objetivo de compreender os fenômenos de maneira que transcenda o conhecimento fragmentado.

Nesse contexto, considera-se a abordagem interdisciplinar na compreensão do objeto de estudo saúde e doença, a partir do entendimento de que o mesmo envolve relações sociais, emocionais, afetivas e biológicas.

Interdisciplinaridade também é uma questão de atitude. “É uma relação de reciprocidade, de mutualidade, que pressupõe uma atitude diferente a ser assumida diante do problema do conhecimento, ou seja, é a substituição de uma concepção fragmentária para unitária do ser humano”. Está também associada ao desenvolvimento de certos traços da personalidade, tais como: flexibilidade, confiança, paciência, intuição, capacidade de adaptação, sensibilidade em relação às demais pessoas, aceitação de riscos, aprender a agir na diversidade, aceitar novos papéis (VILELA; MENDES, 2003, p.527).

Dessa forma, a interdisciplinaridade pode ser observada na composição dos conteúdos curriculares, na proposta metodológica do curso utilizadas pelos docentes, que buscam estabelecer interfaces e conexões entre as disciplinas que ministram com as demais; bem como de diferentes áreas de atuação entre si, em atividades práticas que cobram dos alunos a solução de problemas, reais ou contextualizados, demandando a mobilização de conceitos provenientes de várias disciplinas e áreas do conhecimento.

Destaca-se ainda, a prática interdisciplinar proposta nos projetos de pesquisa e extensão envolvendo outros cursos da instituição que desenvolvam temáticas sociais. Compreende-se que essa proposta contribui na análise da realidade local.

#### 2.7.4 Estrutura e Conteúdos Curriculares Inovadores e Atualizados com as Práticas Emergentes do Marketing

Durante todo o processo de criação da estrutura da matriz curricular do Curso de Marketing - EAD do Centro Universitário Univel, a Coordenação do Curso e o corpo docente envolvido nesta criação estiveram preocupados com a organização curricular e criação de um Curso que atendesse as novas práticas emergentes e também apresentasse conteúdos inovadores, além dos conteúdos básicos e tradicionais necessários e igualmente importantes para a formação do tecnólogo em Marketing. Sendo assim, definiram-se as linhas de pesquisa para o Curso que fosse possível promover inovações em diversas áreas, sendo:

##### **Área de Concentração I: Organizações, Estratégias e Sustentabilidade**

- a) Linha de Pesquisa 1: Estratégia, Análise Organizacional e Governança;
- b) Linha de Pesquisa 2: Empreendedorismo, Inovação e Gestão do Conhecimento;
- c) Linha de Pesquisa 3: Marketing Estratégico, Comportamento do Consumidor e Relações Comerciais;
- d) Linha de Pesquisa 4: Gestão Estratégica de Pessoas;
- e) Linha de Pesquisa 5: Gestão do Agronegócio;
- f) Linha de Pesquisa 6: Cooperativismo;
- g) Linha de Pesquisa 7: Políticas Públicas;
- h) Linha de Pesquisa 8: Desenvolvimento Sustentável

##### **Área de Concentração II: Contabilidade e Finanças**

- a) Linha de Pesquisa 1: Contabilidade e Controladoria;
- b) Linha de Pesquisa 2: Gestão Financeira e Mercado de Capitais;

### **Área de Concentração III: Operações, Tecnologia e Logística**

- a) Linha de Pesquisa 1: Qualidade, Produtividade e Competitividade;
- b) Linha de Pesquisa 2: Logística Estratégica;
- c) Linha de Pesquisa 3: Tecnologia da Informação.

Entre as importantes linhas de pesquisas disponibilizadas se destacam na perspectiva inovadora, “Empreendedorismo, Inovação e Gestão do Conhecimento” e “Marketing Estratégico, Comportamento do Consumidor e Relações Comerciais;”. Ambas trazem elementos significativos e distintos que possibilitam o crescimento exponencial da produção e da investigação científica, focando em demandas atuais relacionadas aos novos desafios contemporâneos, propagando o aprendizado tecnológico e acadêmico em prol do desenvolvimento. Vale ressaltar, a interligação da pesquisa e inovação, com o programa de Pós-graduação Institucional, visando assim, o aprofundamento dos estudos e a educação continuada dos egressos.

Entre outros aspectos cabe destacar a disciplina de Marketing Digital e Redes Sociais, que integra o rol de inovação curricular atendendo às necessidades atuais, bem como contribui significativamente na formação do profissional de Marketing contemporâneo. Assim, serão desenvolvidos estudos e conhecimentos sobre o desenvolvimento do comércio eletrônico, o marketing de atração aplicado nas plataformas digitais, o controle estratégico das ações aplicadas em âmbito do marketing digital (KPI's de tráfego, usabilidade, taxas de conversão), definição de estratégias efetivas de marketing atuais ao contexto, fazendo uso das ferramentas mais atualizadas como *inboundmarketing*, SEO, *landingpages*, entre outras, adquirindo também capacidades técnicas para explorar o rico campo das redes sociais.

Também é possível perceber diversas disciplinas na matriz curricular que fomentam o raciocínio crítico do acadêmico de Marketing ao repensar práticas que têm sido emergentes no cenário mercadológico e regional, tais como: Técnicas de Negociação, Extensão de Campanhas de Marketing, Marketing de

Serviços, Comportamento do Consumidor, bem como a Extensão Institucional e as relações com a realidade e a comunidade regional.

Por exemplo, a disciplina “Gestão de Produtos e Marcas”, trabalha com as atualidades do mercado e as diferentes formas de otimizar os processos de venda dada a competição e as transformações do mercado consumidor, proporcionando visão holística sobre as atualidades do mercado e possibilitando o melhor desempenho comercial frente tais transformações por meio do domínio de ferramentas mercadológicas robustas e atualizadas, proporcionando construção estratégica da marca no mercado, alinhando portfólio de produtos com a finalidade de fortalecer a empresa frente a concorrentes e melhor atender as demandas do público-alvo.

Pode-se ainda notar forte relação entre a disciplina anterior com o que trata a disciplina “Comportamento do Consumidor”, a qual traz estudos modernos sobre a realidade dos consumidores atuais e também regionais, analisando as abordagens mais eficientes e construtivas ao mercado em que o profissional de marketing irá operacionalizar.

Renovados temas, como o os já citados, buscam abordar conteúdos inovadores, bem como instrumentalizar os acadêmicos com metodologias e aprendizados que possibilitam o aperfeiçoamento profissional em suas práticas futuras, interagindo com a realidade regional. Além disso, outros importantes conteúdos foram inseridos nas ementas das unidades curriculares buscando trazer maior atualização, exemplificados como conteúdos a serem trabalhados nas diversas disciplinas de formação geral e específica dos acadêmicos no decorrer do Curso, e, que demonstram elementos diferenciados com relação à economia contemporânea.

Assim, pode-se ainda exemplificar a ampliação de conteúdos inovadores nas disciplinas de Cultura, Sociedade e Meio Ambiente: 4ª Revolução e seus impactos na sociedade; A modernidade líquida; As profissões do futuro; As habilidades sociais, emocionais e a consciência crítica; Administração Estratégica: Análise e construção de Cenários; Método Delphi; Estratégia como prática; Canais de distribuição: Estudo do público-alvo e definição de canais de

distribuição dos produtos; meios de consolidação dos canais de distribuição; estratégias de impulsionamento de canais; Gestão de Pessoas: Gerenciamento de equipes em *homeoffice*; Desenvolvimento de equipes e produtividade em *homeoffice*; Integração de equipes multivariadas;

No que se refere as inovações acerca dos projetos de pesquisa e extensão do curso, é possível verificar a multidisciplinaridade nos diversos projetos, à exemplo do projeto de Extensão: Campanhas de Marketing, o qual integra teoria e prática sobre os processos mercadológicos absorvidos ao longo da formação do aluno, ligados tanto a formação geral das competências individuais, bem como quanto a formação específica e técnica do tecnólogo em Marketing.

Vale ressaltar que a Instituição também incluiu nas disciplinas constantes da matriz curricular, conteúdos que tratam das relações étnico raciais, bem como as questões temáticas que dizem respeito aos afrodescendentes. Nas políticas de educação ambiental haverá integração da educação ambiental de modo contínuo e permanente nos eixos temáticos e integrador, bem como, nas atividades complementares na disciplina de "Cultura, Sociedade e Meio Ambiente". Já o conteúdo curricular do tema transversal referente a Direitos Humanos, da mesma maneira, é tratado de modo contínuo e permanente nos eixos temáticos e integrador, bem como nas atividades complementares e também na disciplina de "Cultura, Sociedade e Meio Ambiente". Reforçando que a matriz curricular contempla a disciplina de Língua Brasileira de Sinais – Libras, de forma optativa, em função da natureza do Curso, bem como outros temas relevantes.

Ademais, sobre os conteúdos transversais acerca das Relações Étnico Raciais; Cultura, Sociedade e Meio Ambiente; Direitos Humanos, entre outros, há uma forma virtual denominada "Formação Continuada" disponível via Ambiente Virtual de Aprendizagem para todos os alunos da Instituição em que os interessados podem buscar uma formação complementar nessas temáticas, além de outros conteúdos inovadores e diferenciados que podem agregar na formação do acadêmico interessado.

São muitas as novas possibilidades, bem como as constantes inovações previstas para o CST de Marketing - EAD da Univel, a começar pelo próprio processo dinâmico de ensino e aprendizagem inerente ao mesmo, sempre atento às transformações e mudanças na área e nas práticas mercadológicas emergentes.

## 2.8 CONTEÚDOS CURRICULARES

O PPC do CST em Marketing - EAD do Centro Universitário Univel em conformidade com as diretrizes do PPI e o PDI, se caracteriza pelo compromisso de integrar o ensino com a pesquisa e promover a extensão, visando à formação de sujeitos autônomos, responsáveis e profissionalmente competentes para responder aos desafios da realidade atual.

A estruturação didático-pedagógica do Curso está fundamentada nos propósitos de desenvolvimento econômico, promoção de liderança, eficiência e eficácia nos negócios, dignidade humana, ética e respeito ao meio ambiente.

A formação do tecnólogo em Marketing do Centro Universitário está norteada em promover o aprimoramento de qualidades de profissionais íntegros e dotados de habilidades que os permitam conduzir eficientes planos de marketing de forma eficaz frente a um mercado complexo e mutável.

Os conteúdos curriculares do CST em Marketing - EAD do Centro Universitário Univel foram pensados e estruturados de maneira articulada com as orientações previstas nas Diretrizes Nacionais do Curso, com os objetivos propostos presente na proposta pedagógica, e com as competências e habilidades do profissional egresso que se busca formar.

Segundo as Diretrizes Nacionais do Curso, a graduação em Marketing - EAD tem como meta central a formação do tecnólogo em Marketing com sólida formação geral, comercial indispensável ao exercício da prática do Marketing em suas ações de entendimento e prática mercadológica eficazes.

No mesmo sentido, o CST em Marketing - EAD tem como meta a formação profissional que revele competências cognitivas, instrumentais e interpessoais, que capacitem o graduando a interpretar as necessidades do

mercado e identificar oportunidades estratégicas para o desenvolvimento das organizações que estão inseridos, articulando o conhecimento teórico com a resolução de problemas mercadológicos; captação e fidelização de clientes; definir planos e metas adequadas à realidade organizacional e aos objetivos de desenvolvimento; análise e planejamento de mídias; habilidades teóricas e práticas sobre o desenvolvimento de estratégias de comunicação e marketing alinhadas ao público-alvo da organização; identificação do público-alvo e das necessidades emergentes do mercado, proporcionando eficácia dos esforços organizacionais; estudo, identificação, definição e planejamento de canais de distribuição; alinhamento das intenções estratégicas da empresa com as atividades do setor comercial; gerenciamento de portfólio de produtos e construção estratégica da marca; competências para a estruturação; habilidade de manuseio e aplicação dos novos métodos de marketing, tal como marketing digital, *inboundmarketing*, e as demais ações derivativas; habilidade técnica de construção de campanhas de marketing integradas; domínio de técnicas de negociação; gerenciamento de competências e habilidades de equipes; adequação dos processos organizacionais às necessidades sociais e ambientais; práticas alinhadas aos direitos humanos; entre outras.

Dessa forma, buscando fomentar no acadêmico as habilidades e competências previstas, os conteúdos curriculares envolvem e integram os eixos estruturantes apresentados:

I. **Núcleo de Conteúdos Básicos:** *fornece embasamento teórico-prático necessário para que o profissional possa desenvolver o seu aprendizado.*

Abaixo seguem as disciplinas contempladas neste núcleo:

Disciplinas relacionadas à formação básica: Fundamentos de Administração e Economia;

II. **Núcleo de Conteúdos Humanísticos:** *fornece a identidade do profissional, integrando as subáreas de conhecimento que identifiquem as mínimas atribuições, deveres e formação comportamental para capacitação do profissional de tecnologia em Marketing.*

Disciplinas relacionadas à formação humanística: Cultura, Sociedade e Meio Ambiente; e Direito Empresarial;

III. **Núcleo de Conteúdos Específicos:** *responsável pelo desenvolvimento, aprimoramento e aprofundamento das competências e habilidades estabelecidas para marketing e, quando couber, pela inserção no currículo do atendimento às peculiaridades locais e regionais formando uma identidade própria.*

Disciplinas relacionadas à formação específica: Empreendedorismo; Marketing Digital e Redes Sociais; Planejamento de Mídias; Canais de Distribuição; Promoção de Vendas e Pós-Vendas; Comportamento do Consumidor; Administração Estratégica; Gestão de Produtos e Marcas; Pesquisa de Mercado; Marketing de Serviços; Comunicação Integrada de Marketing; Gestão de Pessoas; Técnicas de Negociação; Fundamentos de Marketing; Extensão Institucional; Extensão Campanhas de Marketing;

A organização curricular proposta ao atender as DCN<sup>3</sup> nos três núcleos de Formação com seus subnúcleos, conduzindo e orientando a construção do conhecimento e garantindo a formação de profissional com as habilidades e competências definidas no perfil do egresso de Marketing - EAD. A apresentação de trabalhos, individuais e coletivos, os seminários, as atividades de campo nos projetos experimentais, as visitas técnicas entre outras atividades colaboram para o debate, a análise, a reflexão, enfim, a construção do profissional crítico e reflexivo.

Através do desenvolvimento de todas as disciplinas e das ementas descritas para cada uma delas, é possível vislumbrar que tais conteúdos curriculares previstos no PPC possibilitam o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso, possibilitando uma formação generalista para atuações do profissional de marketing na comunidade, e uma formação ampla para atuação em áreas inovadoras e mais recentes relacionadas a área de Marketing, corroborando, ainda, com disciplinas e aspectos que permitem o

desenvolvimento pessoal do aluno e contemplam um profissional multifacetado e habilidoso também em suas competências pessoais.

Destaca-se que a seleção e distribuição dos conteúdos curriculares atendem ainda às temáticas definidas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira e Indígena (Resolução CNE/CP nº 01, de 17/06/2004). Contempla ainda, as Políticas de Educação Ambiental (as disposições da Lei n. 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto n. 4.281 de 25 de junho de 2002), e conteúdos associados à Educação e Direitos Humanos, Educação para a terceira idade e Educação em políticas de gênero.

Assim, a Instituição incluiu nas disciplinas constantes da matriz curricular, conteúdos que tratam das relações étnico raciais, bem como as questões temáticas que dizem respeito aos afrodescendentes. Nas políticas de educação ambiental haverá integração da educação ambiental de modo contínuo e permanente nos eixos temáticos e integrador, bem como, nas atividades da disciplina de "Cultura, Sociedade e Meio Ambiente". Assim como o conteúdo curricular do tema transversal referente a Direitos Humanos, que da mesma maneira, é tratado de modo contínuo e permanente nos eixos temáticos e integrador, bem como nas atividades complementares e também nesta mesma disciplina. Reforçando que a matriz curricular contempla a disciplina de Língua Brasileira de Sinais – Libras, de forma optativa, em função da natureza do Curso, bem como outros temas relevantes.

Ademais, sobre os conteúdos transversais acerca das Relações Étnico Raciais, esta também está prevista na disciplina de "Cultura, Sociedade e Meio Ambiente".

Além das respectivas disciplinas acima que contemplam claramente tais conteúdos, conforme já citado anteriormente, há alguns cursos de curta duração em modalidade virtual denominada "Formação Continuada" disponível via Ambiente Virtual de Aprendizagem para todos os alunos da Instituição em que os interessados podem buscar uma formação complementar nessas temáticas, além de outros conteúdos inovadores e diferenciados que podem agregar na

formação do acadêmico interessado. Os cursos de formação continuada são gratuitos, ampliando assim os conhecimentos acerca de temas transversais. Esses cursos ofertados são disponíveis no AVA, tais como: “Educação Ambiental”, “Educação das Relações étnico-raciais” e “Educação em Direitos humanos”. Os quais, também poderão ser convalidados como atividades complementares.

As competências e habilidades a serem desenvolvidas no decorrer do curso estão relacionadas a cada uma das disciplinas da estrutura curricular, clarificando dessa forma aos docentes o foco que devem desenvolver nas capacidades a serem incentivadas nos alunos.

Ressalta-se que a seleção do referencial teórico e bibliografia das disciplinas do curso foram pensadas a partir da necessidade de integrar autores clássicos e contemporâneos, buscando revitalizar os saberes científicos e potencializar uma prática inovadora, contando com bibliografias virtuais nas disciplinas, o que facilita o acesso dos estudantes, que de diferentes espaços, podem estudar e desenvolver atividades acadêmicas.

O detalhamento sobre o ementário e as bibliografias tem por objetivo apresentar as informações das disciplinas constantes do CST de Marketing na modalidade à distância oferecido pelo Centro Universitário. Vale ressaltar que o ementário não deve ser considerado um produto acabado, mas sim, instrumentos de revisão constante em relação às transformações pelas quais a sociedade e o mercado/mundo passam, que estão sob a responsabilidade do professor de cada disciplina e sob a supervisão do coordenador do Curso e do NDE.

Assim, a educação do Curso de Marketing - EAD deve manter equilíbrio entre os aspectos teóricos e práticos da formação e assegurar a aquisição de habilidades e conhecimentos. As diretrizes curriculares, aprovadas pelo Conselho Nacional de Educação, são referências na definição dos conteúdos curriculares e foram perfeitamente contempladas na presente proposta pedagógica.

É possível observar dentro da matriz curricular, no item 2.7.3 deste PPC, que este contempla também conteúdos curriculares que proporcionem ao aluno ter contato com conhecimento recente e inovador na área de marketing, diferenciando-o desta forma no mercado de trabalho.

## 2.9 METODOLOGIA

O desenvolvimento de uma metodologia para um curso na modalidade a distância tem como objetivo repensar o papel do professor-tutor e do aluno no processo de ensino e aprendizagem e deve motivar reflexões sobre as experiências individuais de cada participante, juntamente com a abordagem pedagógica utilizada.

Sendo assim, as metodologias de ensino e aprendizagem adotadas pelos cursos do Centro Universitário UNIVEL fundamentam-se nos princípios da aprendizagem colaborativa. O aluno, neste contexto, passa a condição de sujeito ativo no processo para adquirir conhecimento e construir as suas competências e habilidades.

A metodologia adotada para os cursos na modalidade da EAD parte do objetivo de conduzir os alunos ao autodesenvolvimento, à aprendizagem colaborativa, à interação entre professor-tutor e alunos corroborando para a formação de sujeitos críticos, autônomos e cidadãos.

A partir de tais reflexões entendemos que uma metodologia devidamente planejada valoriza os processos de ensino e de aprendizagem que se constituem pela convergência de meios para uma composição eficaz para oferta de conteúdo promovendo uma integração em rede através da interação entre alunos, professor e tutor.

A aprendizagem colaborativa acontece por meio da comunicação entre professores, tutores e alunos, que ocorre principalmente por meio do Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA da UNIVEL. Neste ambiente a comunicação é realizada por Revisões interativas, Diálogos Interdisciplinares, Mensagens individuais, Mural de Avisos que estão disponíveis no AVA. Além do AVA são realizados contatos via e-mail, telefone e também por meio das redes sociais.

Esta metodologia tem como ponto focal a construção de conhecimentos por meio de um conjunto de interfaces dentro de um ambiente virtual de aprendizagem – AVA que permite integrar conteúdos e desenvolver habilidades nos participantes durante o processo de ensino e de aprendizagem.

Para uma melhor disposição didática, os cursos são ofertados por módulo, sendo que cada módulo é composto por duas disciplinas que se inter-relacionam, de forma a garantir a qualidade do processo de ensino e aprendizagem. As disciplinas gerais são organizadas em 4 temas, sendo que cada tema ocorre num prazo de uma semana, finalizados os 4 temas o aluno faz a prova presencial.

Os recursos de aprendizagem utilizados na proposta metodológica das disciplinas gerais consistem em:

- **Vídeoaula:** Ministrada pelo professor titular da disciplina. Essas aulas são gravadas referindo-se aos fundamentos teóricos e conceitos inerentes à disciplina. Elas ficam disponíveis para download e podem ser acessadas sempre que necessário.
- **Livro didático online:** Cada disciplina tem disponível conteúdos de leitura por meio de livros didáticos. Os livros estão disponíveis na forma digital, em formato PDF, no Ambiente Virtual de Aprendizagem, mais precisamente na sala virtual da disciplina.
- **Sintetização:** um vídeo com a síntese com os principais conteúdos abordados no tema, com foco na aplicabilidade destes conteúdos.
- **Avaliação Online:** Questionário para verificação da aprendizagem. Ocorrem durante o módulo e o andamento das disciplinas. Essas avaliações são realizadas de forma online, no AVA e possuem prazos a serem cumpridos. Os referidos prazos serão disponibilizados no calendário da disciplina, bem como no mural de avisos da mesma.
- **Revisão de Conteúdos:** A revisão de conteúdos é ministrada pelo professor formador da disciplina. Nela o professor fará uma abordagem pontual daquilo que se constitui em conceitos principais

e essenciais para a apreensão dos conteúdos da disciplina de forma efetiva. Essa revisão será gravada e a possibilidade de interação via chat e mediação do tutor da turma ocorrerá na semana da Prova Presencial em uma Conversa com o Professor.

- Prova Presencial: Esta prova é obrigatória, presencial, individual e sem consulta. Nesta prova serão considerados todos os conteúdos das videoaulas e do material impresso, bem como outros materiais disponibilizados no ambiente da disciplina.
- Prova de 2ª Chamada: Acontece na semana posterior à Prova Presencial. Este serviço tem custo e deverá ser solicitado no Ambiente Virtual de Aprendizagem, via protocolo online. A prova de 2ª Chamada segue os mesmos moldes da Prova Presencial.
- Prova Substitutiva: Caso não seja atingida a média de 70 pontos, exigida para aprovação, o aluno que obtiver média final na disciplina entre 40 e 69 pontos, poderá submeter-se a realização de uma prova que substituirá a nota da prova e atividades, com valor de 100 pontos. Nela o aluno deve atingir a nota mínima de 60. As provas substitutivas valem 100 pontos e são realizadas, das 21:00 h às 22:45 h. Acontece no 2º Encontro Presencial após a Prova Presencial. Este serviço não tem custo. A prova substitutiva é composta por dez questões, nos mesmos moldes da Prova Presencial Online.

Por meio destes recursos, a metodologia utilizada no Curso de Administração na modalidade a distância do Centro Universitário UNIVEL, busca dialogar com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e contribuir no cumprimento dos objetivos propostos relacionados a formação de um profissional de finanças, com capacidade técnica, científica, comportamento ético, consciência política e comprometimento social.

As Metodologias Ativas de ensino e aprendizagem também fazem parte da proposta metodológica do Curso de Administração na modalidade em EaD, pois estas consideram o estudante como sujeito ativo no processo de

aprendizagem, e capaz de participar do processo de construção de conhecimento e construir as suas competências e habilidades, contribuindo assim de forma significativa na formação desse profissional nesse novo contexto social.

A avaliação de todo o processo de ensino e aprendizagem acontece de forma contínua e formativa, com a atribuição não apenas da nota, mas de um feedback personalizado em cada atividade realizada pelo aluno no decorrer de toda a disciplina.

Semanalmente os alunos são acompanhados e são disponibilizadas atividades que objetivam a construção do conhecimento do aluno de forma ativa.

Esta avaliação é realizada em vários momentos, tanto no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA quanto nos momentos presenciais, pois essa avaliação incorporará novos procedimentos, que valorizem as competências dos acadêmicos, uma vez que o uso de Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação aliada a objetivos pedagógicos bem definidos, possibilitam o desenvolvimento de outras habilidades, além das já previstas pelas matrizes curriculares nos cursos de origem.

A metodologia utilizada no curso de Marketing do Centro Universitário, busca dialogar com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e contribuir no cumprimento dos objetivos propostos relacionados a formação de um profissional com capacidade técnica, científica, econômica, social, ambiental e ética.

As transformações sociais contemporâneas têm motivado a realização de uma análise crítica acerca de um novo “olhar” sobre as metodologias de ensino e aprendizagem na área da saúde.

Em consonância com a Resolução nº 1, de 5 de janeiro de 2021, o graduando em Marketing - EAD terá formação pautada no processo de aprender a aprender nas dimensões: aprender a ser, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a conhecer, tendo em vista articular o ensinar e o aprender a conhecer, classificar, analisar, discorrer, opinar, fazer analogias, registrar, fazer diagnósticos, fazer generalizações, dentre outros objetivos de ensino, propiciar

a conquista de autonomia, discernimento e proatividade para assegurar o desenvolvimento econômico, financeiro e mercadológico das organizações.

Nesse contexto, o Centro Universitário UNIVEL tem se preocupado em incorporar gradativamente em sua prática educativa, métodos ativos de aprendizagem Video-Based Learning (Aprendizagem Baseada em Vídeos), o Problem - Based Learning (Aprendizagem baseada em problema), o Project – Based Learning (Aprendizagem baseada em projeto), e o Case Study (Estudo de Caso).

Os professores têm recebido capacitações constantes e encontrado estratégias adequadas para utilizar dessas novas metodologias em sala de aula, inclusive, com salas preparadas especificadamente para trabalhos nesse sentido.

As metodologias ativas consideram a problematização como método de aprendizagem, motivando o estudante a pensar em formas de agir e soluções para situações vivenciadas em sua realidade profissional.

Dessa forma, compreende-se a importância de se desenvolver em conjunto com o estudante também uma postura de pesquisador, que tenha autonomia de aprendizagem e busque a solução de problemas (MILTRE, et al., 2008).

Sendo assim, as metodologias de ensino adotadas pelo curso de Marketing consideram o estudante como sujeito ativo no processo de aprendizagem, e capaz de participar do processo de construção de conhecimento e construir as suas competências e habilidades.

No decorrer do curso serão realizadas reuniões de Colegiado e NDE – Núcleo Docente Estruturante, visando diagnosticar elementos que podem influenciar de maneira positiva o processo de ensino – aprendizagem dos estudantes, e também suas limitações. A partir da ação do Colegiado e NDE, busca-se pensar em estratégias de ensino articuladas, interdisciplinares, que possam integrar os estudantes com a realidade da profissão, potencializando sua autonomia, capacidade crítica, comportamento ético e compromisso profissional.

Outra das ações que já fazem parte do Centro Universitário UNIVEL enquanto projeto institucional há mais de cinco anos para proporcionar aprendizagem diferenciada dentro da área de metodologias próprias oferecida do aluno enquanto ações inovadoras é a realização da Avaliação Integradora duas vezes por semestre direcionado especificamente ao curso do aluno, contemplando questões de conhecimento geral e específico a serem avaliadas no andamento do curso para avaliar e suprir eventuais lacunas de aprendizagem e metodológicas que estejam impactando ao aluno.

A Avaliação Integradora é uma ferramenta de aprendizagem diferenciada, dentro da área de metodologias próprias, oferecidas ao aluno pela instituição. Ao longo do curso, a avaliação é realizada contemplando questões de conhecimento geral e específico a serem avaliadas de forma cumulativa de conteúdo, para avaliar e suprir eventuais lacunas de aprendizagem e metodológicas que estejam impactando ao aluno é um instrumento institucional de avaliação sistêmica e formal dos acadêmicos de Graduação do Centro Universitário Univel.

Ressalta-se ainda que a partir de uma ação conjunta entre colegiado, NDE, e coordenação do curso, busca-se a garantia de trabalho do plano de ensino, sendo este elaborado de maneira articulada com os objetivos da disciplina, o perfil do profissional egresso, considerando suas competências e habilidades. O plano de ensino tem destaque fundamental no planejamento da disciplina, pois a partir da elaboração deste, o docente se posiciona de maneira reflexiva, analítica e crítica frente aos conteúdos, metodologias, instrumentos e critérios avaliativos, visando uma formação articulada entre realidade acadêmica e prática profissional.

Nesse sentido, ao longo do curso, os acadêmicos desenvolverão atividades práticas, estudos de caso com supervisão docente, buscando relacionar os conteúdos específicos das disciplinas com a análise da totalidade dos procedimentos. Destaca-se que as atividades práticas terão como fundamentação teórica literatura clássica e contemporânea do Marketing, e serão realizadas em paralelo a análises críticas feitas em sala de aula. Serão

fundamentadas também em estudos de casos, seminários, trabalhos de pesquisa, trabalhos de equipe, trabalhos individuais, visitas técnicas, entre outros.

### **2.9.1 Oportunidades metodológicas diferenciadas de integralização curricular**

Buscando inovação e flexibilização dos currículos, que busca eliminar a rigidez estrutural das matrizes curriculares, mediante a redução parcial de pré-requisitos, oferta de disciplinas à distância, entre outras ações, permite oportunidades diferenciadas de integralização dos cursos, possibilitando aos alunos a construção de uma trajetória acadêmica autônoma.

A proposta pedagógica da IES busca atingir a qualidade e excelência de ensino na formação dos alunos. A operacionalização dessa proposta realiza-se na construção de uma estrutura curricular interdisciplinar que articule teoria-prática. O trabalho interdisciplinar define-se como atividade pedagógica que contempla todos os cursos da IES. Leva primordialmente a articulação entre os conhecimentos construídos em sala de aula e a vivência fora dela, realiza-se através de estudos de aprofundamento, trabalhos de pesquisa, projetos, cursos de extensão, entre outros.

Como apoio pedagógico a IES oferece estímulo para iniciação na pesquisa, integração com a comunidade regional através das atividades de extensão, maior participação através da representação nos órgãos colegiados, oportunidade de crescimento como pessoas pela convivência universitária, possibilidade de integração ao programa de Monitoria e de Investigação Científica e oportunidade de ingresso imediato nos cursos de pós-graduação, após conclusão da graduação.

Quanto às metodologias de ensino, a IES incentiva a diversificação metodológica com vistas à aquisição de vários saberes por meio de um processo de ensino e aprendizagem dinâmico, no incentivo à pesquisa, nas atividades teórico-práticas, nos processos de avaliação e na orientação dos estágios. No

conjunto essas políticas de ensino levam a conhecimentos e habilidades que caracterizam a formação profissional do aluno.

O processo de ensino aprendizagem é um processo de mão dupla que envolve professor e aluno, a relação estabelecida entre eles, a contextualização dos conceitos a serem construídos, as metodologias e estratégias didático-pedagógicas utilizadas. A avaliação de todo esse processo acontece na relação ensinar e aprender que se constrói e reconstrói continuamente.

Com o objetivo de aprimorar as relações de ensino e aprendizagem e melhor contextualizá-las com as necessidades tecnológicas e profissionais presentes na atualidade, o Centro Universitário UNIVEL, apresenta diferentes formatos de oferta de disciplinas em suas matrizes curriculares: EAD (Educação à distância), presencial e online, sendo que algumas disciplinas contemplam mais de um formato em sua composição.

Entende-se por disciplinas no formato EAD aquelas que utilizam o AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem e ferramentas assíncronas, ou seja, não exigem conexão simultânea de estudantes e professores. Por serem desconectadas do momento real de estudos do aluno permite que ele estude de acordo com o seu tempo, horário e local. Essas disciplinas são acompanhadas pela equipe de tutores e possuem formato de avaliação específico. As disciplinas presenciais ocorrem em horário de aula pré-estabelecido com a presença física dos estudantes em sala de aula.

As disciplinas no formato “online” têm a carga horária e os conteúdos ministrados pelo professor formador e as atividades e avaliações são acompanhadas por este, bem como todo o processo de ensino e aprendizagem. Nesse formato são utilizadas ferramentas síncronas que exigem a participação do aluno e do professor no mesmo instante e no mesmo ambiente (virtual).

As disciplinas que contemplam mais de um formato em sua composição, em sua maioria são parte da sua carga horária no formato “online” e outra parte no formato “presencial”. Nas aulas online são priorizados elementos como: explicação e análise de conceitos e teorias, suporte para a realização de atividades e compreensão do conteúdo. Nos momentos presenciais são

priorizadas atividades práticas, trabalhos em equipe, aprendizagem por desafios e outras atividades colaborativas.

Visando atender a flexibilidade metodológica, salienta-se que outras disciplinas podem ser formatadas utilizando diferenciados formatos em sua composição, a depender da necessidade de adaptação e melhores resultados das relações de ensino aprendizagem.

Nesse contexto, as matrizes dos cursos superiores de graduação do Centro Universitário UNIVEL visam uma formação acadêmica, humana e profissional de qualidade, capaz de contribuir tanto para o desenvolvimento de nossos acadêmicos, quanto no atendimento de demandas presentes em nossa comunidade. Desta forma, a organização das matrizes com disciplinas nos formatos EAD, presencial, online e demais modalidades, dialogam com as especificidades curriculares de cada área e curso de graduação e sua realidade profissional.

As matrizes curriculares atendem a legislação vigente no que diz respeito à organização dos cursos de graduação conforme suas Diretrizes Nacionais Curriculares e à portaria do MEC nº. 2.117 de 6 de dezembro de 2019, que prevê a possibilidade de oferta de até 40% da carga horária total do curso na modalidade à distância para cursos de graduação presenciais.

Segundo Moran (2017), a educação “flexível”, “online”, deve incorporar todas as possibilidades que as tecnologias digitais proporcionam como: projetos em grupo, desenvolvimento pedagógico individualizado, em conjunto com uma comunicação flexível e compartilhada. Esse processo proporciona ambientes acolhedores e colaborativos, integralização dos currículos, práticas interdisciplinares, e a possibilidade de maior integração com a realidade profissional por meio das atividades de extensão, práticas e atividades supervisionadas.

A presença de disciplinas com formato flexível nos cursos presenciais de graduação, apresentam uma metodologia híbrida, que podem “dinamizar o processo de ensino e aprendizagem, tornando-o mais eficiente em relação ao

conteúdo e as habilidades que serão desenvolvidas”. (GARCIA; SILVA; AMARAL; 2016, p.9).

No Centro Universitário UNIVEL, a composição das disciplinas e conteúdos curriculares de forma dinâmica, integrada, flexível e compatível com as demandas profissionais e tecnológicas atuais, possibilita que o estudante desenvolva suas competências e habilidades a partir da combinação de diferentes metodologias e práticas pedagógicas, estimule sua criatividade, proatividade, postura crítica, capacidade investigativa, e compromisso e engajamento com função social de sua profissão.

O currículo de cada curso deve estar em sintonia com as Diretrizes Curriculares para o ensino superior associado à diversificação metodológica e ao processo de avaliação que levam em conta as dimensões cognitivas e sociais, valorizando habilidades de criatividade e de trabalho coletivo, entre outras. Na elaboração de cada matriz curricular a IES busca, por um lado, a sua função de inserção regional, que é um dos principais focos estratégicos institucionais e por outro, a permanente atualização das demandas do mercado, buscando o oferecimento de propostas curriculares que atendam às exigências do mundo do trabalho. Contempla ainda orientações para atividades de estágio, monografias, trabalhos de conclusão de curso e outras atividades complementares fora do ambiente acadêmico, bem como a extensão e serviços comunitários.

Sob essa perspectiva, buscamos ainda condições de integrar os conteúdos formativos, levando em conta novas possibilidades para o desenvolvimento pessoal através de conhecimentos que englobam cultura básica geral, cultura acadêmica e cultura profissional. Com isso, objetivamos o desenvolvimento da capacidade crítica, da autonomia, da capacidade de tomar decisões e de assumir compromissos consolidando assim independência intelectual. Essa independência se constitui a marca da maturidade, valor fundamental na formação universitária.

Como oportunidade diferenciada de integralização e enriquecimento do currículo dos cursos da IES, destaca-se, conforme explicitado, a possibilidade dos alunos realizarem disciplinas optativas, como Libras por exemplo, atividades

complementares, visitas técnicas, monitorias, ações de extensão, disciplinas livres, iniciação científica, modalidades de ensino semipresencial (*Blended Learning*) e estágios extracurriculares.

As disciplinas optativas, quando existem em alguns cursos, buscam complementar e enriquecer a formação do aluno da IES e contam como horas de Atividades Complementares. Por meio delas, o estudante tem a oportunidade de aumentar o espaço de flexibilidade e autonomia dentro da matriz curricular de seu curso para diversificar o seu aprendizado pessoal e profissional. Pode, assim, desenvolver competências novas e atuais que não fazem parte do núcleo específico de formação oferecido pelos cursos.

As atividades complementares são incrementadas durante todo o Curso de Graduação criando mecanismos de aproveitamento de conhecimentos, adquiridos pelo estudante, em atividades extraclasse e que compõem o currículo de todos os cursos oferecidos pela IES, com carga horária estabelecida no Projeto Pedagógico de cada curso.

São consideradas atividades que podem ser validadas como Atividades Complementares: iniciação científica, monitoria, extensão, estágio extracurricular, eventos científicos ou culturais, disciplinas pertencentes a outros cursos superiores (optativas) e estudos desenvolvidos em espaços diversificados previstos no PPC de cada curso, conforme regulamento e detalhamento de cada um dos cursos.

As visitas técnicas são atividades realizadas *in loco* em unidades produtivas da região. Permite aos alunos conhecerem os ambientes de trabalhos, as tecnologias e equipamentos utilizados, processos, normas operacionais, dentro dos diversos segmentos e culturas organizacionais variadas, com vistas a fortalecer e ampliar a aprendizagem acadêmica.

A monitoria é uma colaboração regular, prevista em regulamento, prestada por alunos legalmente matriculados, aos professores no desempenho de atividades de ensino, pesquisa e extensão, seguindo rigorosamente a orientação dos mesmos.

A IES entende que as ações de extensão compreendem iniciativas de educação continuada, prestação de serviços, ação social e comunitária e fortalecimento da profissionalização, proporcionando o desenvolvimento integral da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

A iniciação científica é um instrumento que permite colocar o aluno em contato com a atividade científica e engajá-lo desde cedo na pesquisa e atuar como diferencial na formação acadêmica.

As disciplinas Livres, conforme já esclarecidas anteriormente, caracterizam-se por serem disciplinas de outros cursos que o aluno pode optar por fazer em contraturno de forma gratuita e adquirir um conhecimento além do previsto na matriz curricular do seu curso base que seja do seu interesse.

Dessa forma, a IES inova e diferencia seu ensino para que seja o mais didático possível aos envolvidos no processo de aprendizagem.

### **2.9.2 Desenvolvimento de materiais didático-pedagógicos**

Com objetivo de aprimorar o desenvolvimento de material didático-pedagógico, a IES criou o Núcleo de Apoio Pedagógico e Capacitação Docente liderado pela Coordenação Pedagógica Geral, Coordenação de Pós-Graduação e Diretoria de Desenvolvimento, atuando conjuntamente por meio de atividades de educação permanente e educação continuada. Tem ainda o objetivo da elaboração de instrumentos pedagógicos e reflexão por parte dos docentes das suas práticas e concepções, visando a fundamentação do seu trabalho e a criação e implementação de novas práticas pedagógicas que assegurem o desempenho adequado do processo ensino-aprendizado.

O processo didático pedagógico desenvolvido pelos professores é fundamental para a formação integral do aluno, propiciando técnicas de aprendizagem, seminários, projetos de pesquisas, visitas locais de atividades profissionais nas áreas dos cursos com roteiro de observação e relatório, acompanhamento de estágios, estudo do meio, estudo de caso entre outros.

Vale a pena acrescentar que os empregos dessas técnicas são planejados pelo professor de acordo com o objetivo de seu plano de ensino que pretende abordar em sala de aula, sem perder a visão global da educação.

São desenvolvidos materiais de apoio pedagógico como, por exemplo: manual de trabalho de Conclusão de Curso, apostilas, aulas em Power Point, textos de apoio, os quais ficam disponibilizados *online* no portal de alunos, sempre em consonância com o coordenador de cada curso com suas especificidades.

### **2.9.3 Incorporação dos avanços tecnológicos na metodologia de ensino para graduação**

A incorporação dos avanços tecnológicos na oferta educacional traduz em prática uma oportunidade de vivência das principais evoluções da sociedade relacionadas à tecnologia da informação e a evolução do mundo digital.

A IES desafia-se constantemente a incorporar e democratizar para sua comunidade acadêmica as inovações e oportunidades que se apresentam na sociedade contemporânea. Essas mudanças são presenciadas no dia a dia do processo de ensino-aprendizagem, especialmente no uso de novas tecnologias de informação e de comunicação, que são incorporadas no cotidiano acadêmico. Para tanto, a IES conta com a utilização de recursos tecnológicos em todas suas salas de aula, bibliotecas, laboratórios, salas e ambientes de trabalho docente.

A internet abrange a IES como um todo, através do acesso à rede *Wi-Fi* em todos os pontos de oferta de cursos, existindo inclusive uma rede para acesso exclusivo dos estudantes (rede acadêmica).

Apoiando a práxis pedagógica da IES e um novo modelo conceitual de aprendizagem a partir das Metodologias Ativas de Aprendizagem, faz-se uso ainda das bibliotecas digitais que visam fortalecer um regime híbrido de ensino e aprendizagem (*Blended Learning*) que permite ao aluno, uma extensão de suas atividades presenciais em ambientes virtuais, como uma fonte de

conhecimento, vivências e aprofundamento das temáticas em trabalho e dos conteúdos de sala de aula.

As metodologias priorizadas são desenhadas a partir de conceitos que estão revolucionando o ensino superior no Brasil e no mundo, tais como *Blended Learning* (aprendizagem híbrida), *Flipped Classroom* (sala de aula invertida) e, sobretudo, na mudança do modelo de ensino *Just in case* para o modelo *Just in time*, comprovadamente mais eficaz que os modelos tradicionais.

Vale ainda ressaltar que na IES, por meio do PQD 2016 (Programa de Qualificação Docente) o início da oferta de uma especialização em Metodologias Ativas de Aprendizagem e Tecnologias Educacionais, aberta a todos os docentes, e oferecida periodicamente, visando à formação de Docentes de Ensino Superior, considerando o desenvolvimento e a incorporação dos recursos tecnológicos como ferramenta importante para o uso das metodologias ativas de aprendizagem.

Destaca-se ainda o início das atividades em Educação à Distância, coordenado pelo NEAD (Núcleo de Educação a Distância) que oferece cursos de graduação e de tecnologia em operação, permitindo ao aluno a oportunidade de "navegar" em modalidades diferentes, do mesmo curso.

## 2.10 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

No Curso de Marketing - EAD do Centro Universitário Univel, as Atividades Complementares são componentes curriculares obrigatórios, que se efetivam por meio de experiências ou vivências intra ou extracurriculares do discente, durante o período em que frequenta o Curso. Elas têm como objetivos básicos: flexibilizar o currículo pleno do curso; propiciar aos alunos a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar, visando uma formação acadêmica mais completa; fomentar a iniciação à pesquisa, ensino e extensão; integrar o aluno as atividades da instituição; contribuir para uma formação ética e humanística do aluno; incentivar a reflexão crítica do aluno e a

descoberta de novas aptidões; desenvolver senso de responsabilidade social e autonomia na busca do saber.

O Regulamento de Atividades Complementares do Curso organiza as formas de aproveitamento a serem cumpridas por meio de atividades, que podem englobar atividades de ensino, de extensão e de iniciação científica. De modo geral, as Atividades Complementares podem ser cumpridas por meio de:

- Atividades de ENSINO - cumpridas mediante aproveitamento de disciplinas afins com o Curso de Marketing cursadas em outro(s) curso(s) da instituição, mas não previstas na matriz curricular do discente; cursos e/ou disciplinas afins realizados em outras instituições;

- Atividades de EXTENSÃO - tais como projetos de extensão; relacionados ao curso de Marketing, ofertados pela Univel; eventos acadêmicos e envolvimento na organização de seminários e semanas acadêmicas; projetos comunitários e sociais relacionados às áreas de formação profissional do curso de graduação;

- Atividades em seminários, fóruns, palestras, cursos, jornadas, congressos, conferências, encontros, cursos de atualização e similares; programas de extensão, relativos à área do curso, na modalidade presencial ou EaD;

- Atividades de MONITORIA em disciplina específica do Curso;

- Atividades de VOLUNTARIADO - Participação do acadêmico em atividades de prestação de serviços junto à sociedade, não necessariamente relacionadas à formação profissional, podendo ser ou não vinculadas a outros projetos do Centro universitário;

- Atividades de PESQUISA e INICIAÇÃO CIENTÍFICA – por meio de participação em programas de iniciação científica; trabalhos publicados na íntegra em periódicos da área, resumos publicados em anais de eventos científicos; apresentação de trabalhos em eventos científicos;

- Atividades CULTURAIS E ARTÍSTICAS, de forma a incentivar participação em eventos culturais/artísticas relacionados à formação do indivíduo enquanto sujeito e do profissional de Marketing.

- Disciplinas não previstas no currículo pleno com relação a formação geral e/ou específica da área.

No curso de Marketing - EAD do Centro Universitário UNIVEL, serão contabilizadas 64 horas de atividades complementares ao longo da formação.

### **2.10.1 Quanto à Avaliação e Inovação das Atividades Complementares**

A avaliação das Atividades Complementares se dá em conformidade com as regras estabelecidas no Regulamento das Atividades Complementares, documento que integra o Projeto Pedagógico do Curso. De uma forma geral, o conjunto das Atividades Complementares será desenvolvido respeitando os limites de carga horária estabelecida para cada uma das diversas modalidades previstas no Regulamento das atividades complementares.

A metodologia de gestão das atividades complementares está organizada para que em todos os semestres sejam promovidos eventos internos para auxiliar o aluno a terem possibilidades de cumprir as horas necessárias previstas. Também serão oportunizadas semestralmente, podendo ser gratuito para o aluno, Disciplinas Livres que podem ser cursadas em outros cursos, para convalidar em atividades complementares que tenham expressiva relação com o Marketing. Exemplos de disciplinas livres de cursos que o aluno de Marketing pode cursar são: “Gestão da Cadeia de Suprimentos”, do curso de Administração, "Contabilidade Geral e Controladoria" do curso de Ciências Contábeis, “Marketing Digital” e “Promoção de Vendas e Merchandising” do curso de Publicidade e Propaganda, “Cenários Econômicos” e “Análise de Investimentos” do curso de Gestão Financeira, “Gestão Pública”, do curso de Processos Gerenciais, entre outras que o aluno desejar e sejam relacionadas a formação de Marketing, caracterizando, assim, uma inovação para a realização das atividades complementares haja vista a possibilidade ampla e gratuita de uma gama de atividades de preferência do aluno dentro da própria IES.

Assim, o aluno pode optar por fazer essas disciplinas e adquirir conhecimentos além do previsto na matriz curricular do Curso de Marketing, sem

onerar o valor do Curso por isso. Caso opte, também poderá cursar em modalidade EaD cursos livres gratuitos que a IES oferta reiteradamente relacionado aos interesses do aluno e compatibilidade com o Marketing, tanto internamente quanto externamente à IES. Vale destacar, que as Disciplinas Livres são operacionalizadas por um regulamento específico.

Acerca da gestão e aproveitamento das atividades realizadas, os alunos poderão protocolar as atividades já realizadas via sistema acadêmico, onde a Coordenação do Curso registrará, visando facilitar a conferência do aluno e o gradativo acompanhamento das mesmas de maneira sistemática para que não as acumule no final do curso.

É válido salientar que todas as atividades complementares do aluno deverão ser realizadas no decorrer do seu curso de graduação, não sendo válidas para convalidação atividades que realizaram fora deste período.

## ANEXO 6.1 – REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

### 2.11 APOIO AO DISCENTE

O ambiente acadêmico é constituído pela diversidade de ideias, valores, conceitos, saberes, projetos e perspectivas de vida. Assim sendo, é cada vez maior o número de jovens e adolescentes que ingressam nas Instituições de Ensino superior em busca de uma formação acadêmico-profissional e científica, não se encontrando ainda sedimentada a complexa escolha profissional. Assim, constitui desafio às Instituições Superiores romper com tal paradigma superando o distanciamento entre o jovem universitário, os cursos oferecidos, o mercado de trabalho e suas expectativas em relação à escolha profissional.

Atenta ao compromisso social, O Centro Universitário Univel direciona esforços no sentido de proporcionar uma sólida formação científica aliada as ações voltadas ao desenvolvimento do cidadão, as quais se traduzem em programas de estímulo e incentivo ao discente nos campos sociocultural e técnico-científico.

Neste sentido, implementa uma série de ações voltadas à Integração do discente, que se inicia no processo de matrícula, quando estes recebem atendimento individualizado, e tem continuidade com a realização das aulas inaugurais, nas quais são apresentadas as estruturas acadêmicas e administrativas, dando ênfase ao PDI e PPC do respectivo curso. Vale ressaltar que O Centro Universitário Univel promove anualmente o Projeto UNIVEL PLAY – que funciona como uma Universidade aberta para a comunidade, no qual alunos do ensino médio visitam toda a estrutura física e laboratórios do Centro Universitário Univel, bem como assistem vídeo referente ao dia a dia do Centro Universitário e participam de palestras referentes a diversidades das profissões, cuja média anual de alunos chega à 5.000, sendo que os colégios atendidos são os locais e distantes até 120 km da cidade de Cascavel. Vale destacar, que em 2020 o evento foi *on-line*, utilizando inovadores recursos tecnológicos.

Sendo assim, verifica-se a amplitude de atuação e o objetivo da Política de Apoio ao Estudante, que também visa promover a implantação de programas diversificados de atenção e atendimento aos acadêmicos já inseridos na IES, buscando o pleno desenvolvimento do corpo discente, considerando a promoção do bem-estar e desenvolvimento integral dos estudantes, condição essencial aos processos de aprendizagem e ao sucesso acadêmico, pessoal e profissional. Prevê atividades tais como: apoio ao desenvolvimento acadêmico, suporte psicossocial, acesso às atividades socioculturais e esportivas, além de apoio ao egresso.

Conforme o Regimento compete à Secretaria Geral organizar e supervisionar os processos de admissão, matrícula, registro e controle acadêmico, registro de diplomas de graduação e pós-graduação e transferências entre estabelecimentos de ensino. O aluno tem acesso às informações acadêmicas como notas e faltas via Sistema de Gestão Acadêmico TOTVS, bem como, através do aplicativo para *smartphone* da Univel.

Os docentes são os facilitadores e mediadores do processo ensino-aprendizagem, buscando sempre estarem acessíveis aos alunos, se mostrando

dispostos a sanar suas dúvidas durante as aulas e nos intervalos entre as mesmas.

Norteiam esta política de apoio aos estudantes, as seguintes diretrizes:

- oferecer apoio psicopedagógico ao estudante, na busca de soluções de fatores subjacentes às suas atividades cotidianas, que contribuem frequentemente para a eclosão de desajuste emocional com reflexo negativo no rendimento acadêmico, resultando muitas vezes na desistência/evasão;
- atuar sobre os desequilíbrios e dificuldades emocionais e fornecer ao acadêmico o suporte psicológico necessário à boa execução de suas atividades universitárias e profissionais;
- suprir as carências de informação e sustentação psicológica na opção profissional, que frequentemente se fazem refletir no desempenho acadêmico e na saúde mental do estudante;
- identificar e atender às necessidades especiais dos acadêmicos que apresentem deficiências permanentes ou temporárias, adequando os espaços e equipamentos da IES, qualificando seu pessoal técnico-administrativo para melhor atendê-los;
- integrar o portal do estudante às redes sociais, com o objetivo de disponibilizar na home Page informações importantes da vida acadêmica;
- centralizar e padronizar a divulgação de oportunidades de estágio dentro da IES, apoiando os estudantes na procura de Estágios e colocação profissional;
- firmar convênio com empresas para contratação de estudantes para estágio, programas Trainee e contratação efetiva;
- promover “Campanha de Cadastramento” com os inúmeros Agentes de Integração e Empresas de Consultoria em Recursos Humanos;
- aparelhar o estudante para superar as exigências do mercado de trabalho, trabalhando os aspectos que envolvem o comportamento em entrevistas e

dinâmicas de seleção, bem como conceitos de liderança, motivação e proatividade no trabalho;

- promover a captação de currículos de estudantes para envio às empresas conveniadas;
- articular e coordenar ações que promovam a ampliação do universo sociocultural e artístico dos estudantes, bem como sua inserção em práticas esportivas via as Atléticas de cada curso;
- apoiar as iniciativas estudantis na promoção de atividades culturais, artísticas e recreativas;
- criar centros de convivência universitária, favorecendo o acesso do estudante às atividades artístico-culturais;
- organizar atividades (palestras, encontros, seminários entre outros) de caráter preventivo e informativo sobre temas relevantes para a juventude;
- estimular a participação estudantil nas atividades de ensino, extensão e iniciação científica;
- criar condições de acesso às novas tecnologias da informação;
- aumentar o nível de participação da IES na vida do estudante;
- valorizar os recursos da IES para implementar as diretrizes propostas, por meio da potencialização dos espaços físicos e serviços existentes e a articulação das diversas instâncias universitárias; e
- promover pesquisas de satisfação do corpo discente e docente envolvendo aspectos administrativos, sociais, acadêmicos, de infraestrutura, entre outros.

O Centro Universitário Univel disponibiliza aos acadêmicos programas de apoio em diversas vertentes como:

- Programa de monitoria: é uma modalidade específica de atuação acadêmica, em que o corpo discente da instituição tem a possibilidade de interagir na

atividade de iniciação à docência e o aprimoramento do processo de ensino-aprendizagem, por meio da realização de programas de ensino, pesquisa e extensão em que a função de monitor é exercida, com apoio e supervisão do corpo docente.

- Programa de Concessão Parcial de Bolsa de Estudo: têm por finalidade a complementação dos encargos educacionais, a fim de suprir as carências individuais de seus acadêmicos e, dessa forma, possibilitar o maior número possível de alunos assistidos, observados os requisitos de aproveitamento e desempenho do estudante dos cursos de graduação.

- Programa de Apoio Financeiro: A IES possui um Programa de Apoio Financeiro próprio, além de participar de programas institucionais, gestados pelo Poder Público Federal.

- Estímulos à Permanência: O Centro Universitário Univel, preocupada em assegurar à comunidade acadêmica um ambiente saudável para o ensino pedagógico, bem como assegurar condições para que não ocorra evasão/afastamento escolar, oferecerá Programa de Nivelamento e Atendimento psicopedagógico, como: Programa de nivelamento, Projeto matemática básica, Projeto nivelamento de português e Organização Estudantil e Centros Acadêmicos (Espaço para Participação e Convivência Estudantil).

- Programa de Apoio Pedagógico e Psicológico: Com o objetivo de orientar os discentes no que diz respeito a vida acadêmica, o Centro Universitário criou um Núcleo de Apoio Pedagógico/Psicológico (NAPP).

- Projetos de inclusão e integração acadêmica, tais como: Conexões Humanas. O projeto Conexões Humanas teve início em 2018 (tornou-se contínuo e institucional) com o atendimento personalizado e acolhimento ao aluno pelo NAP (núcleo de atendimento psicológico). O atendimento não se vincula a um tratamento clínico, mas a um procedimento de escuta, aconselhamento e acolhimento humanizado ao acadêmico. Mas, o projeto Conexões Humanas não pode ser resumido apenas ao atendimento do NAP. Ele se desdobra em várias

outras práticas humanizadas com o foco em resgatar valores humanos para vida melhor de todos.

- a) **Conexões Humanas nas Escolas:** São oficinas Sobre Orientações e Escolhas Emocionais, Sociais e Vocacionais. (OBS: esta extensão não ocorreu nas escolas por conta da pandemia do Covid-19, mas ele continua como proposta ativa e tem-se o interesse em reestabelecer sua aplicação o quanto antes). As Oficinas Conexões Humanas nas Escolas também é uma estratégia do Conexões Humanas: a Univel se preocupa com você. As Oficinas conexões Humanas nas escolas é uma ação institucional com o objetivo de visitar Escolas Estaduais da Região Oeste do Paraná, com uma equipe multidisciplinar formada por professores do Centro Universitário Univel. Tal equipe, através de palestras, oficinas e outras práticas pedagógicas como, a saber, teve o objetivo de potencializar e incentivar nos discentes, o desenvolvimento pessoal das relações humanas e valores humanos para a vida, além de promover orientações sobre tomadas de decisões para a vida profissional, emocional e social. No ano de 2019 o “Conexões Humanas” integrou-se ao espaço escolar dos respectivos colégios estaduais: JOSÉ ÂNGELO BAGGIO ORSO, ESCOLA ESTADUAL WILSON JOFFRE, ESCOLA ESTADUAL CEEP-PEDRO BOARETO NETTO, ESCOLA ESTADUAL MARIO QUINTANA, ESCOLA ESTADUAL JARDIM INTERLAGOS, ESCOLA ESTADUAL JARDIM CLARITO, ESCOLA ESTADUAL SANTA FELICIDADE.
- b) **Projeto Imigrantes: Língua Portuguesa para Imigrantes:** Trata-se uma ação em formato de curso de extensão, que se desdobra da preocupação do Conexões Humanas com a Dignidade e com os Direitos Humanos, que não é um direito restrito, porém um direito de todos. Esta é uma prática exitosa da pedagogia em parceria com o Conexões Humanas. Por isso, o objetivo da ação é ofertar capacitação em aulas de português como língua estrangeira à imigrantes, haitianos e venezuelanos, em parceria com a Diocese de Cascavel, com vista a

contribuir para sua inserção na sociedade brasileira, o que passa, necessariamente, pelo domínio da língua e da cultura brasileira. Considerando a crescente imigração no município Cascavel nos últimos anos, contribuindo para oferecer condições para a integração desses novos cidadãos à sociedade, à cultura e ao mercado de trabalho. Entende-se que a universidade, por meio de atividade extensionista, pode tomar parte dessa tarefa de acolhimento, propõe-se somar forças com a atividade realizada pela Pastoral dos Imigrantes e a Caretas Diocesana de Cascavel, auxiliando na proposição e intervenção em relação as perspectivas da Linguística Aplicada, oferecendo o nível básico voltado a alfabetização e letramento em língua portuguesa e conversação.

- a) Humanizar em Ação (Pastorais da Paróquia do Santa Cruz): Em 2019 o projeto tinha o tema combatendo a violência no bairro Santa Cruz. Teve esse enfoque e foi meritório, mas buscou outros caminhos para atender a demanda e a necessidade encontrada no bairro. O projeto se desdobra como uma extensão do projeto Conexões Humanas por ter como enfoque a humanização das relações sociais, o qual será realizado em formato de oficinas de integração com o objetivo do resgate da humanização das relações interpessoais fragilizadas. O público central será as pastorais da paróquia Santa Cruz. O objetivo central está voltado em promover o melhor do 'humano' em termos da valorização da capacidade emocional, pessoal e interpessoal. Esta ação é realizada na IES com a participação de uma equipe multidisciplinar, capacitada em fomentar multiplicadores destas boas práticas.
- b) Projeto Razões de Ser (Comunidade Acadêmica da Univel): Teve como objetivo o interesse em promover aos discentes em geral um processo de humanização das relações interpessoais fragilizadas, com o foco em promover o melhor do 'humano' em termos da valorização da capacidade emocional pessoal e interpessoal,

promovendo a alteridade e os valores humanos para a vida. Por sua vez, é válido ressaltar que este é um desdobramento do projeto ‘Conexões Humanas’, porque bem como no ‘Conexões Humanas’ o aluno é o centro das preocupações da Univel, sendo este a peça chave para a transformação e promoção de uma cultura mais digna e pacificada e tolerante as diferenças. O projeto, ainda visa a propiciar a formação de multiplicadores para estas boas práticas sociais. Este projeto encontra-se ainda em execução tendo previsto mais três encontros e uma prática de ação social para finalizar o mesmo em 06/2022.

O acolhimento e acompanhamento dos discentes tornam-se imprescindíveis, pois a capacidade da UNIVEL para motivar os alunos a investirem na aprendizagem, tem importância fundamental na sua formação.

#### 2.11.1 Programas de Monitoria

A monitoria possui duas modalidades: a de acompanhamento acadêmico e a de laboratório. Para atender aos acadêmicos que aderirem aos programas, são selecionados monitores, através de edital. É previsto ainda a figura do monitor voluntário, que pode exercer a monitoria de acompanhamento acadêmico, laboratório ou de projetos didático-pedagógicos, de acordo com editais específicos. Os cursos de graduação reconhecem a monitoria como atividade complementar dentro do número de horas estabelecidas, e há um regulamento específico que dá as principais provisões para a monitoria acadêmica.

O Programa de Monitoria do Centro Universitário UNIVEL é uma modalidade específica de atuação acadêmica, em que o corpo discente da Instituição tem a possibilidade de interagir na atividade de iniciação à docência e o aprimoramento do processo de ensino-aprendizagem, por meio da realização de programas de ensino, pesquisa e extensão em que a função de monitor é exercida, com apoio e supervisão do corpo docente.

O Programa de Monitoria do Centro Universitário UNIVEL tem como objetivos básicos:

- I - Propiciar uma formação acadêmica mais completa;
- II - Fomentar a iniciação à docência;
- III - Integrar o aluno às atividades da Instituição;
- IV - Incentivar a reflexão crítica do aluno e a descoberta de novas aptidões;
- V - Preparar o aluno para auxiliar sua comunidade, por meio de atividades de ensino-aprendizagem;
- VI - Auxiliar a evolução do acadêmico com dificuldades de aprendizagem, por meio do constante acompanhamento de monitores e docentes;
- VII - Interagir os cursos de Graduação sequenciais com a Pós-Graduação.

O professor-orientador deve ser docente do Centro Universitário, tendo lecionado há pelo menos seis meses na Instituição, salvo disposição contrária da Coordenação de Curso, devidamente fundamentada. O professor-orientador terá um aluno monitor para cada disciplina lecionada, salvo necessidade especial a ser objeto de decisão da Coordenação de Curso, sendo que o professor-orientador é responsável pela atuação e orientação do monitor.

A coordenação geral do Programa de Monitoria do Centro Universitário Univel será exercida pela Coordenação de Curso e há um regulamento específico de monitoria que gerencia tais atividades.

#### 2.11.2 Bolsas e Auxílios

O Programa de Concessão Parcial de Bolsa de Estudo da Instituição, disponibilizado de acordo com a saúde financeira da IES, tem por finalidade a complementação dos encargos educacionais, a fim de suprir as carências individuais de seus acadêmicos e, dessa forma, possibilitar o maior número possível de alunos assistidos, observados os requisitos de aproveitamento e desempenho do estudante dos cursos de graduação. Os critérios de seleção e

a supervisão do processo são realizados por uma comissão de seleção nomeada pela Pró-Reitora Acadêmica.

### 2.11.3 Programas de Apoio Financeiro

A IES possui um Programa de Apoio Financeiro próprio, além de participar de programas institucionais, gestados pelo Poder Público Federal. Possui, ainda, diversas parcerias com empresas, órgãos públicos e entidades representativas de classe. Os Programas de Apoio Financeiro são:

a) Plano Alternativo de Pagamento - PAP

Com recursos próprios a IES visa a concessão do benefício da postergação de pagamento de até 50% da mensalidade para alunos que, a partir do primeiro ano do curso e por motivo justificado, não foram atendidos pelo FIES. Tal financiamento deverá ser ressarcido após a conclusão do curso e no mesmo prazo do benefício usufruído.

b) Financiamento Estudantil – FIES

Programa do Ministério da Educação destinado a financiar a graduação no Ensino Superior para estudantes que não têm condições de arcar com os custos de sua formação. Trata-se de um programa existente apenas para alunos regularmente matriculados em instituições particulares cadastradas no Programa, e que possuam avaliação positiva nos processos conduzidos pelo MEC.

c) Programa Universidade Para Todos – PROUNI

O PROUNI tem como finalidade a concessão de bolsas de estudo integrais e parciais a estudantes de cursos de graduação, em instituições privadas de Ensino Superior com avaliação positiva nos processos conduzidos pelo MEC. Tais estudantes devem ter estudado e concluído seus estudos em escola pública, bem como ter participado do Exame Nacional do Ensino Médio - ENEM.

d) Bolsa Desconto Família

Trata-se de um desconto concedido a alunos com parentesco de primeiro grau (cônjuge e/ou filhos) matriculados na IES, desde que o pagamento da mensalidade seja efetuado até a data do vencimento.

e) Bolsa de Estudos para Funcionários

A mantenedora assegura aos seus funcionários bolsa parcial para realização de seus estudos. O programa tem por finalidade o incentivo ao desenvolvimento pessoal e profissional de seus funcionários, favorecendo a ampliação de suas habilidades e competências por meio dos cursos oferecidos pela IES.

f) Bolsa Estágio na IES

A IES visa apoiar os alunos que apresentam carência socioeconômica e disponibilidade para prestar serviços em diversos setores da IES. O aluno recebe uma bolsa estudo/estágio na IES, sem prejuízo de suas atividades acadêmicas. O termo de compromisso é válido por um ano, podendo ser renovado por mais um ano, de acordo com a indicação e/ou solicitação do setor assistido.

g) Bolsa Egresso

O acadêmico egresso da IES terá um incentivo entre 10 a 20% para cursar um curso de Pós-graduação *Lato Sensu* e/ou uma nova graduação oferecida pela IES.

#### 2.11.4 Estímulos à permanência

O Centro Universitário UNIVEL, preocupado em assegurar à comunidade acadêmica um ambiente saudável para o ensino pedagógico, bem como assegurar condições para que não ocorra evasão/afastamento escolar, oferecerá Programa de Nivelamento e Atendimento psicopedagógico, conforme abaixo:

a) Programa de nivelamento

Com a ampliação do acesso ao Ensino Superior ampliaram-se também os desafios, pois tal expansão não ocorreu de forma isolada, mas gradativamente acompanhada por uma expansão dos demais níveis (Fundamental e Médio),

cujas deficiências de conhecimentos/competências instrumentais básicas são sobejamente conhecidas. Assim, a IES procura lidar com essa realidade e institui, para seus alunos, o programa de nivelamento, que pode ser definido como um procedimento de estudo e uma atividade pedagógica de fundamental importância para sua formação, como aluno do Ensino Superior.

A IES oferece semestralmente aos seus alunos, sem custos adicionais, alguns projetos de nivelamento:

- Matemática Básica;
- Língua Portuguesa;
- Introdução da Metodologia Científica.

Todos os projetos são ofertados nas modalidades EaD (Educação a Distância) gratuitamente aos alunos da IES, favorecendo o acesso e flexibilizando o tempo de estudo, o que visa atingir o maior número de alunos possível.

Além desses programas de nivelamento acima listados, há também os cursos EAD sobre as temáticas transversais que também são gratuitos, sendo eles: Educação em Direitos Humanos, Educação das Relações Étnico Raciais e Educação Ambiental.

Tais programas são válidos como horas em Atividades Complementares e, em casos específicos, de acordo com o grau de necessidade diagnosticado pelas Coordenações de Cursos, os coordenadores fazem recomendações específicas que auxiliam o aluno no decorrer do curso, como por exemplo, o Nivelamento de Língua Portuguesa para Gestão.

b) Organização Estudantil e Centros Acadêmicos (Espaço para Participação e Convivência Estudantil).

O Centro Universitário UNIVEL entende que uma gestão democrática necessita de uma organização estudantil bem estruturada, ciente de que a articulação política dos mais distintos setores do Centro Universitário UNIVEL é extremamente necessária e saudável ao ambiente acadêmico. Assim, a

Instituição tem procurado, sistematicamente, incentivar a organização do Centro Acadêmico dos Estudantes, com a destinação de espaço físico para sua organização e estruturação. Além disso, tem procurado dar apoio a todas as iniciativas programadas pelo Diretório Central do Estudante (DCE) ou Centros Acadêmicos, bem como para a organização das competições esportivas, atividades culturais e de festividades.

Ao Diretório Central dos Estudantes (DCE) compete indicar os representantes discentes, com direito à voz e voto junto aos órgãos colegiados do Centro Universitário, vedada a acumulação. São objetivos do Diretório Central dos Estudantes:

- ❖ Representar os estudantes de graduação, no todo ou em parte, judicial ou extrajudicialmente;
- ❖ Defender os interesses gerais dos estudantes e de cada um em particular;
- ❖ Promover e incentivar todas as formas de organização dos estudantes;
- ❖ Cooperar com os estudantes secundaristas e com suas entidades representativas;
- ❖ Incentivar as relações amistosas entre as organizações estudantis;
- ❖ Defender a qualidade do ensino;
- ❖ Defender a democracia e as liberdades fundamentais do homem e da mulher;
- ❖ Difundir e fomentar as atividades culturais e artísticas entre os estudantes e a sociedade.

Os diretórios ou Centros Acadêmicos (CA) podem ser organizados por curso.

Destaca-se que o Centro Universitário dispõe de uma ampla área de convivência para os estudantes, onde está instalada duas adequadas cantinas e restaurante que propiciam uma excelente praça de alimentação para os estudantes. A representação estudantil tem por objetivo promover a cooperação da comunidade acadêmica e o aprimoramento do Centro Universitário.

#### 2.11.5 Programa de Apoio Pedagógico e Psicológico

Com o objetivo de orientar os discentes no que diz respeito a vida acadêmica, o Centro Universitário criou um Núcleo de Apoio Pedagógico/Psicológico (NAPP). Nele são abordados temas como desempenho acadêmico, acompanhamento pedagógico, inclusão educacional, além de servir como atendimento psicológico e pedagógico ao corpo discente. O NAPP tem por objetivos:

- ❖ Contribuir para a formação integral do discente, considerando aspectos sociais, emocionais e afetivos no percurso da formação acadêmica;
- ❖ Promover um espaço de diálogo entre discentes, docentes, coordenadores de curso e diretores;
- ❖ Assessorar, avaliar e apresentar propostas para o melhor desempenho dos discentes;
- ❖ Atender, individualmente ou em grupo, os discentes, oferecendo um espaço para “escutar” e intervir frente às suas ansiedades, seja na vida acadêmica ou na vida pessoal, desde que esteja interferindo no processo acadêmico, de forma a contemplar necessidades pedagógicas e psicológicas;
- ❖ Orientar profissional e academicamente;
- ❖ Fornecer apoio psicopedagógico.

Quando necessário, é responsável também por realizar intervenções com o apoio de familiares dos discentes, a fim de esclarecer as intercorrências vivenciadas no Centro Universitário;

O NAPP é composto por profissionais com formação nas áreas de Psicologia e Pedagogia com Especialização em Psicopedagogia. Além do atendimento especializado citado, o aluno tem o apoio extraclasse realizado pela Coordenação de Curso e pelos Professores.

a) Inclusão das pessoas com deficiências (PCDs)

O Centro Universitário, com o auxílio da Coordenação Pedagógica Geral, do NAPP (Núcleo de Apoio Psicológico/Psicopedagógico), dos Colegiados de Cursos e o Núcleo Docente Estruturante, propicia ao corpo discente atendimento de apoio às atividades de sala de aula, identificando os obstáculos estruturais, acadêmicos e funcionais ao pleno desenvolvimento do processo educacional.

Para tanto, a IES conta com um Plano de acessibilidade nas comunicações, pedagógica e atitudinal em atendimento a pessoas com deficiência (PCDs) e que responde às políticas de acessibilidade e a legislação pertinente.

#### 2.11.6 Atendimento extraclasse e outras ações Inovadoras de apoio ao discente

O Centro Universitário UNIVEL apoia a participação de seus alunos em atividades de monitoria, de iniciação científica, nos programas de extensão e em eventos diversos, de natureza educacional, cultural e científica, como estratégia do processo ensino e aprendizagem. O exercício da monitoria e a participação dos alunos em projetos e programas de iniciação científica e de extensão, sempre sob a orientação docente, fazem parte da estratégia de aprendizagem, objetivando também o estreitamento da relação professor-aluno e complementando o atendimento extraclasse. O atendimento extraclasse ao acadêmico (a) será realizado pela Coordenação do Curso, pela Coordenação Pedagógica e pelos Professores, que tem horas destinadas de atendimento ao discente buscando complementar e realizar ações que atendam adequadamente aos alunos.

##### a) Ouvidoria

Buscando atender os anseios da comunidade acadêmica, corpo docente e funcionários em geral, a Ouvidoria da Instituição compreende a análise de quaisquer observações que possibilitem adequação e redirecionamento em busca de avanços qualitativos. Tais considerações são encaminhadas aos setores responsáveis e atentamente assistidas em suas eficazes consolidações. A ouvidoria recebe, analisa e encaminham sugestões, informações e questionamentos sobre diversos setores do Centro Universitário, acompanhando todo o processo até seu desfecho buscam atender os acadêmicos, professores, funcionários, fornecedores e comunidade em geral. O contato pode ser feito por telefone, pessoalmente, e-mail: [ouvidoria@univel.br](mailto:ouvidoria@univel.br) ou no link do site do Centro Universitário UNIVEL - <http://www.univel.br/atendimento/ouvidoria>.

b) Desafio Intercursos

O Centro Universitário UNIVEL atendendo sua missão em desenvolver um ensino de qualidade para que o aluno se sinta apoiado, integrado e motivado em seus estudos, tem a preocupação de viabilizar à comunidade acadêmica ações educacionais para que atinjam seus objetivos.

Acredita-se, assim, que a aprendizagem transpõe os limites da sala de aula. Neste sentido é oportunizado aos alunos uma atividade diferenciada que lhes permitirá avaliar seu aprendizado, e participar de forma integrativa com todos os cursos de uma verdadeira maratona através do “Desafio Intercursos UNIVEL: O Jogo do Conhecimento”. O Desafio Intercursos UNIVEL é uma competição saudável e interativa com alunos concluintes de diversos cursos da Instituição, baseado em perguntas de conhecimentos específicos e conhecimentos gerais elaboradas a partir das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação e tem como objetivo contribuir com o aluno no desenvolvimento de habilidades e competências necessárias para sua formação.

c) Projeto Valores Humanos

Buscando também apoiar o discente com ações de integração, motivação e reflexão entre toda a comunidade acadêmica, o projeto de extensão que abarca alunos de toda a IES denominados “Valores Humanos” atua na IES de forma a fomentar a aderência de novos valores pessoais e inserir os alunos interessados nessa reflexão. Os valores humanos servem de guia para nossas atitudes, comportamento e crenças, norteiam nossas decisões e definem princípios e tudo que é considerado importante em nossas vidas.

O Projeto “Valores Humanos: um Olhar Diferente para a Vida”, do Centro Universitário UNIVEL é permanente e está vinculado a todos os cursos da Instituição. Tem por objetivo a reflexão sobre e a boa convivência social e o respeito à vida em todas as suas formas. É um projeto multidisciplinar desenvolvido por alunos, professores, equipe pedagógica e colaboradores. Tem como tema central a discussão sobre o respeito, o cuidado, a cidadania e a solidariedade, cuja efetivação é necessária para as boas relações sociais e

manutenção da vida. A execução do projeto visa ampliar através de reflexões existenciais a cidadania, solidariedade das pessoas e o cuidado com o meio ambiente. A proposta do projeto é atingir todos os cursos da instituição através de algumas ações e atividades relacionadas à valorização humana, ampliação das relações sociais e o cuidado com meio ambiente. Os alunos interessados estarão envolvidos em atividades e ações que promovam o bem comum e a aproximação da Instituição com a comunidade.

d) Projeto Conexões Humanas: a UNIVEL se preocupa com você

Este projeto adquire caráter interdisciplinar, ao serem envolvidos todos alunos dos Cursos de Graduação do Centro Universitário UNIVEL. O projeto tem início com a formação de uma equipe multidisciplinar, composta por docentes do Centro Universitário UNIVEL, com o objetivo de propiciar a aproximação junto aos acadêmicos, visando a promoção da vida e humanização da relação “professor -aluno”, através da escola, orientação, conscientização reflexiva sobre os conflitos emocionais e psicológicos comuns a juventude, que podem ter como consequência depressão, fobias, drogadição e baixo desempenho acadêmico. Busca-se através do projeto construir um ambiente propício e saudável, onde o acadêmico sinta-se amparado e receba o apoio necessário para resolver ou minimizar seus conflitos. A equipe formada terá como foco o sigilo total sobre o acadêmico e seus problemas, sem julgamento ou interferência na escolha do aluno, e a partir do consentimento deste, farão os encaminhamentos necessários. A premissa do projeto: “A UNIVEL se preocupa com você” espera que o aluno se sinta amparado, acolhido e confortado, já que as conexões humanas sempre serão o melhor caminho na prevenção e busca por soluções. O projeto também apresentará uma etapa em que serão realizadas palestras nas escolas do município de Cascavel ressaltando temas relevantes como bem-estar emocional, violência, entre outros.

e) Projeto Razões de Ser (Comunidade Acadêmica da Univel)

Este projeto tem como objetivo o interesse em promover aos discentes em geral um processo de humanização das relações interpessoais fragilizadas, com o foco em promover o melhor do ‘humano’ em termos da valorização da

capacidade emocional pessoal e interpessoal, promovendo a alteridade e os valores humanos para a vida. Por sua vez, é válido ressaltar que este é um desdobramento do projeto ‘Conexões Humanas’, porque bem como no ‘Conexões Humanas’ o aluno é o centro das preocupações da Univel, sendo este a peça chave para a transformação e promoção de uma cultura mais digna e pacificada e tolerante as diferenças. O projeto, ainda visa a propiciar a formação de multiplicadores para estas boas práticas sociais. Este projeto encontra-se ainda em execução tendo previsto mais três encontros e uma prática de ação social para finalizar o mesmo em 06/2022.

f) Atividades de Integração promovidas pela IES

Além das diversas ações de integração ao discente promovido pela IES já descritas anteriormente, a UNIVEL também promove sistematicamente eventos comemorativos a datas acadêmicas e culturais importantes visando intensificar a convivência entre a comunidade acadêmica. São exemplos de tais ações a Festa Junina que ocorre anualmente na IES, o UNIVEL PLAY, o apoio as Atléticas dos cursos que a contemplam, os eventos comemorativos a data dos profissionais que ocorre anualmente com palestras e momento de integração, entre outros.

g) Convênios nacionais e internacionais

A UNIVEL já detém convênios com diversas Instituições nacionais e internacionais nas mais diversas áreas de atuação acadêmica visando qualificar docentes, discentes e técnicos administrativos. Na medida em que forem relevantes para o curso, através do andamento das disciplinas que se tornem possíveis essas vivências, há previsão de extensão e formalização de convênios para esta área, visando estender as práticas e conhecimentos dos acadêmicos para outras nacionais e internacionais que se tornem importantes para o curso.

#### 2.11.7 Formas de acesso ao Curso

O corpo discente da UNIVEL é constituído pelos alunos regularmente matriculados em seus diversos cursos. A admissão à educação superior da

UNIVEL está baseada em: mérito, capacidade, esforços, perseverança e determinação, mostrados pelos jovens que buscam o acesso à educação superior, adquiridos anteriormente no ensino médio, bem como não permite qualquer discriminação com base em raça, sexo, idioma, religião ou em considerações econômicas, culturais e sociais, nem tampouco em incapacidade física.

O ingresso para os cursos de graduação é realizado mediante processo seletivo. Embora este processo seja o principal mecanismo de ingresso na IES para os cursos de graduação, outras formas de acesso também estão previstas, como transferências, matrículas de portadores de diploma de nível superior, PROUNI e ENEM.

Para cada período letivo, a UNIVEL realiza o processo seletivo de forma unificada. O edital de cada Processo Seletivo consta os períodos destinados às inscrições; e a realização das provas, o número de vagas e o período do dia em que este será ministrado, a documentação necessária, o programa das matérias exigidas, o critério de classificação e de desempate e demais instruções complementares.

O acolhimento e acompanhamento dos discentes tornam-se imprescindíveis, pois a capacidade da UNIVEL para motivar os alunos a investirem na aprendizagem, tem importância fundamental na sua formação. Norteiam o processo de acesso ao Ensino Superior na UNIVEL as seguintes diretrizes básicas:

- ❖ Otimizar os processos seletivos para ingresso na Instituição, consolidando a aplicação de provas agendadas, e implementando novos formatos que possibilitem ampliar a oferta dos processos e a acessibilidade de alunos de diferentes regiões/áreas;
- ❖ Garantir apoio necessário à plena realização do estudante, nos âmbitos acadêmico, cultural, social e político, bem como desenvolver mecanismos que viabilizem a permanência dos estudantes na Instituição;
- ❖ Orientar e atender os estudantes visando proporcionar oportunidades de engajamento na vida acadêmica;

- ❖ Aprofundar e desenvolver atitudes e habilidades gerando competências favoráveis à sua formação integral;
- ❖ Promover assistência cultural, desportiva, recreativa e social aos acadêmicos;
- ❖ Proporcionar oportunidades de participação em programas de melhoria das condições de vida da sociedade, visando o desenvolvimento sustentável do planeta; e
- ❖ Garantir a representação estudantil, com o objetivo de promover a organização do movimento estudantil, bem como incentivar a participação dos discentes, nos eventos da UNIVEL.

## 2.12 GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA

O processo de avaliação da qualidade do Curso de Marketing - EAD da Univel é realizado de forma permanente pelo NDE e Colegiado do Curso. Essa avaliação necessitará de inserção no processo de avaliação institucional desenvolvido pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES, tanto no que diz respeito à sua autoavaliação, como na avaliação do curso. Nesse contexto, tal prática avaliativa estender-se-á ao projeto pedagógico, oferecendo subsídios para a tomada de decisões, possíveis ajustes e correções, compreendendo as fragilidades identificadas no decorrer do Curso.

Esta avaliação deverá, portanto, cumprir:

- Função Pedagógica: para comprovar o cumprimento dos objetivos e das habilidades e competências do Curso;
- Função Diagnóstica: para identificar os progressos e as dificuldades dos professores e dos alunos durante o desenvolvimento do Curso;

- Função de Controle: para introduzir, em tempo hábil, os ajustes e correções necessárias a melhoria do Curso.

Trata-se de um processo avaliativo de natureza preventiva e de caráter cumulativo, cabendo ao coordenador do curso, colegiado do Curso e NDE, além da participação representativa discente, a coordenação dessa atividade. Em conformidade com a concepção de avaliação do SINAES, na avaliação do projeto deverão ser utilizados procedimentos geradores de dados quantitativos e qualitativos, de forma a garantir uma análise global da execução do Projeto Pedagógico e do desenvolvimento do Curso.

Para garantir o sucesso deste processo a Instituição conta também com o trabalho dinâmico da Comissão Própria de Avaliação - CPA, avaliações internas, avaliações externas e sugestões de egressos. A avaliação dos projetos de curso acontece em várias instâncias no âmbito Institucional:

- Núcleo Docente Estruturante, ao qual compete a observação mais contínua da manutenção do processo de qualidade e adequação do Curso; a CPE, a qual comete a avaliação institucional nas 10 dimensões orientadas pelo SINAES (prevê representatividade discente);
- No Conselho Superior (CONSUP) da IES.

Objetivando instaurar um processo sistemático e contínuo de autoconhecimento e melhoria do desempenho acadêmico, o Centro Universitário Univel desenvolve o Programa de Avaliação Institucional, coordenado pela Comissão Própria de Avaliação (CPA), englobando toda a comunidade acadêmica. A avaliação institucional, entendida como um processo criativo de autocrítica da Instituição objetiva garantir a qualidade da ação acadêmica que se materializa como uma forma de se conhecer, identificando potencialidades e fragilidades, que fornecem subsídios para a prestação de contas à comunidade acadêmica e a sociedade.

A operacionalização da avaliação Institucional dá-se através da elaboração/revisão e aplicação de questionários eletrônicos para aferição de

percepções ou de graus de satisfação com relação à prática docente, a gestão da coordenação do curso, serviços oferecidos pelo Centro Universitário Univel e política/programas institucionais, as dimensões estabelecidas pelo SINAES envolvendo todos os segmentos partícipes em consonância com o projeto pedagógico do curso de Marketing – EAD.

Dentre as etapas previstas no projeto próprio desenvolvido pela CPA, podemos destacar o cumprimento das seguintes fases:

- Elaboração do regulamento para a CPA.
- Elaboração do projeto pela CPA.
- Sensibilização junto à comunidade acadêmica sobre a importância da avaliação institucional, realizada através da produção de cartazes, banners, Internet, reportagens em jornais e revistas, reunião com líderes de classe para efeito cascata, reunião com coordenadores e colegiados dos cursos.
- Elaboração dos questionários para pesquisa quantitativa – discentes, docentes e técnico administrativo.
- Coleta, organização, processamento de informações, elaboração de relatórios das atividades referentes à avaliação de cursos, programas e setores.

As informações coletadas são tabuladas, compiladas e analisadas pela CPA, que elabora relatórios descritivos, encaminhados a todos os níveis de gestão da Univel, para que sejam utilizados como subsídios no processo de tomada de decisões e no planejamento contínuo da Instituição. Quanto à divulgação para o público interno, esta é realizada com a ampla difusão das informações em forma de tabelas e gráficos, afixados em locais de grande circulação de pessoas em todo o campus e no site da instituição.

A metodologia empregada nestas avaliações, incluindo análise e tratamento de dados e a elaboração de instrumentos específicos, segue o que dita o Programa de Avaliação Institucional da CPA, que mantém compatibilidade

com o SINAES e com outras normas editadas pelos órgãos governamentais reguladores desta atividade.

Dentro desta etapa, a CPA/Univel, com a participação dos diversos setores do público interno, passa a realizar uma análise crítica do processo e dos instrumentos utilizados, na procura do seu aperfeiçoamento para dar continuidade à autoavaliação institucional. Do ponto de vista metodológico o processo avaliativo contempla não somente os aspectos documentais como ainda a percepção dos diversos segmentos constituintes da comunidade acadêmica. A avaliação sistematizada dos cursos e dos professores é elaborada pela CPA, cuja composição contempla a participação de segmentos representativos da comunidade acadêmica, tais como: docentes, discentes, coordenadores de cursos, representantes de áreas, funcionários técnico-administrativos e representantes da sociedade.

Os resultados da avaliação docente, avaliação dos coordenadores de cursos e da avaliação institucional são amplamente divulgados pela instituição. Além disso, o curso e o seu Projeto Pedagógico são avaliados a cada semestre letivo por meio de reuniões sistemáticas da coordenação com o Núcleo Docente Estruturante, colegiado de curso, corpo docente, corpo discente, direção e técnicos dos diversos setores envolvidos. Essa ação objetiva avaliar e atualizar o projeto pedagógico do curso, identificando fragilidades para que possam ser planejadas novas estratégias e ações, com vistas ao aprimoramento das atividades acadêmicas, necessárias ao atendimento das expectativas da comunidade acadêmica.

O comprometimento de todos com o projeto pedagógico é obtido através de uma ampla divulgação do seu conteúdo nas discussões, encontros, reuniões e na própria dinâmica do projeto do curso, buscando cada vez mais a participação, o envolvimento dos professores e dos alunos quanto à conduta pedagógica e acadêmica mais adequada para alcançar os objetivos propostos.

O envolvimento da comunidade acadêmica no processo de construção, aprimoramento e avaliação do PPC vêm imbuídos do entendimento de que a

participação possibilita o aperfeiçoamento do mesmo. Nessa direção, cabe ao Colegiado e ao NDE, a partir da dinâmica em que o projeto pedagógico é vivenciado, acompanhar a sua efetivação e coerência junto ao Plano de Desenvolvimento Institucional e Projeto Pedagógico Institucional, constituindo-se etapa fundamental para o processo de aprimoramento.

## 2.13 ATIVIDADES DE TUTORIA

No âmbito da educação à distância, pode-se definir tutoria como o conjunto de ações educativas que contribuem para desenvolver e potencializar as capacidades básicas dos acadêmicos, orientando-os, dirigindo-os, motivando-os avaliando-os para que obtenham crescimento intelectual e autonomia, ajudando-os a tomar decisões em vista de seus desempenhos e participações como acadêmicos.

A atividade de tutoria, portanto, diz respeito ao acompanhamento próximo e a orientação sistemática de grupos de alunos realizada por pessoas experientes na área de formação. Tem como objetivos gerais ampliar as perspectivas na formação, integrando as dimensões biológicas, psicológicas e sociais, elaborando coletiva e criticamente a experiência de aprendizagem. O Centro Universitário Univel percebe a importância estratégica da tutoria para o sucesso da prática de ensino e aprendizagem na modalidade de Educação a Distância - EaD, e tem o tutor (a) como apoio fundamental para a efetivação de uma aprendizagem remota.

Para isso seleciona e capacita profissionais gabaritados, não somente em suas respectivas áreas de formação e atuação técnica, mas também que atendam o perfil do educador, tão necessário à função. Desta forma o Núcleo de Educação a Distância – NEAD, organizou uma equipe de tutoria composta de especialistas e mestres para atuarem no atendimento das demandas de cursos e disciplinas desta modalidade.

Cada tutor (a) é preparado para orientar e atender os alunos não somente nas questões de conteúdo, mas também nas questões motivacionais e de acesso sempre dentro de um prazo máximo de quarenta e oito horas.

Aos tutores do NEAD também cabe o cumprimento de cronogramas de estudos previamente estabelecidos a partir de uma rotina de atividades diárias de interações com os alunos e com atividades que fomentam a utilização dos recursos e ferramentas disponíveis no ambiente virtual de aprendizagem, no material didático impresso ou mesmo nos encontros presenciais no Polo.

No NEAD os tutores respondem pela aplicação prática da trilha de aprendizagem que foi planejada e organizada no sentido de distribuir os conteúdos didáticos alinhados com o desenho educacional proposto.

São atribuições específicas dos tutores: apoiar o professor da disciplina do desenvolvimento das atividades docentes (quando o professor não é o próprio tutor); participar da preparação e veiculação das atividades fórum, chats, entre outros; manter regularidade ao AVA e dar retorno as solicitações dos alunos imediatamente.

Os tutores ficam alocados presencialmente na IES, e, caso necessário, há a possibilidade de agendamento de encontros presenciais e atendimento presencialmente aos alunos, em sala de reuniões e atendimento própria do NEAD ou em qualquer sala de aula a ser agendada na IES, acompanhando assim o acadêmico durante todo o processo formativo.

Os tutores são avaliados periodicamente pelos acadêmicos, professores e coordenação do curso, utilizando-se desses resultados para melhorarem os índices de aprendizado acadêmico e aumentar a satisfação da comunidade acadêmica envolvida, na qual tais resultados embasarão ações corretivas e planejamento para melhoria de atividades futuras.

## 2.14 CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES NECESSÁRIAS ÀS ATIVIDADES DE TUTORIA

Na sociedade contemporânea, a Educação à Distância é vista como uma modalidade de Educação adequada e desejável para atender às novas

demandas da sociedade, considerada um fenômeno que faz parte de um processo de inovação educacional.

Embora se faça a relação entre as tecnologias a que a Educação a distância recorre, a mesma deve ser compreendida como uma prática de se fazer educação, com o mesmo compromisso da qualidade ofertada na modalidade presencial.

Nesta busca de qualidade educacional, a atuação do tutor nos ambientes virtuais de aprendizagem é considerada como um grande diferencial da modalidade.

Este profissional é o mediador dos processos de ensino e de aprendizagem, considerado o elemento chave para o desenvolvimento do aluno ao longo do curso.

O Tutor atua junto ao Núcleo de Educação a Distância – NEAD prestando uma assessoria contínua e direta aos alunos, facilitando o bom andamento das disciplinas.

Assume um lugar de mediador e orientador das atividades por meio dos recursos e instrumentos oferecidos pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem, bem como por outras formas de comunicação (e-mail, telefone e correio tradicional), acompanhando o desenvolvimento de cada estudante e turma.

As intervenções dos tutores possuem um caráter estimulador e por meio de interações no Ambiente Virtual de Aprendizagem busca esclarecer dúvidas, apontar dificuldades e também convidar o aluno para a discussão se tornar uma forma de aprendizagem colaborativa.

A prática da tutoria tem como objetivo central a boa comunicação, interação, habilidade de realizar respostas assertivas de forma a atingir o objetivo de uma aprendizagem colaborativa e significativa ao aluno, bem como o estímulo a autoaprendizagem e a apreensão de conteúdo.

Os tutores *online* devem:

- Acompanhar o processo de ensino e o processo de aprendizagem no AVA, enviando mensagens e alertando os alunos sobre os prazos e suas devidas atividades;

- Identificar as dificuldades dos alunos, através da trilha de aprendizagem;
- Responder o canal dúvidas;
- Fornecer *Feedback* em cada atividade realizada, reforçando tópicos do conteúdo, corrigindo e detalhando melhorias para os mesmos;
- Identificar erros e desajustes nos objetos de aprendizagem que compõem o curso, durante seu desenvolvimento;
- Selecionar os itens mais relevantes de uma discussão e destacar para o grupo;
- Ajudar nos casos de dificuldades de acesso ao curso e aos recursos disponíveis no ambiente virtual;
- Comentar, estimular e acompanhar as participações e atividades realizadas pelos alunos;
- Manter contato direto com o aluno, por mensagem, e-mail, telefone, elaborando um relatório semanal de acompanhamento;
- Estimular a participação colaborativa, trazendo para as discussões aqueles alunos que não estão participando ativamente com mensagens nos fóruns;
- Buscar o regate de alunos com risco de evasão;
- Manter a coordenação de tutoria informada sobre o registro de intervenções no Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem;
- Incentivar o processo de leitura através de questionamentos e perguntas;
- Anexar, com a validação do professor formador, materiais extras e bibliografias extras a fim de aprimorar o conhecimento do aluno;
- Buscar solucionar possíveis conflitos dentro da sala virtual, incentivando e buscando sempre a boa relação dos alunos.

Tendo em vista a formação de continuada da equipe de tutoria no decorrer das disciplinas em curso, professores formadores e tutores realizam encontros sistemáticos e periódicos objetivando o alinhamento das práticas acerca da disciplina.

Nestas reuniões são discutidos os objetivos de aprendizagem em cada tema, os direcionamentos para avaliação das atividades, os conceitos principais da disciplina a serem destacados pelos professores tutores, bem como a troca de ideias para atividades dos encontros presenciais dos tutores que são feitas para os alunos e sugestões de materiais complementares.

Também, na busca da qualidade dos processos, são realizadas reuniões mensais com a coordenação e quando necessárias com o colegiado de curso, com intuito de compartilhar informações acerca da prática da equipe de tutores, bem como o desempenho dos alunos no decorrer das disciplinas, visando envolver a coordenação do curso no intermédio com o aluno para motivá-lo a realizar as atividades e informá-los acerca daqueles alunos que eventualmente não tem participado das atividades e do acesso ao AVA, a fim de contatá-lo e identificar suas dúvidas para esclarecê-las.

Além destas ações, buscando a capacitação contínua da equipe de tutoria, está possui um programa de formação continuada, no Ambiente Virtual de Aprendizagem, o qual objetiva trabalhar metodologias inovadoras, dinâmicas, participativas e principalmente que otimize os processos de ensino e aprendizagem da modalidade a distância. O projeto prevê estudos bem como o compartilhamento de práticas da tutoria, vinculando as metodologias abordadas.

## 2.15 TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM

O Centro Universitário atento à crescente necessidade de inserção dos recursos de tecnologia da informação e comunicação - TIC's - para auxiliar no ensino de competências fundamentais para a sobrevivência do profissional moderno implantou o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), que tem como objetivo hospedar os conteúdos e recursos didático-pedagógicos para os processos de ensino e aprendizagem.

Esta ferramenta de Tecnologia da Informação, que tem por objetivo auxiliar a construção e a dinâmica das aulas e atividades, compreende entre outras facilidades:

I. Possibilita que as atividades previstas e programadas pelos docentes sejam disponibilizadas, via Central, com antecedência, de forma a otimizar os encontros entre docentes e discentes;

II. Possibilita que as atividades trabalhadas fiquem à disposição dos alunos durante todo o curso podendo ser revistas a qualquer momento;

III. Permite a inclusão de instrumentos diversos de aprendizagem tais como artigos, links, vídeos, filmes, grupos de discussão;

IV. Facilita o desenvolvimento da autoaprendizagem;

V. Permite o acompanhamento, pela coordenação de curso, de todas as atividades programadas e executadas;

VI. Possibilita atividades de recuperação de estudos e de nivelamento;

VII. Possibilita o acompanhamento das atividades desenvolvidas pelos docentes.

Todos os alunos têm acesso aos laboratórios de informática e biblioteca para utilização de editores de texto, planilhas eletrônicas, criadores de apresentação necessária na elaboração de atividades acadêmicas. A inserção destas novas tecnologias da informação e comunicação permite a utilização de recursos temáticos que facilitam a aprendizagem cooperativa, e a integração de todos os entes do ensino e educação.

Os Laboratórios de Informática da Univel buscam promover e disponibilizar o acesso à informação com qualidade, apoiando e colaborando com as atividades de ensino, pesquisa e extensão da Instituição.

O acesso a todas as estações de trabalho e seus recursos (tanto de *software* quanto de *hardware*), conta de usuário, arquivos pessoais e acesso à internet, estão disponíveis através das tarefas executadas pela estrutura de servidores.

A IES conta com o Sistema Integrado de Gestão de Atividade Acadêmica (TOTVS), o qual informatiza os procedimentos da área acadêmica. Esse sistema

tem como gerenciar todas as informações acadêmicas. Através dele, os alunos, professores e secretaria têm acesso às informações acadêmicas pelo sistema TOTVS em tempo real, todos os dias e de qualquer local. O sistema também prevê um aplicativo para celulares que disponibiliza as mesmas informações.

O Sistema TOTVS permite o desenvolvimento de uma interação mais intensa entre docentes e discentes, funcionando como canal de comunicação adicional e possibilitando ao docente realizar uma gestão de conteúdos em formato de curadoria de seus materiais didáticos; lançar notas e frequência nas atividades discentes, disponibilizar materiais, deixando tudo acessível ao acadêmico a qualquer hora e lugar que ele se encontre. Assim, essa ferramenta visa promover maior participação e interatividade entre docentes e discentes, além de desenvolver maior autonomia pelo discente em sua vida acadêmica.

Este canal de comunicação é consolidado com a implantação do APP - aplicativo para smartphones e outros *devices* verga /UNIVEL e do novo portal de internet, dentre os ganhos e experiências diferenciadas de aprendizagem à comunidade acadêmica, destaca-se:

#### APP

- Acesso a notas e faltas em seu dispositivo móvel;
- Permite estudar os materiais disponibilizados pelo professor a qualquer momento;
- Facilidade em funções administrativas (2º via de boleto, extrato financeiro, quadro de horários)
- Responder pesquisas rapidamente;
- Receber notificações (notas, avisos institucionais, mensagens) por sistema “PUSH”.

#### PORTAL

- *Design* atual;
- Melhor experiência do usuário;
- Acessível em todos navegadores e dispositivos móveis;
- Conteúdos mais organizados;
- Navegação rápida e dinâmica.

A partir destes últimos incrementos tecnológicos, agregados ao Sistema TOTVS, podemos oferecer aos discentes, acessos por meio da Internet a(o):

- Protocolo Virtual com requerimentos diversos;
- Materiais didáticos disponibilizado por seus professores;
- Planos de ensino e programação de atividades acadêmicas;
- Calendário acadêmico;
- Notas e faltas;
- Situação financeira;
- Número de horas de atividades complementares cumpridas;
- Biblioteca virtual;
- Serviço BiblioWeb - operacionalização das tarefas, tais como consulta, empréstimos e controle estatístico do acervo da biblioteca física;
- Avaliação institucional, através de formulário *online*, desenvolvido pela CPA;
- Laboratórios para acesso à Internet, para o desenvolvimento de pesquisa e trabalhos;
- Acesso à Ouvidoria da IES;
- Acesso às turmas virtuais dos componentes curriculares nos quais está matriculado.

A tecnologia trouxe grandes facilidades também para os docentes, no que tange a:

- Controle informatizado de frequência discente por meio *online*;
- Diário Virtual *Online* e *Off-line*;
- Serviço de e-mail gratuito;
- Criação do portal dos professores que permite: envio de mensagens, protocolo de material didático, controle de notas e faltas, programação de conteúdos, entre outros serviços;
- Gerenciamento de turmas por meio do AVA - Turma Virtual.

Além do RM TOTVS – que fornece o suporte adequado para a realização das atividades acadêmicas de maneira geral – a IES, considerando seus diversos cursos e diferentes demandas, por meio do Núcleo de Informática da UNIVEL (NIU), vem somando esforços para atender de maneira satisfatória às demandas diversas, considerando a instalação e a aquisição de Softwares educacionais e profissionais, bem como, a ampliação de seu parque tecnológico no que tange a *hardware*, quando solicitados.

## 2.16 AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM (AVA)

Quando referimos ao Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA estamos tratando de uma ferramenta educacional pautada em uma metodologia colaborativa que permite que o conhecimento seja construído por 02 ou mais indivíduos por meio de discussões e reflexões mediadas.

O Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA do Centro Universitário Univel está hospedado na plataforma *Open LMS* e foi personalizado de modo a despertar o interesse do aluno e também a facilitar a navegação. O AVA está disponível para acesso do corpo docente e discente, no qual se dá a interação virtual das diversas disciplinas e cursos disponibilizados pela instituição.

No AVA é possível o armazenamento de textos, videoaulas, infográficos, referências, filmes e demais conteúdos multimídia. Além de sua capacidade como repositório de conteúdos, possui vários dispositivos que permitem a criação de tarefas para posterior análise e atribuição de pontos e frequência válidos para aprovação no curso. Possui também uma área de geração de relatórios de acompanhamento da utilização dos recursos por parte dos alunos, além de ser um ambiente colaborativo, que permite o compartilhamento de conteúdos através de múltiplas funcionalidades.

O AVA, por meio das suas atividades pedagógicas tem como objetivos:

- propiciar ao aluno um espaço para produção do conhecimento teórico e prático das disciplinas, promovendo e impulsionando a competência informacional para as novas tecnologias da informação e comunicação;

- promover o conhecimento e exercício de atividades em ambiente virtual, bem como a produção e publicação de conteúdos que utilizam novas mídias;
- estimular a interação, colaboração e troca de experiências por meio de ferramentas de comunicação síncronas ou assíncronas disponíveis;
- permitir a construção de habilidades e competências tecnológicas valorizadas no mercado de trabalho dos egressos.

O acesso ao AVA se dá por meio de login e senha individual e intransferível, fornecida pelo Sistema acadêmico (RM) da UNIVEL.

É possível compreender que o aluno necessita de orientações claras quanto ao entendimento e possibilidades da educação a distância, do funcionamento do curso, dos mecanismos de interações e comunicação disponíveis para uma aprendizagem colaborativa. Para introduzir o aluno ao universo da EaD, produz-se diversos vídeos tutoriais com normas de utilização e calendários acompanhados de manuais e guias digitalizados no AVA que:

- ❖ Abordam a plataforma utilizada (AVA).
- ❖ Apresentam as abas e ferramentas disponíveis.
- ❖ Orientam a navegação dos fóruns e do sistema de mensagem (tecnológicos de comunicação).
- ❖ Disponibilizam o calendário acadêmico.
- ❖ Disponibilizam as disciplinas e conteúdos programáticos, bem como as atividades e exercícios propostos.

Os docentes coordenadores de cada curso elaboram as aulas inaugurais e instrucionais nas quais os alunos, além de conhecerem as particularidades do seu curso, interagem com o coordenador e com os docentes de apoio. Nessas aulas, realizadas com a presença do aluno no polo de apoio presencial, os coordenadores:

- ❖ Explicitam o processo de ensino-aprendizagem a ser desenvolvido no decorrer do curso.
- ❖ Apresentam as disciplinas.
- ❖ Informam como a equipe de docentes acompanhará o processo pedagógico.
- ❖ Informam como interagir com a equipe multidisciplinar.

- ❖ Transmitem informações sobre o calendário, atividades, critérios e mecanismos de avaliação.
- ❖ Explicam as funções das pessoas que acompanharão os alunos no polo, a equipe presencial, tutoria a distância, docentes e coordenadores.

Alinhada à sua missão e vocação, a IES contribui para a inclusão digital do aluno, inserindo-o no contexto educacional, social e cultural do Ensino Superior do país. O esforço de inclusão norteia a equipe da EaD no desenvolvimento e planejamento das ações pedagógicas utilizadas ao longo do processo de ensino aprendizagem.

Da mesma forma, o desenvolvimento do material didático busca ultrapassar barreiras geográficas e regionais. Em suma, a perspectiva interacionista é vista como essencial para a modalidade de educação a distância. Além de ficar disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA no formato PDF, a impressão do material didático escrito pode ser feita pelo próprio aluno caso o mesmo entenda necessário.

O ambiente virtual de aprendizagem é constantemente avaliado periodicamente pelos alunos visando que novas tecnologias sejam sempre desenvolvidas para facilitar o processo de ensino aprendizagem e o aluno consiga com maior facilidade extrair todas as funcionalidades do sistema, que está em constante evolução e transformação. Através da análise dos resultados da avaliação do AVA, é planejado um Plano de Ação que visa melhorar continuamente a plataforma para melhoria do processo de ensino aprendizagem dos alunos.

A equipe de docentes desenvolve os materiais didáticos do AVA, atendendo às necessidades específicas de cada disciplina e respeitando os referenciais de qualidade propostos para a educação de Ensino Superior à Distância.

O AVA do Centro Universitário UNIVEL está integrado com o sistema acadêmico da instituição e garante de forma plena a interatividade entre todos os integrantes do processo de ensino-aprendizagem, além de que recursos inovadores estão constantemente sendo adotados para se uso.

A título de exemplificação de tais inovações, pode-se citar a customização da página do AVA realizada pelo NEAD da instituição buscando facilitar a interatividade dos usuários, o PLD (*Personalized Learning Designer*), que é um dispositivo de acompanhamento personalizado que dentre as funcionalidades dispara mensagens automática aos alunos quando não realizada as atividades ou não alcançados os objetivos propostos na trilha de aprendizagem. Há também a ferramenta H5P disponível para que o NEAD programe diferentes recursos interativos nas disciplinas para os alunos, como por exemplo jogo da memória, caça palavras, *quizz*, entre outros, para que o aprendizado se torne mais dinâmico e lúdico. Ademais, há também o “Zoom”, que é um software que permite web conferências e que os usuários que estejam assistindo a distância podem responder ao vivo as questões e interagir com perguntas e respostas, indicando de maneira automatizada o percentual de usuários que alcançaram as respostas corretas, entre outras inovações do Ambiente Virtual do Centro Universitário UNIVEL.

## 2.17 MATERIAL DIDÁTICO

O material didático utilizado na IES é desenvolvido em sintonia com os princípios epistemológicos, metodológicos e políticos explicitados no PDI da Instituição, nas Diretrizes Curriculares Nacionais e nos Projetos Pedagógicos dos Cursos. Seu uso é precedido de avaliação por especialistas que sugerem e orientam a adoção de medidas visando o seu aperfeiçoamento.

O conjunto de mídias, selecionado para desenvolver as competências específicas propostas para cada curso, respeita as características socioeconômicas dos diferentes grupos de alunos.

A produção do material digital disponibilizado no AVA atende às lógicas distintas de concepção, produção, linguagem e tempo. A convergência e a integração entre as diversas mídias são garantidas pelas equipes multidisciplinares constituídas por especialistas em conteúdos, em

desenvolvimento de páginas web, em desenho instrucional, em ilustração, em diagramação, em revisão do material produzido, dentre outros.

a) Material-didático

Os materiais produzidos observam os seguintes elementos:

- exercem a função de um mediador privilegiado, atuando como roteiro de estudos.
- contêm sugestões de atividades que fomentam reflexões, pesquisas e a sistematização de ideias.
- ensejam relações com o campo de conhecimento, além de outros “olhares” e possíveis saberes que esse campo incita.
- compõem “trilhas” com várias possibilidades de acesso, instigando o aluno à procura de outros tipos de fontes para estudo.
- inserem-se em uma rede de diferentes tipos de materiais – livros, filmes, artigos etc. – cuja composição permite atingir os objetivos propostos para a formação dos alunos.
- utilizam ícones padronizados.
- inserem imagens e gráficos.

A elaboração do conteúdo é realizada de forma dialógica, ancorada no tripé educador - educando - objeto do conhecimento, permitindo aos alunos agir, refletir e interagir no desenrolar da ação pedagógica. Entre os recursos disponibilizados, destaca-se o livro-texto, o qual deve fomentar a reflexão do aluno, levando-o a buscar informações em outras fontes, realizar novas leituras, descobrir novos caminhos e apropriar-se dos conhecimentos gerados e adquiridos. Esse processo contínuo considera o aluno como um agente ativo e capaz de auto avaliar o seu progresso no decorrer do curso.

O texto dialógico estabelece uma conversa amigável entre o autor e o leitor, desenvolvendo o senso crítico do aluno e levando-o a compreender a relevância do conteúdo do texto para seu cotidiano e prática profissional. O conteúdo deve contemplar a ementa da disciplina e compor um todo coeso,

integrando de forma contínua e complementar as suas diferentes partes: unidades, tópicos, reflexões, atividades, bibliografia, gráficos e imagens.

O desenvolvimento do material didático busca ultrapassar barreiras geográficas e regionais. Em suma, a perspectiva interacionista é vista como essencial para a modalidade de educação a distância. A equipe de docentes valida os recursos produzidos externamente e desenvolve o planejamento das videoaulas, atividades e avaliações, buscando atender às necessidades específicas de cada disciplina e respeitando os referenciais de qualidade propostos para a educação de Ensino Superior à distância, estando supervisionados por uma equipe multidisciplinar para auxiliar nessa produção e adequação do conteúdo com as exigências da formação.

A produção do material também é apoiada por toda uma equipe técnica do NEAD (Núcleo de Educação a Distância), que busca adequar a linguagem com imagens interativas do assunto, de forma a desenvolver graficamente para que o material fique inovador e motivacional. Todo o material didático tem padrões de elaboração realizados pela equipe multidisciplinar bem como são validados e corrigidos por esta equipe, que acompanha desde o início da elaboração até o final da validação de todas as etapas referente ao mesmo.

Além de ficar disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA no formato PDF, o aluno pode fazer a impressão do material caso entenda necessário.

Partindo do pressuposto que a EaD é uma modalidade educacional em que o material didático é um meio no qual o docente atua como mediador do processo de ensino-aprendizagem, pode-se inferir, para a visão da IES, que os materiais didáticos são de extrema importância na motivação e interação do aluno com os conteúdos curriculares.

Para a IES a produção do material pedagógico e do processo de logística está pautada no que diz respeito a:

- **Base Conceitual** - Considera-se a perspectiva proposta pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei n.º 9394/1996), entre outra legislação vigente, que sustenta a proposta de EaD da IES e que a define como

uma forma de ensino que possibilita a autoaprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados e, veiculados pelos diversos meios de comunicação;

• **Qualidade do conteúdo** - O material didático a ser utilizado nos cursos da IES na modalidade de EaD se propõe a estabelecer uma interrelação entre os diferentes atores que participarão desse processo. Para tanto, os textos serão organizados em uma linguagem “dialógica”, nos quais o autor estabelece uma “conversa pedagógica” com os alunos. Os textos objetivam criar um espaço de aprendizagem para que o aluno possa desenvolver reflexões e análises críticas, além de provocar a busca de novos conhecimentos. A ênfase dada a esse processo privilegia a aprendizagem, buscando desenvolver um aluno independente e crítico.

Os diferentes recursos a serem utilizados no processo de ensino e aprendizagem, são estruturados de forma adequada à metodologia utilizada em EaD, contendo atividades de estudo na forma de objetos de aprendizagem que podem se apresentar como estudos de caso, exercícios de fixação da aprendizagem, além de outras estratégias específicas de cada unidade curricular. As estratégias selecionadas devem ser organizadas para atingir as competências e objetivos propostos, possibilitando ao aluno inserir-se no campo de estudo e posicionar-se em relação às suas grandes questões.

A construção de materiais didáticos para disciplinas de cursos na modalidade EaD é, portanto, uma tarefa de alta complexidade e requer uma equipe altamente especializada e multidisciplinar. Os conteúdos deverão ser efetivamente capazes de assegurar a aprendizagem nos níveis exigidos pelas Diretrizes Curriculares dos respectivos cursos e pelos padrões exigidos pela IES, visando à qualidade no processo de aprendizagem.

Para tanto, faz-se necessário uma equipe multidisciplinar e multifacetada na produção dos materiais. A equipe multidisciplinar do NEAD é composta por profissionais de diferentes áreas, os quais contribuem para as qualidades da produção dos materiais: Coordenação do NEAD, Coordenação de curso,

Professor conteudista, Designer instrucional, Designer gráfico, Professor formador, Tutoria, Equipe de vídeo e Desenvolvedor Web. Toda essa equipe está constantemente preocupada em desenvolver o material com acessibilidade completa, linguagem e bibliografia adequada e compatível ao conteúdo, além de buscar materiais e recursos inovadores no desenvolvimento do mesmo.

Como explicitado anteriormente, o material didático é bastante diversificado no modelo adotado na IES, demonstrando linguagem inclusiva, acessível bem como inovadora diante dos inúmeros recursos apresentados por ele. As diferentes formas do aluno ter acesso ao conteúdo a cada uma das disciplinas, tais como infográficos, desafios, o texto base do tema em cada unidade de aprendizagem (que configura o conteúdo do livro), uma apresentação de disciplina individualizada e breve para que o mesmo possa ter noção geral do assunto a ser tratado nesta unidade curricular, além dos vídeos do professor, dos exercícios dos temas das disciplinas e os fóruns, formando um arcabouço metodológico amplo e diferenciado, proporcionando oportunidades de aprendizagem aos mais diversos perfis de alunos no material didático disponibilizado para o estudante.

## 2.18 PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO E DE AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM

O sistema de avaliação do curso deverá privilegiar um processo contínuo e global, buscando a interdisciplinaridade. Esse sistema acompanha os critérios estabelecidos nas DCNs, que pressupõem a formação de um discente com visão crítica, estimulando o interesse pelo desenvolvimento do conhecimento e buscando incorporar a concepção corrente de que não há limitação entre as diversas áreas do saber, visto que esta área de conhecimento não é saber estático e está em permanente construção. Além disso, deve ser implementada uma forma de avaliação global periódica do corpo docente e discente, envolvendo todas as disciplinas e matérias do curso, implementando a permanente atualização do conteúdo, dos métodos didático-pedagógicos adotados e a unificação dos programas.

A avaliação da aprendizagem é um elemento importante do processo educativo e no Centro Universitário UNIVEL ela se fundamenta nos seguintes critérios:

1. Atividades de avaliação e acompanhamento do desempenho compreendido como novos momentos de aprendizagem;
2. Procedimentos de avaliação realizados no decorrer dos processos de formação, com a perspectiva de feedback das ações em desenvolvimento;
3. Utilização dos resultados da avaliação para melhoria das atividades acadêmicas;
4. Inserção dos processos de avaliação no contexto da avaliação institucional.

A avaliação é parte integrante do processo de formação, uma vez que possibilita a aprendizagem dos futuros profissionais, de modo a favorecer seu percurso e regular as ações de sua formação e tem, também, a finalidade de certificar sua formação profissional. A avaliação não tem a finalidade de punir os que não alcançam o que se pretende, mas a ajudar cada aluno a identificar melhor as suas necessidades de formação e apreender o esforço necessário para realizar sua parcela de investimento no próprio desenvolvimento profissional.

Assim sendo, o conhecimento dos critérios utilizados e a análise dos resultados e dos instrumentos de avaliação e autoavaliação são importantes, pois favorecem a consciência do profissional em formação sobre o seu processo de aprendizagem.

A avaliação busca possibilitar ao aluno conhecer e reconhecer seus próprios métodos de pensar, utilizados para aprender, desenvolvendo capacidade de autorregular a própria aprendizagem, descobrindo e planejando estratégias para diferentes situações.

O que se pretende avaliar não é só a quantidade de conhecimento adquirido, mas a capacidade de acioná-los e de buscar outros para realizar o que é proposto. Portanto, os instrumentos de avaliação só cumprem com sua

finalidade se puder diagnosticar o uso funcional e contextualizado dos conhecimentos.

Avaliar competências profissionais é sem dúvida mais difícil do que avaliar conteúdos convencionais, mas há muitos instrumentos para isso. Algumas possibilidades: identificação e análise de situações complexas e/ou problemas em uma dada realidade; elaboração de projetos para resolver problemas identificados num contexto observado; elaboração de uma rotina de trabalho semanal a partir de indicadores oferecidos pelo formador; definição de intervenções adequadas e alternativas às que forem consideradas inadequadas; planejamento de situações consoantes com um modelo teórico estudado; reflexão escrita sobre aspectos estudados, discutidos e/ou observados em situação de estágio; participação em atividades de simulação.

A verificação da aprendizagem é feita por componente curricular, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento. São componentes curriculares obrigatórios as Disciplinas e Atividades Complementares. Em relação as disciplinas, o Professor, a seu critério ou a critério da Coordenação de Curso, pode promover trabalhos, exercícios e outras atividades em classe e extraclasse, podendo ser computados nas notas ou conceitos das verificações parciais.

Os instrumentos de avaliação da aprendizagem, respeitado o projeto pedagógico do curso, podem compreender: Prova escrita ou oral; Seminários; Trabalhos práticos; Pesquisa; Elaboração de relatório, outros instrumentos de avaliação.

A média semestral de aproveitamento em cada disciplina é obtida mediante somatória simples das atividades realizadas durante a disciplina.

É considerado aprovado por média o aluno que obtenha, em cada disciplina, média das notas igual ou superior a 7,0 (sete). Tais informações ficam sistematizadas no sistema acadêmico para verificação do aluno, de forma que o mesmo possa acompanhar seu rendimento ao longo do semestre.

Fica sujeito ao exame (Prova substitutiva) o aluno que obtenha na disciplina média das notas igual ou superior a 4,0 (quatro) e inferior a 7,0 (sete).

Quando o aluno realizar exame final, a média para aprovação será, no mínimo, a nota 6,0 (seis). O aluno que não atingir média de aprovação deve repetir integralmente a disciplina nos semestres seguintes.

Além das avaliações previstas padrão no decorrer do bimestre, os alunos do Centro Universitário UNIVEL também deverão realizar, no decorrer do curso, a Avaliação Integradora. Tal atividade é uma ferramenta de aprendizagem diferenciada, dentro da área de metodologias próprias, oferecidas ao aluno pela instituição. Ao longo do curso, a avaliação é realizada contemplando questões de conhecimento geral e específico a serem avaliadas de forma cumulativa de conteúdo, para avaliar e suprir eventuais lacunas de aprendizagem e metodológicas que estejam impactando ao aluno.

A Avaliação Integradora é um instrumento institucional avaliativo para a IES, e de aprendizagem para o discente, pois permite ao avaliado revisar os conhecimentos adquiridos e internalizá-los, além de verificar o seu nível de aderência aos conteúdos programáticos propostos no projeto pedagógico do curso. Demais informações acerca da Avaliação Integradora podem ser verificadas em anexo a este PPC.

Através de todas as avaliações realizadas, bem como da Avaliação Integradora acima citada, é possível identificar lacunas de aprendizagem que precisam ser revisadas ou inseridas nos novos conteúdos a serem estudados, de forma a que possam ser planejadas ações concretas para melhoria do ensino-aprendizado do acadêmico.

#### 2.18.1 Procedimentos de Avaliação dos Processos de Ensino-Aprendizagem - Disciplinas na Modalidade a Distância.

Nas disciplinas descritas na matriz na modalidade de EAD, as aulas são assíncronas e o sistema de avaliação obedecem ao descrito abaixo:

- Atividade avaliativa - (10% da nota): esta atividade é caráter dissertativo, objetiva desenvolver nos alunos uma postura mais ativa e investigativa, ressaltando a importância da produção do conhecimento do aluno,

para que a experiência de aprendizagem se dê de uma forma mais significativa que pode ser apresentada no formato de pesquisa, estudo de caso, resolução de problemas, de modo a oportunizar a construção do conhecimento de forma colaborativa, possibilitando o aluno dialogar sobre os conteúdos trabalhados na disciplina.

- Atividade prática – (15% da nota): essa atividade tem como objetivo associar teoria e prática onde o aluno precisará desenvolver uma atividade, simulando a aplicação desta, no contexto profissional.

- Avaliações Online - AO (20% da nota): O processo de avaliação será conduzido por meio de um banco de questões, cuja estrutura é elaborada conforme padrão ENADE. Esse banco de questões tem por objetivo ser um instrumento de avaliação contextualizado, a partir de situações-problemas, proporcionando a fixação de conteúdos e a aprendizagem significativa do aluno. Serão disponibilizadas 4 Avaliações Online por disciplina, as quais totalizam 20% da nota do aluno.

Estas disciplinas EAD são compostas por um instrumento avaliativo, a Prova Presencial, que tem caráter obrigatório e equivale a 55% da nota. A Avaliação Presencial é elaborada considerando todos os conteúdos das vídeoaulas bem como outros recursos disponibilizados no ambiente da disciplina. As provas são compostas por dez questões, sendo oito questões de múltipla escolha e 02 questões dissertativas.

A Nota Final (NF) de cada disciplina equivale a soma da parte online (PO) com a prova presencial (PP), sendo que a Avaliação presencial (AP) equivale a 55% da nota final da disciplina; a Avaliação online, objetos de aprendizagem e atividade de pesquisa equivalem em sua soma a 45% da nota final da disciplina. Na avaliação presencial, existe a possibilidade de segunda chamada ao aluno ausente, desde que protocole o requerimento no prazo de 3 (três) dias úteis após a data de realização da prova.

Acerca dos critérios de aprovação, seguem: O aluno que obtiver nota final igual ou superior a sete (7,0) é considerado aprovado. O (a) Acadêmico (a) que ficar com a Nota Final (NF) entre quatro (4,0) e seis vírgula nove (6,9) terá

direito a realizar uma prova Substitutiva no valor de dez (10,0) pontos. A nota mínima da prova Substitutiva para aprovação na Disciplina é de seis (6,0) pontos.

### **Acompanhamento**

O processo de acompanhamento dos processos de ensino e aprendizagem se dão mediante a atuação dos tutores, os quais prestam uma assessoria contínua e direta aos alunos, facilitando o bom andamento das disciplinas e auxiliando nas disponibilizações das informações sistematizadas para os estudantes.

Assumem um lugar de mediador e orientador das atividades por meio dos recursos e instrumentos oferecidos pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem, bem como por outras formas de comunicação (e-mail, telefone e correio tradicional e encontros presenciais), acompanhando o desenvolvimento de cada estudante e turma.

Contamos também com ferramentas tecnológicas inovadoras que permitem uma aproximação entre tutores e alunos, entre elas destacam-se:

- PLD - Personalized Learning Designer que permite enviar mensagens automatizadas aos alunos e também que permite criar regras e ações específicas de acordo com o engajamento e desempenho dos alunos.
- Zoom - ferramenta de web conferência e sala de aula virtual, permite a criação de salas virtuais com os alunos fazendo com que eles se sintam presentes na mesma sala durante as atividades online, aprimorando a aprendizagem em grupo ou individual.

Por contar com uma experiência nesta modalidade, as intervenções dos tutores possuem um caráter estimulador e por meio de interações no Ambiente Virtual de Aprendizagem busca esclarecer dúvidas, apontar dificuldades e também convidar o aluno para a discussão se tornar uma forma de aprendizagem colaborativa.

A prática da tutoria tem como objetivo central a boa comunicação, interação, habilidade de realizar respostas assertivas de forma a atingir o objetivo

de uma aprendizagem colaborativa e significativa ao aluno, bem como o estímulo a autoaprendizagem e a apreensão de conteúdos.

Todas as notas do processo de ensino aprendizagem, bem como o feedback de cada uma das avaliações ficam registradas no AVA, bem como avaliadas para que os envolvidos recebem feedback de suas ações para planejarem futuros planos de ação para melhoria deste processo.

Os alunos também fazem a avaliação integradora do curso, que é uma avaliação de conteúdos cumulativos ao longo de sua formação, na qual é realizado relatórios de conteúdos que precisam ser revisados com os acadêmicos e sistematizados de forma frequente a reorganização dos mesmos para fixação da aprendizagem. Essa avaliação detém regulamento específico e relatórios que são repassados frequentemente aos professores, com estabelecimento de metas a serem realizadas em conjunto com os alunos.

## 2.19 NÚMERO DE VAGAS

O curso de Marketing - EaD visa a criação de 195 (cento e cinquenta) vagas anuais, buscando atender a demanda existente no município de Cascavel e região. As vagas serão ofertadas no polo sede da IES, localizado na Avenida Tito Muffato, 2317, na cidade de Cascavel.

A admissão à educação superior nas vagas disponibilizadas na UNIVEL está baseada em: mérito, capacidade, esforços, perseverança e determinação, mostrados pelos jovens e interessados que buscam o acesso à educação superior, adquiridos anteriormente no ensino médio, bem como não permite qualquer discriminação com base em raça/etnia, sexo, idioma, religião ou em considerações econômicas, culturais e sociais, nem tampouco em incapacidade física.

A UNIVEL realizou estudos periódicos (quantitativos e qualitativos), além de pesquisas com a comunidade acadêmica que visam fundamentar o número de vagas para o curso. Tais estudos estão num documento a parte denominado “Estudo para fundamentação do número de vagas”, que comprovam que há

adequação deste com a dimensão do corpo docente, tutorial e infraestrutura da IES. Além destes estudos, outras pesquisas do contexto que a IES está inserida podem ser verificadas também no item 1.7 (CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA DE IMPLANTAÇÃO DO CURSO DE MARKETING - EAD) deste PPC, que demonstram também a adequação do corpo docente e tutorial, bem como as condições de infraestrutura física e tecnológica para a pesquisa, o ensino e a extensão previstas para este curso.

Estes indicadores apresentam percentuais que poderiam contribuir para maior oferta de serviços prestados à população da cidade de Cascavel, ao serem inseridos mais profissionais especializados no mercado do trabalho.

O ingresso para os cursos de graduação é realizado mediante processo seletivo. Embora este processo seja o principal mecanismo de ingresso na IES para os cursos de graduação, outras formas de acesso também estão previstas, como transferências, matrículas de portadores de diploma de nível superior, PROUNI e ENEM.

Para cada período letivo, a UNIVEL realiza o processo seletivo de forma unificada. O edital de cada Processo Seletivo consta os períodos destinados às inscrições; e a realização das provas, o número de vagas e o período do dia em que este será ministrado, a documentação necessária, o programa das matérias exigidas, o critério de classificação e de desempate e demais instruções complementares.

O acolhimento e acompanhamento dos discentes tornam-se imprescindíveis, pois a capacidade da UNIVEL para motivar os alunos a investirem na aprendizagem, tem importância fundamental na sua formação.

Norteiam o processo de acesso ao Ensino Superior na UNIVEL as seguintes diretrizes básicas:

- ❖ Otimizar os processos seletivos para ingresso na Instituição, consolidando a aplicação de provas agendadas, e implementando novos formatos que possibilitem ampliar a oferta dos processos e a acessibilidade de alunos de diferentes regiões/áreas;

- ❖ Garantir apoio necessário à plena realização do estudante, nos âmbitos acadêmico, cultural, social e político, bem como desenvolver mecanismos que viabilizem a permanência dos estudantes na instituição;
- ❖ Orientar e atender os estudantes visando proporcionar oportunidades de engajamento na vida acadêmica;
- ❖ Aprofundar e desenvolver atitudes e habilidades gerando competências favoráveis à sua formação integral;
- ❖ Promover assistência cultural, desportiva, recreativa e social aos acadêmicos;
- ❖ Proporcionar oportunidades de participação em programas de melhoria das condições de vida da sociedade, visando o desenvolvimento sustentável do planeta; e
- ❖ Garantir a representação estudantil, com o objetivo de promover a organização do movimento estudantil, bem como incentivar a participação dos discentes, nos eventos da UNIVEL.

O Centro Universitário UNIVEL poderá adotar outros critérios de acesso através do Conselho Superior que regulamentará a sistemática do acesso dentro da Legislação vigente.

### **3. CORPO DOCENTE E TUTORIAL**

#### **3.1 Núcleo Docente Estruturante - NDE**

O NDE tem a finalidade de analisar de forma sistêmica e global os aspectos pedagógicos e de gestão do Curso, e a relação com os docentes e discentes. O Coordenador do Curso é o presidente do NDE – Núcleo Docente Estruturante, que é composto por membros do corpo docente do respectivo Curso, de elevada formação e titulação, com atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuantes no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso.

O Núcleo Docente Estruturante é constituído por:

I - Coordenador do Curso, seu Presidente.

II - Por pelo menos 5 (cinco) membros do corpo docente do Curso e, destes, pelos menos 60% (sessenta por cento) com titulação acadêmica obtida em programas de pós-graduação *stricto sensu* recomendados pela CAPES.

São atribuições do Núcleo Docente Estruturante:

I - Elaborar o Projeto Pedagógico do Curso, definindo sua concepção e fundamentos e realizando estudos e atualização periódica do mesmo.

II - Estabelecer o perfil profissional do egresso do Curso contribuindo para a sua consolidação, inclusive verificando a adequação do sistema de avaliação e aprendizagem na formação do estudante.

III - Atualizar periodicamente o Projeto Pedagógico do Curso, atuando no acompanhamento, consolidação e atualização do PPC.

IV - Conduzir os trabalhos de reestruturação curricular, sempre que necessário, para aprovação pelo Colegiado de Curso.

V - Colaborar com o Coordenador de Curso para a integração horizontal e vertical do curso, respeitando os eixos estabelecidos pelo respectivo Projeto Pedagógico;

VI - Analisar e avaliar os programas e planos de ensino dos componentes curriculares.

VII - 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.

VIII - Zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais do respectivo curso e pelas atualizações dos conhecimentos em Gestão corroborando com a atualização do Curso.

O NDE do Curso de Marketing - EAD reúne-se periodicamente, discutindo ativamente as propostas pedagógicas para o curso, assim como os processos de avaliação e autoavaliação. É assim constituído:

### **Composição do NDE do Curso de Marketing - EAD**

<b>Membro</b>	<b>Condição</b>	<b>Titulação</b>	<b>Regime de Trabalho</b>
Lúcio Scheuer	Presidente	Doutor	Parcial
Fabiano Tykalowitz	Membro	Doutor	Parcial
Eric Vinicius Lucion	Membro	Mestre	Integral
Rodrigo Cardoso	Membro	Mestre	Integral
Oswaldo Mesquita Júnior	Membro	Mestre	Parcial

O NDE do Curso de Marketing - EAD reúne-se periodicamente e discute ativamente as propostas pedagógicas para o curso, assim como nos processos de avaliação e autoavaliação, além de realizar estudos periódicos nas DCNs, perfil do egresso e demandas do curso trabalhado, além de averiguar os resultados do sistema de avaliação e processo de ensino aprendizagem dos acadêmicos envolvidos neste curso.

A construção deste Projeto Pedagógico do Curso é resultado das articulações pedagógicas efetuadas pelo NDE deste curso, observando os direcionamentos dados pela DCN do curso de Marketing - EAD.

Além de todo o exposto, o NDE buscará verificar o impacto do sistema de avaliação de aprendizagem do corpo discente através da análise detalhada da Avaliação Integradora (vide regulamento anexo) que os acadêmicos realizam periodicamente e de forma cumulativa de conteúdos, além de analisar o rendimento acadêmico através das avaliações, resultados dos trabalhos bem como do feedback dos tutores e professores do curso sobre o desempenho do mesmo.

A substituição dos membros do NDE deve obedecer a regulação legal, buscando conservar alguns dos membros durante essa transição para que o projeto tenha um acompanhamento e andamento sistemático de forma adequada e ininterrupta, permanecendo então parte de seus membros até o ato regulatório seguinte.

### 3.2 EQUIPE MULTIDISCIPLINAR

O Centro Universitário UNIVEL conta com um instrumento de ampliação da oferta de ensino e de fortalecimento da sua qualidade que é o pilar da Instituição. Esse instrumento é o Núcleo de Educação a Distância – NEAD que vem com a proposta de uma aprendizagem colaborativa que busca, por meio de tecnologias da informação e de comunicação, a consolidação de novas formas de interação entre a instituição e a comunidade em que se insere.

O Núcleo de Educação a Distância é o responsável pela gestão de todas as disciplinas que são ofertadas nesta modalidade no Centro Universitário Univel, desde as disciplinas *online* dos cursos de graduação e pós-graduação 100% à distância, incluindo encontro presencial obrigatório para a realização da prova presencial das disciplinas ou módulo, inclusive as disciplinas online integrantes do currículo dos cursos de graduação presenciais.

A oferta de disciplinas integrantes do currículo dos cursos na modalidade semipresencial é regulamentada pela Portaria N° 2.117, de 06 de dezembro de 2019, desde que a avaliação para aferição do aproveitamento discente seja presencial. A Portaria permite às Instituições de Ensino Superior à oferta nessa modalidade (integral ou parcial) até o máximo de 40% (quarenta por cento) da carga horária total do Curso. No Centro Universitário Univel a oferta de conteúdos programáticos é realizada em ambiente virtual de aprendizagem (AVA), que está integrado ao sistema acadêmico (TOTVS) e atende aos processos de ensino e de aprendizagem, garantindo a interação entre docentes, discentes e tutores.

Ressalta-se que a Instituição possui uma longa e bem-sucedida experiência na implantação de disciplinas ofertadas nessa modalidade na maioria dos cursos de graduação desde 2007, culminando, assim, com o credenciamento da IES para oferta de cursos na modalidade à distância, através da Portaria Ministerial nº 325, de 16/04/2013, bem como, a criação do primeiro polo nesta modalidade, denominado Polo/Sede.

Na modalidade à distância, as responsabilidades no Centro Universitário Univel, ocorrem através do seu Núcleo de Educação a Distância em conjunto com as coordenações de cursos e a Pró-reitora Acadêmica. A Instituição é credenciada para oferta de cursos de graduação e pós-graduação na modalidade à distância, bem como, a criação do primeiro polo nesta modalidade, denominado POLO/SEDE que organizam as EQUIPES MULTIDISCIPLINARES para definirem suas propostas pedagógicas de acordo com sua filosofia e missão, pressupostos didáticos pedagógicos vigentes.

Esses pressupostos amparados nos referenciais de qualidades, científicos e na tecnologia atende a legislação em vigor, a necessidade social e educacional, devidamente contextualizada dando o suporte necessário à formulação das estratégias educacionais pela EQUIPE MULTIDISCIPLINAR.

O EaD tem como desafio superar as distâncias. A sua relação espaço físico e temporal, mas apoiam-se fundamentalmente nos meios de comunicação e na tecnologia para construir a aprendizagem de forma individual e coletiva ao mesmo tempo em que socializa e democratiza a educação.

Considerando esta necessidade de uma reordenação do processo educativo desde o Planejamento, a Execução, o Acompanhamento e a Avaliação, os quais ficam subordinados a uma equipe de educadores, com diferentes atribuições e responsabilidades.

Numa primeira fase há a construção de textos, definições de imagens, de atividades, diferentes propostas didáticas e/ou jogos pedagógicos para abastecerem os *web designers* na estruturação e modelagens do curso antes da divulgação do mesmo.

Esta fase é estratificada em diferentes momentos técnicos onde especialistas congregam seus esforços no sentido de “harmonizar” as temáticas e assuntos a serem abordados, em sequência lógica, ou não, para estimularem os alunos de diferentes e variadas formas, bem como para a maior efetividade dos processos de ensino e de aprendizagem.

Apropriamo-nos dos dez itens básicos dos Referenciais de Qualidade da Educação a Distância/MEC para definição própria:

- I. Integração com políticas, diretrizes e padrões de qualidade definidos para o curso como um todo e para o curso específico;
- II. Desenho do projeto: a identidade da educação à distância;
- I. Equipe profissional multidisciplinar;
- II. Comunicação/interatividade entre professor e aluno;
- III. Qualidade dos recursos educacionais;
- IV. Infraestrutura de apoio;
- V. Avaliação de qualidade contínua e abrangente;
- VI. Convênios e parcerias;
- VII. Edital e informações sobre o curso na modalidade a distância;
- VIII. Custo de implementação e manutenção do curso.

Para atender aos requisitos técnicos, didáticos e legais, a EQUIPE MULTIDISCIPLINAR DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, formada por especialistas, das mais diferentes áreas de conhecimento reúnem-se para participarem desde o planejamento, execução, acompanhamento e avaliação até a conclusão do curso, sendo responsável pela concepção, produção e disseminação de tecnologias, metodologias e recursos para o EAD, com plano de ação documentado, implementado e formalizado com os processos de trabalho em documentos institucionais que são compartilhados entre todos do setor.

Dayane Silva	Coordenador de Curso	Saúde	Mestre
Douglas Cavalheiro da Silva	Gravação e edição de áudio e vídeo	Ciências Aplicadas Sociais	Ensino Médio
Eric Vinicius Lucion	Coordenador de curso/Professor Formador	Ciências Aplicadas Sociais	Mestre
Flávia Adada	Coordenação EaD	Ciências Humanas	Mestre
Gislaine Buraki de Andrade	Coordenador de curso/Professor Formador	Ciências Humanas	Mestre
Maria Françoise da Silva Marques	Designer Educacional	Ciências Aplicadas Sociais	Mestre
Guilherme Taborda da Rocha	Desenvolvedor Web	Ciências exatas	Em curso
Tiago Francisco Buosi	Direção do NEAD	Ciências exatas	Especialista
Loana Cristina Noveli	Tutor	Ciências exatas	Especialista
Caroline Buosi Velasco	Diretora de Desenvolvimento	Ciências Aplicadas Sociais	Doutora
Iara Aparecida da Rocha	Tutora Pós-Graduação	Ciências Aplicadas Sociais	Especialista
Christian Valcir Kniphoff de Oliveira	Coordenador de Curso	Engenharia	Mestre

Fonte: Direção de Desenvolvimento do Centro Universitário Univel, 2023.

### 3.3 REGIME DE TRABALHO DO COORDENADOR DE CURSO

O Coordenador do Curso de Marketing - EaD do Centro Universitário – UNIVEL é o professor Dr. Lúcio Scheuer, com regime de trabalho Parcial (20 horas).

A relação entre o número de vagas anuais prevista para autorização de 195 vagas anuais presenciais e as horas semanais dedicadas à coordenação são suficientes para o atendimento a gestão do curso e a relação com docentes e discentes do curso. O coordenador detém plano de ação documentado e compartilhado, com um plano de administração do corpo docente, vislumbrando diversos indicadores de desempenho e planejamento com relação ao curso.

#### 3.3.1 ATUAÇÃO DO COORDENADOR DE CURSO

O coordenador do curso tem consciência de que não deve atuar somente como gestor de recursos e articulador, mas também como gestor de potencialidades e oportunidades internas e externas. Portanto, ele é o primeiro a favorecer e implementar mudanças que aumentem a qualidade do aprendizado contínuo pelo fortalecimento da crítica e da criatividade de todas as pessoas envolvidas no processo, ou seja, estudantes, docentes, funcionários, corpo administrativo, corpo financeiro, entre outros.

Cabe a ele, também, incentivar a produção de conhecimentos, nesse cenário global de intensas mudanças e incentivar a comunidade acadêmica à implementação de ações solidárias que concretizem valores de responsabilidade social, justiça e ética. Do coordenador espera-se o desenvolvimento de várias atividades capazes de articular todos os setores e fortalecer a coalizão do trabalho em conjunto, para incrementar a qualidade, legitimidade e competitividade do curso, tornando-o um centro de eficiência, eficácia e efetividade rumo à busca da excelência.

De acordo com o Regimento, cabe ao coordenador, como presidente do Colegiado do curso: participar, com direito a voz e voto, das reuniões em colegiados superiores; representar o Colegiado junto à Reitoria; executar e fazer executar as decisões aplicáveis ao Colegiado; orientar, coordenar e fiscalizar todas as atividades de ensino e extensão, no âmbito do Colegiado; cooperar com os demais Colegiados de Curso do Centro Universitário na organização, orientação e fiscalização das atividades de ensino e extensão de interesse comum; exercer, no âmbito do Colegiado, a ação disciplinar; estimular as associações estudantis a organizarem eventos de natureza científico cultural, com o objetivo do estudo de casos, apresentação de artigos científicos, realização de palestras e debates com especialistas; propor à Reitoria convênios com outras entidades e instituições de ensino no país ou exterior, para a realização de práticas, estágios e projetos comuns; exercer as demais atribuições que lhe sejam próprias. A Coordenação de Curso é exercida por um Coordenador, designado pelo Reitor, para um mandato de dois anos, podendo ser reconduzido.

O coordenador do curso tem um plano de ação de coordenação e administração do corpo docente na qual prevê seus processos de trabalho bem como suas horas de trabalho na IES em seu relatório de estudo do corpo docente, sendo possível verificar que atende com qualidade as tarefas inerentes a sua função.

### 3.4 CORPO DOCENTE: TITULAÇÃO

O corpo docente do Curso de Marketing - EAD, é constituído por professores que, além de reunirem qualidades de educadores e pesquisadores, assumem o compromisso de respeitar os princípios e valores explicitados no Regimento Geral do Centro Universitário Univel, no Plano de Carreira Docente e demais normas aprovadas pelo Conselho Superior – CONSUP.

O Curso de Tecnólogo em Marketing - EAD possui um total de 10 (docentes) docentes, sendo 5 professores doutores o que representa 50% do total de docentes do curso, 5 professores mestres que correspondem a 50%.

### **CORPO DOCENTE DO CURSO**

<b>Professor</b>	<b>TITULAÇÃO</b>
Cristian Cipriani	Doutor
Elizabeth Leal	Doutora
Eric Vinicius Lucion	Mestre
Fabiano Lima Tykalowitz	Doutor
Lademir Renato Petrich	Doutor
Lúcio Scheuer	Doutor
Osvaldo Mesquita Júnior	Mestre
Rodrigo Cardoso	Mestre
Rosana Rodrigues Ferreira	Mestre
Sandro Ricardo Busato	Mestre

Todos os professores propostos para preverem o curso de Marketing - EAD passaram por uma análise detalhada que justifica seu desempenho em sala de aula e capacidade de analisar os conteúdos curriculares, com base em experiências de pesquisa, extensão e ensino, bem como formação técnica e pessoal adequada para condução de excelência do processo de ensino aprendizagem em sala de aula, bem como capacidade de fomentar raciocínio crítico, proporcionar acesso a pesquisa de ponta relacionado ao perfil do egresso, incentivar grupos de pesquisa e estudo e publicações, entre outros aspectos possíveis de serem observados em relatório a parte realizado sobre o corpo docente.

Os docentes detêm, assim, um documento intitulado de “Relatório de estudo do corpo docente” que descreve diversas características relacionada a sua atuação na docência, experiência, dentre outros aspectos que são possíveis verificar neste documento.

### **3.5 REGIME DE TRABALHO DO CORPO DOCENTE DO CURSO**

O Regime de Trabalho do corpo docente do Curso de Marketing - EAD é distribuído em Tempo Integral (TI) e Tempo Parcial (TP). O regime de contratação, sempre sob a égide da legislação trabalhista, obedece aos critérios

definidos pela Instituição, que privilegia os docentes com melhor qualificação acadêmica na contratação pelos regimes de Tempo Integral (TI) e Tempo Parcial (TP). São descritos abaixo os professores do curso com seus respectivos regimes de trabalho:

<b>Professor</b>	<b>REGIME DE TRABALHO</b>
Cristian Cipriani	Integral
Elizabeth Leal	Parcial
Eric Vinicius Lucion	Integral
Fabiano Lima Tykalowitz	Parcial
Lademir Renato Petrich	Parcial
Lúcio Scheuer	Parcial
Osvaldo Mesquita Júnior	Parcial
Rodrigo Cardoso	Integral
Rosana Rodrigues Ferreira	Horista
Sandro Ricardo Busato	Parcial

Estes docentes assumem responsabilidades de atividades de ensino e pesquisa/iniciação científica e extensão. Na carga de horas-atividades distribuídas aos docentes para desenvolvimento de projetos e programas de ensino, iniciação científica e extensão, quanto maior a qualificação do professor, maior o percentual de horas/atividades. Na distribuição da jornada horária dos professores estão incluídas, além das tarefas de ministração de aulas; preparo, aplicação e correção de provas; testes ou exames; tempo para orientação discente; participação em projetos de pesquisa/iniciação científica e extensão, em atividades culturais; em gestão acadêmica (NDE e Colegiado); orientação de trabalhos científicos e participação em programas de capacitação docente, entre outros. Tais atribuições individuais dos professores poderão ser verificadas em documentações descritivas específica de cada docente.

Os professores do Centro Universitário UNIVEL detém uma documentação individualizada que contém suas atividades e horas destinadas a cada período letivo, que são utilizados para planejamento e gestão de melhoria de sua performance institucional, de forma que o mesmo será avaliado periodicamente

e receberá feedback de suas atribuições e descrições realizadas através da coordenação do curso e CPA como forma de gerenciar tais melhorias.

### 3.6 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL DO DOCENTE

Todos os docentes do curso de Marketing - EAD da UNIVEL são avaliados por meio de uma análise de qualificação técnica para caracterizar sua capacidade de possibilitar ao acadêmico um processo de ensino aprendizagem eficiente, demonstrando experiências profissionais no magistério e fora dele, buscando subsidiar o bom andamento da sala de aula de forma a possibilitar exemplos práticos aliados a teoria ministrada de suas respectivas unidades curriculares, promovendo a interdisciplinaridade de forma a desenvolver adequadamente as competências e habilidades previstas para suas disciplinas.

Ademais, além da questão do ensino, analisa-se a experiência e aderência do docente a pesquisa e extensão, através de análise de suas publicações e orientações na área de pesquisa para promover acesso às pesquisas de ponta, tanto para leitura no andamento das aulas quanto para produção em projetos direcionados ao curso, possibilitando aos discentes essa experiência.

Conforme relatório de estudo produzido sobre o corpo docente, é possível verificar que 100% do corpo docente detém experiência fora do magistério superior, sendo possível de se comprovar através das demonstrações registradas no currículo Lattes e nas documentações pessoais dos professores e aferir diversas habilidades e competências descritas nos estudos.

Professor	Tempo Experiência Profissional
Cristian Cipriani	10 anos
Elizabeth Leal	17 anos
Eric Vinicius Lucion	10 anos
Fabiano Lima Tykalowitz	35 anos
Lademir Renato Petrich	7 anos
Lúcio Scheuer	20 anos
Osvaldo Mesquita Júnior	32 anos
Rodrigo Cardoso	11 anos

Rosana Rodrigues Ferreira	15 anos
Sandro Ricardo Busato	30 anos

### 3.7 EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA SUPERIOR

O CST em Marketing - EAD, possui um total de 10 (dez) docentes, com experiência no exercício da docência superior maior ou igual 03 (seis) anos, que correspondem a 100% do quadro proposto para o curso.

Conforme relatório de estudo produzido sobre o corpo docente, é possível verificar que todos do corpo docente detêm experiência no exercício da docência superior, sendo possível de se comprovar através das demonstrações registradas no currículo Lattes e nas documentações pessoais dos professores, além do relatório clarificar a relação existente entre a experiência profissional dos docentes na área da docência de nível superior e sua atuação em sala de aula, além de outras habilidades lá descritas.

Professor	Tempo Experiência Docência Superior
Cristian Cipriani	4 anos
Elizabeth Leal	17 anos
Eric Vinicius Lucion	4 anos
Fabiano Lima Tykalowitz	23 anos
Lademir Renato Petrich	12 anos
Lúcio Scheuer	19 anos
Osvaldo Mesquita Júnior	14 anos
Rodrigo Cardoso	9 anos
Rosana Rodrigues Ferreira	3 anos
Sandro Ricardo Busato	13 anos

### 3.8 EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

O CST em Marketing - EAD, possui um corpo docente formado de 10 (dez) integrantes, sendo que todos os docentes possuem experiência em educação à

distância correspondente a 100% do quadro proposto para o curso, que atende as necessidades de ensino.

Através do relatório de estudo do corpo docente, é possível identificar uma série de competências e habilidades relacionadas ao exercício da docência na educação a distância que são constatadas no rol de cada um dos professores.

Professor	Tempo de Experiência da Docência na Educação à Distância
Cristian Cipriani	> 2 anos
Elizabeth Leal	>10 anos
Eric Vinicius Lucion	>5 anos
Fabiano Lima Tykalowitz	>10 anos
Lademir Renato Petrich	>10 anos
Lúcio Scheuer	>10 anos
Osvaldo Mesquita Júnior	>9 anos
Rodrigo Cardoso	>6 anos
Rosana Rodrigues Ferreira	> 3 anos
Sandro Ricardo Busato	>8 anos

### 3.9 EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA TUTORIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

No contexto da educação à distância, o tutor atua como mediador nas atividades que se referem ao ensino e aprendizagem, ao progresso de aprendizagem dos alunos, bem como em atividades de apoio ao corpo docente.

Enquanto mediador dos processos de ensino e aprendizagem, a tutoria desempenha seu exercício na participação e direcionamento nas atividades colaborativas no ambiente virtual de aprendizagem, destacando e reforçando os principais conteúdos abordados nas disciplinas, fornecendo *feedback* nas atividades realizadas e indicando materiais complementares relacionados aos conteúdos.

O tutor também atua nos casos de dificuldades de acesso ao curso e aos recursos disponíveis no ambiente virtual, bem como, quando solicitado, presta suporte nas dificuldades vinculadas ao conhecimento básico de informática,

auxiliando individualmente os acadêmicos com maiores dificuldades de aprendizagem e, se necessário, encaminhar os mesmos ao corpo/suporte técnico da IES.

Com relação às atividades de apoio aos docentes, a tutoria atua na identificação de possíveis desajustes nos conteúdos referentes à disciplina, como também gera sistematicamente o relatório de acompanhamento dos alunos, direcionando os dados aos professores das disciplinas.

Os tutores do curso de Marketing - EAD estão listados abaixo, e foram escolhidos de acordo com sua formação técnica e profissional para a disciplina tutoriada, bem como disponibilidade de atuação no curso. O grupo de tutores está em contato contínuo com os professores, repassando as informações acerca da percepção e da aprendizagem dos alunos.

Há relatório de estudo do corpo de tutores que demonstra diversas habilidades dos mesmos acerca da tutoria e da experiência EAD, explicitando competências diversas dos mesmos para a capacidade de exercer tal função.

#### **Quadro de Tutores para as disciplinas do curso**

<b>Tutores</b>	<b>Tempo de experiência na EAD</b>	<b>Regime de trabalho</b>	<b>Área de formação</b>	<b>de Titulação</b>
Flávia Adada	< 6 anos	40 horas	Pedagogia	Mestre
Ana Claudia Lustosa	> 3 anos	40 horas	Letras e Administração	Especialista
Eric Vinicius Lucion	> 5 anos	40 horas	Administração	Mestre

#### **3.10 ATUAÇÃO DO COLEGIADO DE CURSO OU EQUIVALENTE**

O Colegiado de Curso é o órgão de coordenação didática de cada Curso, presidido por um Coordenador de Curso, designado pelo Reitor para um mandato de dois anos, podendo ser reconduzido.

O Colegiado de Curso é composto pelos membros docentes de cada Curso e por um representante discente previsto, reunindo-se, ordinariamente, duas vezes por semestre e, extraordinariamente, mediante convocação de seu presidente ou a requerimento de, pelo menos, um quarto de seus membros.

O representante do corpo discente é indicado pelos seus pares e tem mandato de um ano, vedada a sua recondução. Haja vista que o curso está em processo de autorização, esta representação está devidamente prevista para futuramente o discente compor essa equipe colegiada.

O Colegiado do Curso é assessorado pelo Núcleo Docente Estruturante do Curso - NDE, designado por Portaria expedida pelo Reitor.

A atuação do Colegiado de Colegiado de Curso envolve:

Definir as Diretrizes e Políticas de Ensino, Pesquisa (iniciação científica) e Extensão do Curso, a serem aprovadas pelo CONSEPE; elaborar, aprovar e reformular o Projeto Pedagógico de Curso (PPC), encaminhando-o ao CONSEPE para aprovação; assegurar que sejam estabelecidas e mantidas as relações didático-pedagógicas das disciplinas do curso, respeitando os objetivos e o perfil do profissional, definido no PPC, deliberar sobre a dispensa de disciplinas que compõem o Currículo; definir e adotar medidas necessárias para a realização de trabalho interdisciplinar do Curso; avaliar o processo de rendimento acadêmico dos estudantes do Curso e propor medidas que objetivem a melhoria do mesmo; analisar e aprovar as alterações referentes às ementas e programas das disciplinas, bem como às respectivas metodologias; promover a autoavaliação do Curso, em parceria com a CPA e NDE; designar Comissões Especiais para estudos e encaminhamento de propostas; analisar recursos vetados pelo Coordenador de Curso; indicar o Coordenador de Estágio, quando o PPC contemplar Estágio Supervisionado; indicar o NDE de cada curso de graduação, de acordo com a legislação do ensino superior em vigor; acompanhar a evolução das necessidades e realidades sociais, no sentido de adequar e implementar metodologias, no processo de ensinar-aprender, às exigências da comunidade; acompanhar as inovações, tecnológicas e profissionais no mundo do trabalho; colaborar com os demais órgãos do Centro Universitário no âmbito de sua atuação; exercer outras atribuições de sua competência ou que lhe forem delegadas pelos demais órgãos colegiados.

O colegiado do curso se reúne ao menos duas vezes por ano, tendo todas as suas reuniões registradas em atas e também no Formulário de registro de

ações do colegiado, o qual é avaliado periodicamente por equipe específica formada para essa finalidade com um fluxo determinado para o encaminhamento das decisões lá deliberadas, sendo que tais avaliações são utilizadas para melhorias das práticas de gestão do mesmo.

### 3.11 TITULAÇÃO E FORMAÇÃO DO CORPO DE TUTORES DO CURSO

A titulação, a formação, a experiência e o regime de trabalho da equipe de tutoria atende as disciplinas previstas para o Curso de Marketing - EAD. Todos eles detêm formação na área específica da disciplina tutoriada, além de estarem relacionados a essas disciplinas além de sua disponibilidade prevista para essa função no curso na IES.

Isto justifica-se para que os acadêmicos possam contar com os conhecimentos específicos dos tutores nas disciplinas lecionadas, bem como todo o apoio necessário para o bom andamento dos trabalhos.

#### **Quadro de Tutores para as disciplinas do curso**

<b>Tutores</b>	<b>Titulação</b>	<b>Área de formação</b>
Flávia Adada	Mestre	Pedagogia
Ana Claudia Lustosa	Especialista	Pedagogia
Eric Vinicius Lucion	Mestre	Administração

### 3.12 EXPERIÊNCIA DO CORPO DE TUTORES EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

O corpo de tutores do Centro Universitário do POLO/SEDE, além da titulação, experiência na educação a distância, estão previstos para participarem periodicamente de capacitação de tutores oferecida pela instituição. No que diz respeito às atividades de progresso no exercício da tutoria, destaca-se a orientação aos alunos sobre as etapas dos cursos, no envio de mensagens aos alunos acerca do cumprimento dos prazos, estabelecendo assim uma rotina de estudo para o aluno. Neste contexto, o relacionamento entre tutoria e alunos se

torna fundamental para motivação e desempenho dos alunos no decorrer de seus estudos.

Com relação às atividades de apoio aos docentes, a tutoria atua na identificação de possíveis desajustes nos conteúdos referentes à disciplina, como também gerando sistematicamente o relatório de acompanhamento dos alunos direcionando aos professores das disciplinas. Os tutores também, estão em contato contínuo com os professores, repassando as informações acerca da percepção e da aprendizagem dos alunos.

Há relatório de estudo da tutoria que demonstra diversas competências e habilidades dos mesmos para o exercício desta função.

### 3.13 INTERAÇÃO ENTRE TUTORES (PRESENCIAIS – QUANDO FOR O CASO – E A DISTÂNCIA), DOCENTES E COORDENADORES DE CURSO A DISTÂNCIA

O tutor é uma peça chave na educação à distância, cabe a ele fazer a mediação das atividades pedagógicas e atividades de interação entre os professores, alunos e os conteúdos. O tutor atua como facilitador do processo de ensino-aprendizagem, ou seja, o tutor tem o papel de orientar e apoiar o estudante durante seu aprendizado. Para tanto, esse profissional é possuidor de determinadas competências como, por exemplo, conhecer o conteúdo das disciplinas, sendo capaz de ajudar o aluno nas dificuldades que se apresentarem, permitindo que este aluno se sinta confortável e motivado para explorar todos os recursos que estão disponíveis para seu aprendizado, dentre eles, a participação em atividades colaborativas, bem como o incentivo no desenvolvimento de sua autonomia e independência para a realização de seus estudos.

É responsável por incentivar o aluno na realização de seu curso assim como, fornecer informações fundamentais como, por exemplo, datas de atividades e provas. É função do monitor também, orientar o aluno sobre o acesso ao Ambiente Virtual e as ferramentas das quais ele dispõe para que seu

aprendizado seja agradável e eficiente, lembrando, é claro, do cumprimento de prazos e realização das atividades propostas.

Visando elucidar situações que envolvem dificuldades ou encaminhamentos com relação ao curso, que podem vir a fugir da área de atuação do tutor, ele irá repassar tais demandas dos alunos ao docente e/ou ao coordenador, para que o aluno se sinta apoiado por toda a equipe multidisciplinar presencial e a distância responsável pelas soluções das problemáticas encontradas.

Assim, a articulação entre tutor, professor e coordenador possibilita condições de mediações diante dos problemas encontrados, encaminhando aos respectivos responsáveis as questões que aparecerem como demandas para resolução, identificadas pelas avaliações periódicas previstas acerca dos mais diversos âmbitos relacionados ao curso. Vale salientar que no curso Marketing - EAD, alguns tutores são os próprios docentes das disciplinas, facilitando ainda mais essa relação entre as figuras.

### 3.14 PRODUÇÃO CIENTÍFICA, CULTURAL, ARTÍSTICA OU TECNOLÓGICA DOS DOCENTES

O Centro Universitário acredita na iniciação científica/pesquisa como um grande diferencial de desenvolvimento humano e mercadológico. Nas mais diversas áreas do conhecimento, ela abre possibilidades que permitem o amadurecimento acadêmico de professores e discentes dedicados a formular perguntas e desenvolver respostas.

A realização da iniciação científica/pesquisa integrada à graduação reflete a busca incessante do homem na solução dos problemas do cotidiano. Assim, o Centro Universitário Univel desenvolve a iniciação científica/pesquisa, o ensino e a extensão, a fim de produzir e divulgar o conhecimento através da produção científico-acadêmica nos campos técnico, científico e artístico-cultural.

Tendo em vista a alta titulação dos docentes do curso, os mesmos detêm um número expresso de publicações e produções nos últimos 3 anos, que

podem ser verificadas em seu currículo lattes devidamente comprovado e em planilha a ser disponibilizada pela IES no momento da avaliação do curso.

#### **4. INFRAESTRUTURA**

O Centro Universitário Univel dispõe de infraestrutura física própria localizada na Avenida Tito Muffato, nº 2317, Bairro Santa Cruz, Município de Cascavel, Estado do Paraná.

Constituída, atualmente, por 7 (sete) edificações (Blocos), as instalações prediais do Centro Universitário foram projetadas para atender às finalidades educacionais e às especificações técnicas quanto às dimensões, à iluminação, à ventilação, e acústica, que se encontra em excelente estado de conservação.

As instalações físicas acadêmicas e administrativas da UNIVEL são adequadas ao número de usuários atuais e futuros e para o ramo de atividade que trabalha. Todas as salas de aula, biblioteca, laboratórios e demais espaços e dependências de utilização acadêmica estão equipados com ar condicionado, mobiliário e iluminação adequada, isolamento de ruídos, equipamentos de prevenção de incêndio e boa higiene. Além destas características, as instalações atendem aos requisitos plenos de acessibilidade para portadores de necessidades especiais.

A Instituição conta com o projeto de prevenção contra incêndios aprovado sob o nº 0799 e processo 2.2.01.18.0000845904-03 do corpo de bombeiros de Cascavel- C.B. devidamente inserido no sistema e-MEC.

##### **4.1 ESPAÇO DE TRABALHO PARA DOCENTES EM TEMPO INTEGRAL**



O Centro Universitário UNIVEL possui 32 salas para docentes em tempo integral, localizadas no Bloco A, medindo 10 m<sup>2</sup> destinadas aos professores de regime integral. Este espaço é dotado da seguinte infraestrutura: 01 mesa de trabalho; 02 cadeiras, sendo que a do usuário é ergonômica, estofada e giratória; 01 armário; 01 gaveteiro; 01 Computador, conectado em rede com uma impressora laser compartilhada; 01 ar-condicionado quente/frio; além de todos os materiais de consumo e demais equipamentos necessários.

Os professores TI possuem cada um 01 (um) espaços de trabalho, a Sala com (10,0 m<sup>2</sup>) cada. As instalações foram projetadas buscando criar um ambiente agradável de convivência entre as coordenações e os docentes, sendo um ambiente onde se possa trabalhar com concentração.

Além disso, para facilitar os trabalhos, há 06 (seis) Secretarias permanentes que atendem as Coordenações e docentes (TI), (impressões, escalamento, contrato e relatórios de estágios, impressão e conferência de diário de classe, entrega de recados e avisos, ponto dos docentes, atendimento e recepção aos acadêmicos, entre outros).

O Ambiente possui: Acústica, Iluminação, Climatização (Split), Mobiliário (moveis e equipamentos), Limpeza, Segurança, Acessibilidade (Pessoas com necessidades especiais ou mobilidade reduzida), Privacidade, Atendimento ao Discente. Há pelo menos um dos computadores disponíveis com Programa de Skype instalado regularmente.

#### 4.2 ESPAÇO DE TRABALHO PARA O COORDENADOR



O Curso de Tecnólogo em Marketing, modalidade à distância, do Centro Universitário da UNIVEL possui gabinete de trabalho para o desenvolvimento das funções administrativo-pedagógicas do coordenador de curso, exclusivo e individual, com 10 m<sup>2</sup>, espaço com 01 mesa de trabalho; 02 cadeiras, sendo que a do usuário é ergonômica, estofada e giratória; 01 armário; 01 gaveteiro; 01 Computador, conectado em rede com uma impressora laser compartilhada; 01 ar-condicionado quente/frio; além de todos os materiais de consumo e demais equipamentos necessários.

A coordenação do curso conta também com recepção e atendimento a docentes e discentes do curso realizada por funcionários do corpo técnico-administrativo que dão apoio e suporte às demandas da coordenação em tempo integral de funcionamento da mesma. Todos os ambientes são modernamente equipados de forma a garantir conforto e comodidade aos discentes, além de câmara e estrutura tecnológica diferenciada para realizações de reuniões online para formas distintas de trabalho, tal como Kit multimídia com fone e microfone para melhoria da qualidade dos trabalhos realizados.

Ressalta-se, que no ambiente das coordenações possui uma sala de reunião e atendimento de grupo (compartilhada) com os seguintes equipamentos: uma TV onde são realizadas reuniões online, por google meet, pelo Zoom, WhatsApp e outros meios de comunicação com pequenos grupos de discente equipada com uma mesa central grande, 6 cadeiras e ar condicionado.

#### 4.3 SALA COLETIVA DE PROFESSORES



O Centro Universitário possui excelente sala dos professores com 120 m<sup>2</sup> (cento e vinte) localizada no Bloco A e funciona com estrutura adequada à recepção dos docentes, planejamento e preparação das aulas e demais atividades, atendendo, plenamente, aos requisitos de dimensionamento, limpeza, iluminação, acústica climatização, acessibilidade, conservação, comodidade e mobiliário adequados.

A sala de professores é coletiva é utilizada de maneira rotativa por professores. Este ambiente permite o acesso a mesas coletivas, armários individuais/escaninhos próprios, computadores, recursos tecnológicos, Kit multimídia com fone e microfone para melhoria da qualidade dos trabalhos realizados, sanitários (masc. e Fem.) com acessibilidade, espaços de integração e recreação, apoio técnico-administrativos, espaço para o *Coffee Break* (na entrada e no intervalo) onde são servidos lanches gratuitamente e diariamente para os professores, escaninho para professores para guarda de equipamentos e materiais de forma individualizada, entre outros descritos a seguir:

I. Recepção com atendente nos três turnos, telefone com ramal e materiais didáticos disponíveis para os professores com solicitação prévia.

II. Mini copa, com funcionárias para atendimento os professores nos dois turnos de funcionamento da IES, estando equipada com geladeira duplex com 240 (duzentos e quarenta) litros de capacidade, lanches variados, bolachas diversas, café preto, café com leite, filtro de água, sucos, sendo diariamente fornecida aos professores.

III. Espaço equipado com 04 (quatro) computadores, utilizados de forma rotativa pelos docentes, com conexão à internet, Wi-Fi, kit multimídia, entre outros.

VI. Além de 02 (dois) banheiros familiares, sendo 1 (um) feminino e ) masculino, devidamente adequado as necessidades especiais.

#### 4.4 SALAS DE AULA



As instalações acadêmicas são dotadas de toda a infraestrutura necessária para a utilização de seu corpo social. As salas de aula tanto na modalidade presencial como EaD, compõem o número suficiente para atendimento ao curso em andamento e em fase de autorização, estão implantadas de modo excelente e equipadas, segundo a finalidade em termos de mobiliário e equipamentos específicos.

Diariamente são executados serviços de limpeza e manutenção, que colaboram na conservação dos móveis, pisos e recursos didáticos existentes.

Todas as salas apresentam dimensões e acústica necessárias para atender a quantidade de discentes em seu interior, com climatização, acessibilidade plena, avaliação e iluminação que obedecem aos critérios estabelecidos para salas de aula.

Dispõem de multimídia, quadro branco, mesa e cadeiras estofadas para docentes e discentes. Todas as salas possuem ar condicionado e placas indicativas com número da sala e bloco. Cada sala possui acesso à internet banda-larga, via rede *wireless*, além do acesso a artigos eletrônicos, bibliotecas virtuais e ao acervo da biblioteca.

Quando há necessidade ou nos casos da existência de situações especiais (alunas com gravidez de risco, acidentados, recém-operados, entre outros), a turma é alocada para salas adequadas à acessibilidade, localizadas no piso térreo ou mais próximas possível dos equipamentos que garantam facilidade ao deslocamento dos discentes.

A instituição também conta com 02 (duas) salas de metodologias ativas localizada no bloco C piso térreo com capacidade para 60 alunos cada uma, sendo que tais salas detêm diversos computadores e mesas redondas e quadradas de trabalho, quadro em todas as paredes e uma decoração diferenciada para motivar os que estiverem no local, de uso compartilhado com 90m<sup>2</sup> cada uma.



O Centro Universitário possui ainda área destinada à alimentação, com serviço de lanchonete; serviço de reprodução gráfica; áreas de convivência e

auditório, com todos os requisitos necessários para o desenvolvimento de suas atividades.

O quantitativo de ambientes destinados ao processo ensino e aprendizagem, no CST de Marketing - EAD, totaliza inicialmente de 02 (duas) salas de aula, com dimensões que variam de 50 a 70 m<sup>2</sup>, cuja capacidade destina, no mínimo, 1,2 m<sup>2</sup> por discente. Suficiente para o atendimento dos alunos e que a mantenedora mantém investimentos permanentes na ampliação da infraestrutura sempre que necessário para o atendimento adequado aos acadêmicos atuais e futuros. Além de acessibilidade plena em todos os blocos destinados aos acadêmicos.

#### 4.5 ACESSO DOS ALUNOS A EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA



Os acadêmicos do curso de Marketing - EAD poderão contar com 12 laboratórios de informática com acesso à internet, com mais de 575 computadores disponíveis na IES, equipados com multimídia, ventilação e iluminação. Estes laboratórios são modernos de uso compartilhado e a IES possui uma equipe própria de manutenção, que prevê periodicamente a avaliação da qualidade, adequação e pertinência das máquinas e eventuais necessidades de substituição.

Há avaliação periódica dos espaços realizada pela CPA dos laboratórios de informática, sendo que o chefe de setor de posse dessas informações realiza um plano de melhoria para adequação, qualidade e pertinência contínua. Há

também um plano de expansão, atualização e manutenção de equipamentos dos laboratórios de informática.

Ressalta-se que estes equipamentos são anualmente atualizados.

#### Laboratórios de Informática:

Laboratório de Informática 01, 03, & 10		Laboratório de Informática 02 & 04		Laboratório de Informática 05 & 06		Laboratório de Informática 11 & 12 (Notebook)	
Instalações	Qtd.	Instalações	Qtd.	Instalações	Qtd.	Instalações	Qtd.
Lousa branca	1	Lousa branca	1	Lousa branca	1	Lousa branca	1
Bancadas	12	Bancadas	12	Bancadas	4	Bancadas	4
Cadeiras	60	Cadeiras	60	Cadeiras	40	Cadeiras	40
Multimídia	1	Multimídia	1	Multimídia	1	Multimídia	1
Computadores Core I3 4Gb de memória, SSD 120GB e monitor LCD 19	60	Computadores Core 2 Duo 2Gb de memória, SSD 120GB e monitor LED 19	60	Computadores Core I5, 8Gb de memória, SSD 120GB e monitor LCD 19"	40	Notebooks Core I3 Duo 4Gb de memória, SSD 120GB e monitor 15,6"	30
Ar condicionado	1	Ar condicionado	1	Ar condicionado	1	Ar condicionado	1

Laboratório de Informática 07		Laboratório de Informática 08		Laboratório de Informática 09	
Instalações	Qtd.	Instalações	Qtd.	Instalações	Qtd.
Lousa branca	1	Lousa branca	1	Lousa branca	2
Bancadas Total	4	Bancadas Total	12	Bancadas Total	14
Cadeiras	40	Cadeiras	60	Cadeiras	64
Multimídia	1	Multimídia	1	Multimídia	2
Computadores Core I3 4Gb de memória, SSD 120GB e monitor LCD 19	40	Computadores Core I5, 8Gb de memória, SSD 120GB e monitor LED 19	60	Computadores Core I3, 8Gb de memória, SSD 120GB e monitor LCD 15"	64
Ar condicionado	1	Ar condicionado	2	Ar condicionado	2

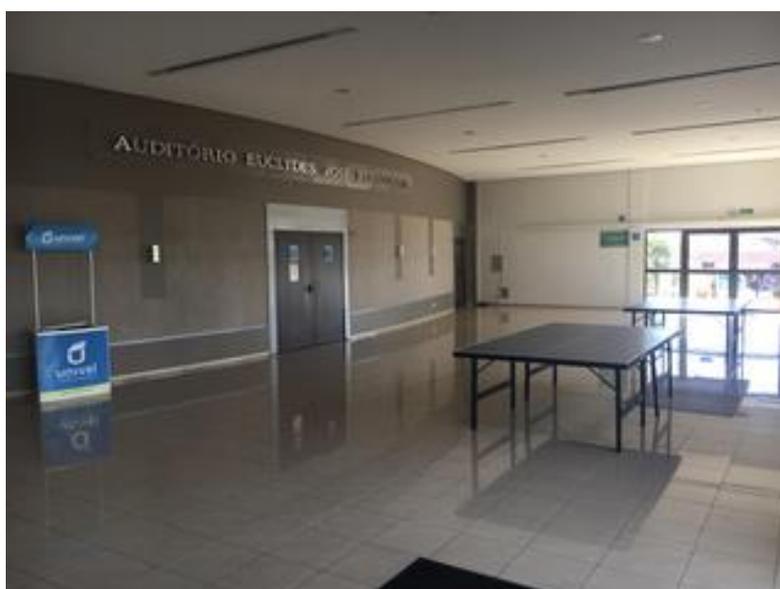
## 4.6 OUTROS ESPAÇOS INSTITUCIONAIS E ACADÊMICOS

### 4.6.1 NEAD - Núcleo de Educação à Distância da UNIVEL



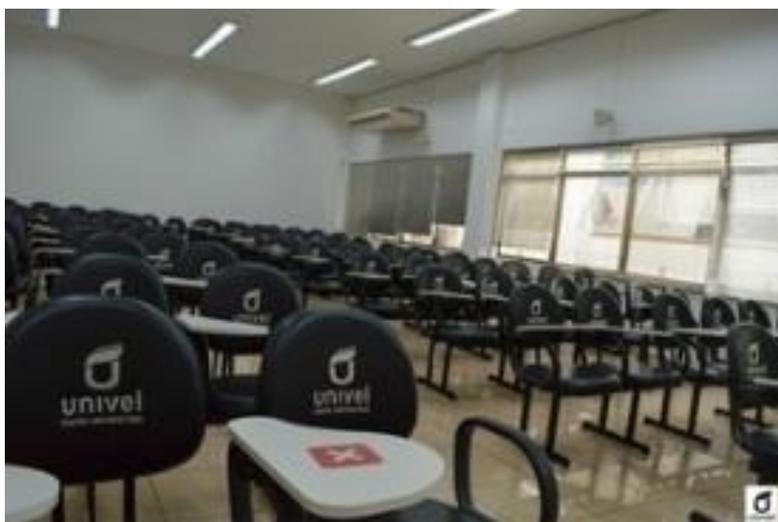
O NEAD - Núcleo de Educação à Distância, presente no Bloco A, com 160m<sup>2</sup> é o Órgão institucional responsável pela coordenação de ações administrativas, didático-pedagógicas e tecnológicas dos cursos e atividades de Educação à Distância. Está distribuído em sala de produção 34m<sup>2</sup>, sala de tutoria (atendimentos) 65m<sup>2</sup>, sala de reunião com videoconferência 25m<sup>2</sup>, recepção 20m<sup>2</sup> e Diretoria NEAD 16m<sup>2</sup>, sendo que as salas estão equipadas com recursos de tecnologias e comunicação para o atendimento acadêmico, computadores com teclado BRAILLE, climatização, luminosidade, conservação, garantindo acessibilidade plena.

#### 4.6.2 Auditório



Possui 1.050 m<sup>2</sup> com poltronas estofadas com 528 lugares, acessibilidade plena, acústica, multimídia, computador, ambiente climatizado, segurança, limpeza, iluminação, Vídeo Conferência e conexão Internet a disposição de todos. Todo o ambiente é acessível e há também algumas poltronas destinadas para obesos/gestantes. Saguão com 224 m<sup>2</sup> ventilação natural, com janelões e luminosidade perfeita, poltronas para obesos e acessibilidades plenas.

#### 4.6.3 Mini auditório



O mini auditório conta com área de 130 m<sup>2</sup>, possui 100 (cem) cadeiras estofadas, computador, multimídia, sala climatizada, demarcação para cadeirantes, carteiras para canhotos e carteiras obesos.

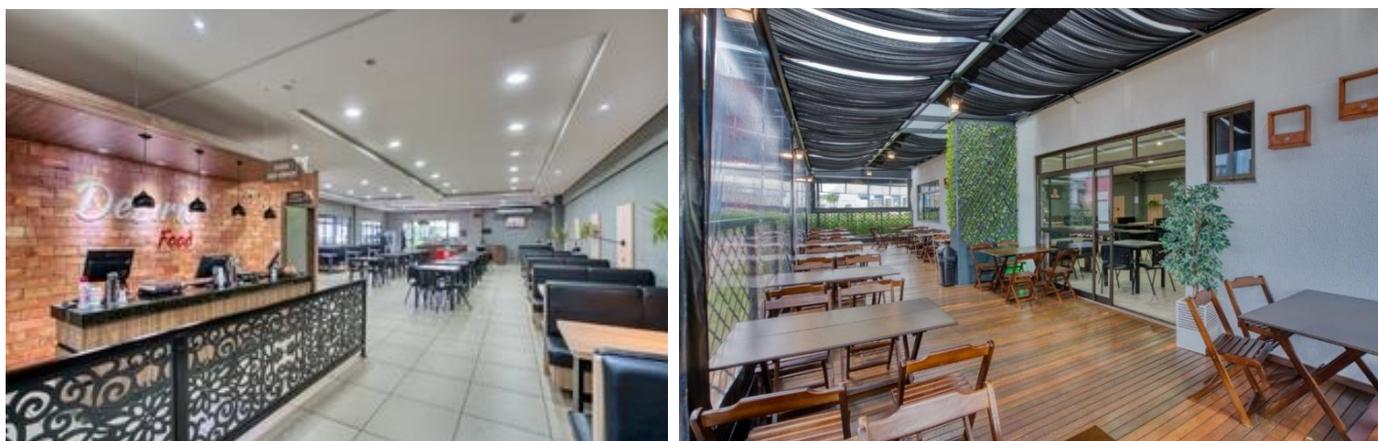
#### 4.6.4 BIBLIOTECA - Santa Inês



A Biblioteca é equipada com recursos tecnológicos e infraestrutura adequada para atender aos seus usuários. A Biblioteca localiza-se no Bloco D, com 685,23 m<sup>2</sup> de área total, com as seguintes acomodações aos seus usuários: sala para estudo em grupo, cabines para estudo individual, cabines equipadas com computadores conectados à internet, cabines equipadas com computadores com teclado BRAILE e programa de leitura de texto (Dosvox), mesas e cadeiras, terminais para consulta ao acervo e guarda-volumes. A Biblioteca ainda comporta ambientes destinados a serviços especializados como: recepção, balcão de atendimento, balcão de conferência, sala de processamento técnico e sala da Bibliotecária. Possui acessibilidade plena, iluminação e climatização.

Possui 06 salas de estudo em grupo, 44 mesas, 12 cabines de estudo individual, 40 cabines com computadores conectadas à internet, 04 cabines com computadores teclado BRAILE e programa de leitura de texto, 140 guarda volumes e 05 terminais de consulta ao acervo, recepção 36 m<sup>2</sup>, atendimento 33 m<sup>2</sup>, processamento técnico 21 m<sup>2</sup> e Gabinete Bibliotecária 14 m<sup>2</sup>. Títulos: 12.028; exemplares: 57.625; Bibliotecas Virtuais: 13.153 - PEARSON, GRUPO A e SARAIVA. Possui acessibilidade plena, iluminação e climatização.

#### 4.6.5 Espaço de convivência e alimentação/cantinas



A Instituição possui cantina equipada para a convivência dos alunos de graduação presencial e à distância.

O espaço possui acessibilidade e é avaliado periodicamente pela CPA, oferecendo serviços variados e adequados a toda comunidade acadêmica.

Há também espalhados em toda a IES, árvores, gramado e banquetas para convivência e integração dos acadêmicos e docentes. Bem como, existem máquinas automatizadas de café em todos os blocos.

#### 4.6.6 Estacionamento para Acadêmicos



O Centro Universitário disponibiliza gratuitamente estacionamentos asfaltados com 22.760m<sup>2</sup>, demarcados e arborizados para comodidade dos acadêmicos, sendo: vagas para carros: 929; vagas para motocicleta: 238; vagas para idosos: 37 e vagas para cadeirantes: 20. Ressalta-se que a área destinada aos estacionamentos recebe manutenção anual e com acessibilidade plena aos usuários.

#### 4.6.7 Sala compartilhada para CPA - Comissão Própria de Avaliação



O objetivo da CPA (Comissão Própria de Avaliação) é promover a melhoria da qualidade da educação superior por meio do processo de Avaliação Institucional como instrumento norteador das ações e transformações necessárias ao pleno desenvolvimento da Instituição.

Possui espaços amplos para reunião com os membros e para a coordenação, conta com 01 sala Bloco A com 30m<sup>2</sup>, 02 salas com 10m<sup>2</sup> cada, para os trabalhos da coordenação e a secretaria. Equipada com computadores, internet, mesas, arquivos, acessibilidade plena e climatizada.

#### 4.6.8 Secretaria Geral



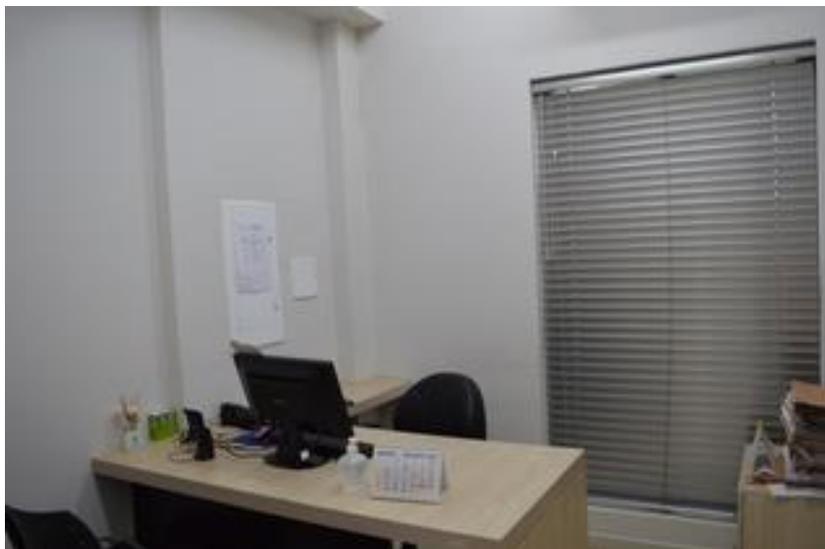
Responsável pelo controle, verificação, registro e arquivo dos documentos acadêmicos relativos aos processos de matrícula, rematrícula, transferência, aproveitamento ou dispensa de disciplinas, notas, frequências, emissão de documentação oficial (declarações, certidões e históricos). Possui sala de emissão e registro de diplomas. Espaço: gabinete 18m<sup>2</sup>, registro de diplomas 26m<sup>2</sup>, área de serviço 70m<sup>2</sup>, recepção 90m<sup>2</sup> e 08 boxes de atendimento. Além disso, 01 sala de 10m<sup>2</sup> para protocolo de colação de grau.

#### 4.6.9 Sala do NAPP - Núcleo de Apoio Psicológico/Psicopedagógico



O NAPP é um serviço de acolhimento, aconselhamento e desenvolvimento de habilidades socio emocionais para os estudantes universitários. Surgiu para atender necessidades que são específicas desse público, com foco em promover o desenvolvimento de competências para o desenvolvimento pessoal e profissional dos discentes e para viver a experiência universitária de forma proveitosa. Possui sala 208 Bloco A com 26m<sup>2</sup>, conta com sofás, armários, informática, acessibilidade e climatização.

#### 4.6.10 Sala do NAI - Núcleo de Acessibilidade e Inclusão



Tem como responsabilidade a proposição, organização, coordenação e execução de ações para assegurar a inclusão de pessoas com deficiência à vida acadêmica e profissional. O Núcleo é voltado para a eliminação ou redução de barreiras pedagógicas, instrumentais, arquitetônicas, de comunicação e informação, impulsionando o cumprimento dos requisitos legais de acessibilidade. Possui sala de atendimento com 10m<sup>2</sup> equipada com informática, internet, climatização e acessibilidade plena.

#### 4.6.11 Ouvidoria



A ouvidoria do Centro Universitário UNIVEL é um espaço de acolhida e escuta de toda comunidade universitária. Um espaço para o atendimento à comunidade interna e externa com a finalidade de ouvir, encaminhar e acompanhar as críticas e sugestões, incentivando de maneira sistemática o fortalecimento da comunicação entre as diversas instâncias institucionais. Possui uma sala no Bloco A, (anexo ao NPJ) com 12m<sup>2</sup> equipada com computadores, internet, climatização, mesas e acessibilidade plena.

#### 4.6.12 Instalações Sanitárias



O Centro Universitário possui em todos os blocos 131m<sup>2</sup> de instalações sanitárias e 52 sanitários, sendo que em todos os Blocos possuem banheiros com instalações de acessibilidades, como vasos adaptados, pias rebaixadas, barra de segurança, espelho adequados, espaços adequados, portas com especificação conforme lei em vigor, alarme sonoro, higiene, limpeza diariamente, acesso com piso tátil, distribuídos conforme discriminação abaixo:

- Bloco A: 08 sanitários (Feminino/Masculino), 02 fraldários e 02 Familiares com 6,25m<sup>2</sup> cada.
- Bloco B: 12 sanitários (Feminino/Masculino) com 25,79m<sup>2</sup> cada e Clínica Odontológica com 02 sanitários (Feminino/Masculino) com 1,2m<sup>2</sup> e 01 BWC de acessibilidade c/3,4m<sup>2</sup> e 01 banheiro familiar com 3,4m<sup>2</sup>.
- Bloco C: 06 BWC (Feminino/Masculino) com 30,83 m<sup>2</sup> cada.

- Bloco D: 04 BWC (Feminino/Masculino) sendo 02 c/24,2m<sup>2</sup> cada e 02 c/4,1m<sup>2</sup> cada.
- Centro Tecnológico: 12 sanitários (Feminino/Masculino) sendo 06 c/23,76 m<sup>2</sup> e 06 sanitários de acessibilidade c/3m<sup>2</sup> cada.
- Clínica Veterinária: 08 sanitários (Feminino/Masculino) com 14,72m<sup>2</sup> cada, 02 vestiários (Feminino/Masculino) c/ 26m<sup>2</sup> cada.

#### 4.7 BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR POR UNIDADE CURRICULAR (UC)

A Biblioteca do Centro Universitário UNIVEL é compreendida como um complemento pedagógico de vital importância pelo seu apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão e pela divulgação da informação, atendendo às expectativas e necessidades dos seus usuários, e participando ativamente do processo educativo nele desenvolvido. A seleção do acervo é norteada pela priorização dos assuntos das áreas relacionadas ao currículo acadêmico, às linhas de pesquisa institucionais, às atividades desenvolvidas, e pelas crescentes e dinâmicas necessidades dos usuários.

O acervo da biblioteca é composto por diversos tipos de materiais informacionais que servem de apoio às atividades acadêmicas de diversos cursos e dos quais há a contemplação de títulos específicos para o curso de MARKETING, na sua maioria através de acesso as Bibliotecas Virtuais tais como: SARAIVA, PEARSON, GRUPO A, periódicos, trabalhos acadêmicos e documentos online. A atualização do acervo para os livros da bibliografia básica é processada nos recessos semestrais e por indicação docentes:

- ❖ Bibliografias constantes nos planos de ensino das disciplinas;
- ❖ Análise de catálogos e índices especializados;
- ❖ Livros e periódicos sugeridos pessoalmente ou por intermédio do website da biblioteca, de acordo com a política de desenvolvimento do acervo, que se baseia na análise da comunidade alvo e nas diretrizes de seleção, aquisição, descarte e avaliação da Biblioteca.

Para o curso de Marketing - EAD, o acervo físico e virtual contempla a todas as áreas de conhecimento do Curso. Levando em conta que o curso de Marketing também aborda temas de inovadores e novas tecnologias, esse acervo deverá estar constantemente enriquecido e atualizado, em concordância com o desenvolvimento e com as novas necessidades do curso.

A relação da bibliografia básica por disciplina, assim como o relatório completo e atualizado do acervo estará disponibilizado para análise da comissão momento da visita in loco.

As bibliografias básicas e complementares de cada unidade curricular foram sugeridas e discutidas entre os docentes da disciplina e o NDE do curso para compor o ementário que está previsto para o curso de Marketing - EAD da UNIVEL. Foram levados em consideração os títulos que são bases e importantes para o aprendizado de cada disciplina, bem como os aqueles que deveriam ser adquiridas e/ou que já estavam no acervo da ampla biblioteca da instituição. Toda a bibliografia básica e complementar foi referendada por relatório de adequação assinado pelo NDE.

A UNIVEL conta com livros físicos tombados e informatizados e também com a assinatura contratual das bibliotecas virtuais da “Pearson” e do “Grupo A” para o curso de MARKETING. Sendo assim, todos os alunos poderão ter acesso de qualquer local aos livros da biblioteca virtual, bem como a diversos títulos físicos diretamente na biblioteca. Acerca dessas bibliotecas virtuais, a UNIVEL detém o seguinte número de licenças de cada uma delas a seguir: Com a Saraiva Educação S.A, são 1.400 licenças; com a Pearson Education do Brasil LTDA, há 2.000 licenças e referente ao Grupo A Educação S.A, há 1.500 licenças. Abaixo há também o número de títulos disponíveis em cada uma dessas bibliotecas online, bem como no acervo físico da IES separados por área de conhecimento:

#### **Acervo Virtual:**

- Biblioteca Virtual da Pearson: 12.551 títulos
- Biblioteca Virtual Grupo A: 2.714 títulos.
- Biblioteca Digital Saraiva: 1.909 títulos

**Acervo Físico:**

<b>Área</b>	<b>Títulos</b>	<b>Exemplares</b>
Ciências Agrárias	170	374
Ciências Biológicas	80	452
Ciências da Saúde	300	1256
Ciências Exatas e da Terra	843	2874
Ciências Humanas	1340	3994
Ciências Sociais Aplicadas	8132	23637
Engenharias	176	1051
Linguística, Letras e Artes	945	3034
Outros	202	565
<b>Total</b>	<b>12.188</b>	<b>37.237</b>

A biblioteca é ampla e confortável, contém diversas salas de estudos e há computadores para garantir o acesso físico dos títulos no próprio local, na qual o aluno pode realizar pesquisas de títulos sempre acompanhados por uma equipe de suporte disponível para auxiliar no setor. A Biblioteca é equipada com recursos tecnológicos e infraestrutura adequada para atender aos seus usuários. A Biblioteca localiza-se no Bloco D, com 685,23 m<sup>2</sup> de área total, com as seguintes acomodações aos seus usuários: sala para estudo em grupo, cabines para estudo individual, cabines equipadas com computadores conectados à internet, cabines equipadas com computadores com teclado BRAILE e programa de leitura de texto (Dosvox), mesas e cadeiras, terminais para consulta ao acervo e guarda-volumes. A Biblioteca ainda comporta ambientes destinados a serviços especializados como: recepção, balcão de atendimento, balcão de conferência, sala de processamento técnico e sala da Bibliotecária. Possui acessibilidade plena, iluminação e climatização.

Há existência de catálogo informatizado disponível para o público em geral via internet. O catálogo pode ser consultado na biblioteca através de 05 terminais de consulta. Todos os documentos estão preparados com etiqueta de tombada e disponíveis para empréstimo, segundo a política da IES. A iluminação é disposta de acordo com a distribuição das estantes, mesas e cadeiras, propiciando um ambiente confortável para a leitura. Ao entrar na Biblioteca, o aluno precisa deixar em armários individuais: pastas, bolsas, embrulhos e outros materiais, exceto os necessários para seu estudo. Caso deseje, o usuário pode entrar com garrafinha de água, desde que ela possua tampa. Ele deverá cuidar para não molhar os materiais e equipamentos da Biblioteca. Caso isto aconteça, será responsabilizado. Os demais tipos de bebidas e alimentos são restritos e não podem ser consumidos nas dependências da Biblioteca, pois os resquícios causam proliferação de fungos e bactérias, bem como danos irreparáveis aos documentos. Todo o espaço é monitorado eletronicamente por câmeras de segurança.

A biblioteca detém uma política de desenvolvimento pois possui papel claramente definido e fundamental que é o de atender qualitativamente às necessidades de informações da comunidade acadêmica. Ela precisa dar suporte ao desenvolvimento da missão da IES, apoiando-a na qualificação profissional, na formação de pesquisadores, no crescimento da pesquisa/iniciação científica e nas atividades de extensão que ligam diretamente à comunidade.

Ressalta-se que a infraestrutura da biblioteca atende as necessidades plenas de acessibilidade, proporcionando um ambiente adequado e confortável para os acadêmicos desenvolverem suas atividades.

A Biblioteca disponibiliza aos seus usuários um acervo privilegiado com mais de 47.000 (quarenta e sete mil) exemplares entre livros, materiais digitais, periódicos, monografias, documentos, normas técnicas, CDs e DVDs. Os usuários também possuem o acesso a mais de 17.000 títulos virtuais.

O acervo encontra-se catalogado no sistema BÍblios da TOTVS, podendo ser consultado através do catálogo online ou nos terminais de consulta

existentes na biblioteca. As obras estão organizadas nas estantes por área de conhecimento de acordo com a tabela CDD (Classificação Decimal de Dewey), em ordem alfanumérica crescente.

A Biblioteca da Univel é constantemente atualizada por meio de novas aquisições de livros e periódicos, com a finalidade de atender as necessidades dos cursos.

A Biblioteca oferece aos seus usuários espaços abertos, em regime de livre acesso, dando-lhe, assim, a possibilidade de circularem livremente nas estantes, tendo contato direto com o livro.

Os usuários da biblioteca dispõem de dois tipos de empréstimos: empréstimo de referência, que compreende a retirada de material bibliográfico para uso exclusivo no recinto da Biblioteca e empréstimo de circulação, à disposição para empréstimo domiciliar, permitido a alunos, professores e funcionários da IES. O limite de volumes emprestados e prazo de devolução variam de acordo com a categoria do usuário, conforme consta no regulamento da Biblioteca.

A Biblioteca oferece, por meio de computadores interligados em rede, o acesso para consulta ao acervo por: autor, título e assunto (s). A Biblioteca também está interligada à rede de informação COMUT (Programa de Comutação Bibliográfica na Internet), onde é possibilitada a cópia de artigos publicados em periódico técnico-científico a ser disponibilizado ao usuário.

A Política de aquisição (livros e periódicos) é realizada considerando a bibliografia básica e complementares indicadas para as disciplinas que integram a matriz curricular dos cursos, conforme indicados no PPC - Projeto Pedagógico de Curso. Qualquer mudança no currículo gera atualização das indicações bibliográficas que, por isso, estão permanentemente, no processo de aquisição de livros e outros materiais bibliográficos.

Durante todo o decorrer do ano, a IES disponibiliza recursos financeiros no seu orçamento para aquisição de material bibliográfico.

Ao início de cada semestre letivo, Coordenadores e Professores, ao planejarem suas atividades acadêmicas, encaminham as sugestões

bibliográficas referentes à formação geral e específicas dos cursos à Biblioteca para fins de aquisição. Este procedimento mantém o acervo atualizado e garante a expansão ordenada e otimizada do mesmo. A política de desenvolvimento do acervo tem como critério principal observar edições desatualizadas e substituir por novas edições ou novos lançamentos que tratem de assuntos das áreas de interesse.

Faz parte também da atualização do acervo, a inclusão de trabalhos de TCC's (Trabalho de Conclusão de Curso) referenciados que ficam à disposição para consulta, tendo em vista que a biblioteca conta com um repositório institucional para essa finalidade.

O horário de atendimento da Biblioteca é de segunda-feira a sexta-feira, das 07h30 às 12h e das 13h às 22h50 e aos sábados, das 08h00 às 14h00. No período de férias ou de recesso acadêmico, a Biblioteca pode ter seu horário alterado. Outras informações relacionadas ao funcionamento estão disponíveis no regulamento próprio da Biblioteca.

Acerca dos periódicos da área, a UNIVEL conta com o acesso disponível a diversos periódicos, tanto assinados quanto gratuitos, a disposição dos acadêmicos, vinculados na própria plataforma da biblioteca da instituição, para facilitar os usuários em suas buscas complementares de pesquisas de ponta em seus estudos. Os periódicos especializados são indexados e correntes, abrangendo as principais áreas temáticas e distribuídos entre as principais áreas do curso. Alguns dos títulos relacionam-se a mais de uma das áreas de conhecimento.

O curso de Marketing - EAD da Univel disponibiliza aos seus alunos uma coleção de periódicos em formato físico e digital. Abaixo, relacionamos os títulos com assinatura corrente:

### Periódicos disponíveis relacionados ao curso

TÍTULO	ACESSO
Revista HSM Management	Link de acesso: <a href="https://www.revistahsm.com.br/">https://www.revistahsm.com.br/</a> Usuário: <a href="mailto:online@periodicas.com.br">online@periodicas.com.br</a> Senha: Online@2021
Revista Dinheiro Rural	Impresso e online Link de acesso: <a href="http://banca.maven.com.br/pub/dinheiorural/">http://banca.maven.com.br/pub/dinheiorural/</a> Usuário: <a href="mailto:revistas@periodicals.com.br">revistas@periodicals.com.br</a> Senha: Online@2021
Jornal Gazeta do Paraná	Impresso
Jornal Hoje	Impresso
Jornal O Paraná	Impresso
RBCE: Revista brasileira de comércio exterior	Impresso
Revista Conjuntura Econômica	Impresso
Revista Logística	Impresso
Revista Mundo Logístico	Impresso
Revista Pitoco	Impresso
RTI – Redes, Telecomunicação e Instalações	Impresso

Os alunos também podem complementar suas pesquisas em bases/periódicos de acesso livre, tais como: Portal de Periódicos da CAPES, SCIELO.

Acerca do rol de cada uma das bibliografias básicas e complementares de cada unidade curricular, está disponível junto ao ementário de cada disciplina individualmente ao final deste PPC.

#### 4.8 LABORATÓRIOS DIDÁTICOS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA

Os objetivos gerais dos laboratórios são:

- ❖ Promover o desenvolvimento experimental do conteúdo trabalhado nas aulas teóricas das disciplinas vinculadas ao laboratório.
- ❖ Facilitar os trabalhos do coordenador, professor e pessoal técnico, por meio da especificação das respectivas atribuições.
- ❖ Apresentar aos usuários do laboratório as normas básicas, com vistas à realização de aulas práticas ou de pesquisa em conformidade com padrões de segurança;
- ❖ Informar à comunidade acadêmica, sobre a postura e os principais procedimentos a serem adotados no laboratório, visando protegê-los de riscos e acidentes.

#### 4.9 PROCESSO DE CONTROLE DE PRODUÇÃO OU DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO (LOGÍSTICA)

O Material didático utilizado na modalidade a distância do Centro Universitário Univel segue um rígido controle de qualidade. Contamos com uma equipe multidisciplinar que faz gestão do processo produtivo. Tal processo inicia-se com a seleção do conteudista que passa por um processo de formação, no qual toma conhecimento da Ementa da disciplina para a qual produzirá o material, neste momento apropria-se também das métricas a serem adotadas em sua produção e dos prazos de entrega para validação, ajustes (caso sejam necessários) e posterior homologação. Após a formação com o Professor conteudista a equipe de produção também realiza uma capacitação com a equipe de validação técnica, da qual faz parte um Professor validador, acompanhado da coordenação de curso.

O material produzido e validado passa por uma correção ortográfica e gramatical, bem como por uma adequação de linguagem para que o conteúdo além de teoricamente produtivo seja também dialogado e propicie ao aluno da instituição um maior aprendizado. Todo esse processo é executado por profissionais capacitados e sob a supervisão da equipe do Núcleo de Educação a Distância – NEAD.

Nosso material didático é diagramado dentro dos padrões do projeto gráfico escolhido e aprovado para a graduação EaD do Centro Universitário Univel pela equipe de designers gráficos com o acompanhamento de designers educacionais atendendo o desenho instrucional do curso. A logística do material didático se dá única e exclusivamente pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem. O mesmo é disponibilizado no AVA em formato PDF e o aluno tem a opção de baixar em seu aparelho de tecnologia de informação ou comunicação (PC, notebook, smartphone, tablet, entre outros) ou ainda realizar a impressão.

Há um sistema de controle gerencial através do sistema no AVA na qual é possível identificar os alunos que acessaram o material, possibilitando aos gestores o acompanhamento e gerenciamento dos processos com indicadores definidos.

Cabe ressaltar que todo o nosso material didático passa por avaliação constante para manter-se atual e adequado a melhor formação do aluno, primando sempre pela qualidade do nosso processo de ensino a partir da oferta de objetos de aprendizagem de qualidade.

#### 4.10 COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA (CEP)

Visando instrumentalizar a pesquisa na instituição e promover condições adequadas de realização da mesma, a UNIVEL prevê o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), que é um colegiado interdisciplinar e independente, de caráter consultivo, deliberativo e educativo, instituído pela IES para defender os interesses dos sujeitos de pesquisa na sua integridade e dignidade e para o desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos que lhe forem submetidas, em concordância com as Normas e Diretrizes Regulamentadoras da Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, conforme a Resolução n.º 196, de 10 de outubro de 1996 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

A Resolução n.º 196/96 de 10 de outubro de 1996, revisada pela Resolução n.º 196/96 em sua versão de 2012 e pelas resoluções n.º 240 de 05 de junho de 1997, n.º 251/97 de 7 de agosto de 1997, n.º 292/99 de 8 de julho

de 1999, n.º 304/00 de 9 de agosto de 2000, n.º 466 de 12 de dezembro de 2012 e n.º 510 de 07 de abril de 2016, regulamentam o funcionamento do CEP-UNIVEL.

De acordo com a Resolução n.º 196/96 “toda pesquisa em andamento no País e que envolve seres humanos deve necessariamente ser submetida à apreciação de Comitês de Ética em Pesquisa (CEPs), especialmente credenciados, sob a coordenação superior da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP)”. Cabe ao CONEP realizar o controle e avaliar as pesquisas a serem realizadas, analisar casos especiais agindo como órgão com responsabilidade crítica e atenta as atualizações dos protocolos desta área.

Conforme a Resolução n.º 510, de 07 de abril de 2016 a ética em pesquisa implica o respeito pela dignidade humana e a proteção devida aos participantes das pesquisas científicas envolvendo seres humanos. A pesquisa em ciências humanas e sociais exige respeito e garantia do pleno exercício dos direitos dos participantes, devendo ser concebida, avaliada e realizada de forma a prever e evitar possíveis danos que possam ocorrer aos participantes.

Cabe ao CEP-UNIVEL identificar conflitos de valores, refletir criticamente sobre dilemas e análise da ética em pesquisa, respeitando a dignidade do ser humano, conforme orientam as resoluções apontadas anteriormente.

Na composição do colegiado do CEP-UNIVEL não pode haver número inferior à 7 (sete) membros, sendo que sua constituição inclui a participação de profissionais da área da saúde, das ciências exatas, sociais e humanas, incluindo, por exemplo, juristas, teólogos, sociólogos, filósofos, bioeticistas e, pelo menos, um membro da sociedade representando os usuários da instituição, respeitando-se a proporcionalidade pelo número de membros. Poderá variar na sua composição, dependendo das especificidades da instituição e das linhas de pesquisa a serem analisadas. Os membros do CEP-UNIVEL, em exercício no ano de 2023, nomeados através de portaria emitida pela IES, são formados pelo coordenador, membros internos e membro externo, conforme detalhamento abaixo:

**I. Coordenador Titular**

- Prof. Me. Tiago Rafael Sausen (Professor da UNIVEL, Farmacêutico)

**II. Coordenador Adjunto**

- Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Raquel Goreti Eckert Dreher (Professora da UNIVEL, Nutricionista)

**III. Membros Titulares**

- Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Claudia Paiva Alegre Maller (Professora da UNIVEL, Bióloga)
- Prof.<sup>a</sup> Me. Eloeth Kaliska Piva (Professora da UNIVEL, Fisioterapeuta)
- Prof. Dr. Gabriel Dequigiovanni (Professor da UNIVEL, Engenheiro de Bioprocessos e Biotecnologia)
- Prof. Me. Gislaine Buraki (Professora da UNIVEL, Pedagoga)
- Prof. Esp. Mateus Souza da luz (Professor da UNIVEL, Enfermeiro)
- Prof.<sup>a</sup> Me. Marcela Gomes Ferreira (Professora da UNIVEL, Fisioterapeuta)
- Prof.<sup>a</sup> Me. Polyane Christina Ghiggi Werner (Professora da UNIVEL, Psicóloga)
- Prof. Dr. Silvano Piovan (Professor da UNIVEL, Biólogo)
- Prof.<sup>a</sup> Me. Susana Padoin (Professora da UNIVEL, Educação Física)
- Prof.<sup>a</sup> Dr. Talitha Fernandes Stefanello (Professora do Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais, CNPE, Biomédica)

**IV. Funcionária Administrativa**

- Amanda Goes Desprinda

**V. Representantes dos participantes de pesquisa**

- Maria Eunice Fernandes;
- Selmo Vieira de Freitas

## 5. EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS E BIBLIOGRAFIAS DO CURSO

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
Ambientação em Educação a Distância	20	1º
<b>EMENTA:</b>		
Elementos fundamentais da educação a distância; Modelo pedagógico dos cursos EaD; Recursos de aprendizagem do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA); Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia; Orientações de escrita acadêmica.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
BEHAR, Patricia Alejandra (orgs.). <b>Modelos pedagógicos em educação a distância</b> . Porto Alegre: Artmed, 2009.		
BELLONI, Maria Luiza. <b>Educação a distância</b> . 7. ed. Campinas: Autores Associados, 2021.		
VALENTE, José Armando; MORAN, José Manuel; ARANTES, Valéria Amorim (org.). <b>Educação a distância: pontos e contrapontos</b> . São Paulo: Summus, 2011.		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
MORAES, S. B. A. Notas sobre a avaliação da aprendizagem em educação a distância. EaD em Foco, Santa Maria, v. 4, n. 2, p. 12-30, 2014. Disponível em: <a href="https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/229/221">https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/229/221</a> .		
MARTINS, Evaneide Dourado; FELIX, Neudiane Moreira. Aluno aprendiz em educação a distância: material didático e avaliação, [s.l.], 2017. DOI <a href="http://dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.esp1.out.2017.9899">http://dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.esp1.out.2017.9899</a> . Disponível em: <a href="https://periodicos.fclar.unesp.br/rpge/article/view/9899/6811">https://periodicos.fclar.unesp.br/rpge/article/view/9899/6811</a>		
PIMENTEL, Nara. O desenvolvimento e o futuro da educação a distância no Brasil. Inc. Soc., Brasília, DF, v. 10, n. 1, p. 132-146, jul./dez., 2016. Disponível em: <a href="http://revista.ibict.br/inclusao/article/download/4178/3648">http://revista.ibict.br/inclusao/article/download/4178/3648</a>		

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	80	1º
<b>EMENTA:</b>		
Evolução das escolas de administração e bases históricas: Bases Históricas; Influências na Administração; Revolução Industrial e outras Influências; Origens da Teoria Clássica. Dos fundamentos da Administração ao surgimento da Escola Clássica: Fundamentos da Administração; Administração Científica; Administração Clássica; Teoria da Burocracia. Escola das Relações Humanas e processo decisório:		

Teorias das Relações Humanas; Teorias de Motivação; Tipos de Lideranças; Processo Decisório. Da Teoria Neoclássica às novas tendências da Administração: Teoria Neoclássica Funções do Administrador; Teoria de Sistemas; Teoria da Contingência; Tendências na Administração e críticas às novas abordagens da Administração.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

COLTRO, Alex. **Teoria geral da administração**. Curitiba: Intersaberes, 2015. **Virtual Pearson**

CARAVANTES, Geraldo R.; PANNO, Cláudia C.; KLOECKNER, Mônica C. **Administração: teorias e processos**. São Paulo: Pearson, 2005. **Virtual Pearson**

ROBBINS, S. P.; DECENZO, David A. **Fundamentos de administração: conceitos essenciais e aplicações**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

SOBRAL, Filipe; PECL, Alketa. **Fundamentos de administração**. São Paulo: Pearson, 2012. **Virtual Pearson**

SILVA, Reinaldo Oliveira. **Teorias da administração**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2013. **Virtual Pearson**

JONES, Gareth R. **Teoria das organizações**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2010. **Virtual Pearson**

GREY, C. **Um livro bom, pequeno e acessível sobre estudos organizacionais**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. **Virtual Grupo A**

AFFONSO, L. M. F. **Teoria geral da administração I**. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
PROMOÇÃO DE VENDAS E PÓS-VENDAS	80	1º

**EMENTA:**

Comunicação Integrada de marketing: Os 4 Ps de marketing; Ferramentas de CIM; Planejamento de CIM; Ciclo de vida do produto. Promoção de vendas: Tipos de Promoção de vendas; Influência do CVP na promoção de vendas; Planejamento de promoção de vendas; Promoção de vendas na internet. Marketing de relacionamento: Marketing de fidelização; Marketing de relacionamento; Classificação de clientes utilizando a curva ABC; CRM – Customer relationship management. Pós-venda: Pós-venda como serviço; Excelência no serviço de pós-venda; Planejamento Estratégico e Pós-venda; Implantação do Departamento de Pós-venda. Marketing Digital – Inboundmarketing; SEO; Landingpages; Promoção de Vendas e Pós-vendas aplicadas ao agronegócio;

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

DAL FARRA, Samanta Puglia; GEBER, Claudia Osna. **Gestão de vendas: uma visão sobre a arte de vender.** Curitiba: Intersaberes, 2020. **Virtual Pearson**

CONSOLI, M. A.; CASTRO, L. T.; NEVES, M. F. **Vendas: técnicas para encantar seus clientes.** Porto Alegre: Bookman, 2007. **Virtual Grupo A**

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

LIMA, A. P. L.; *et al.* **Comportamento do consumidor.** Porto Alegre: Sagah, 2019. **Virtual Grupo A**

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público.** Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

CRUZ, June Alisson Westarb (*et al.*) **Formação de preços: mercado e estrutura de custos.** Curitiba: InterSaberes, 2012. **Virtual Pearson**

OGDEN, James R. **Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador.** Pearson Prentice Hall, 2006 **Virtual Pearson**

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** Bookman Editora, 2001. **Virtual Grupo A**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
ECONOMIA	80	2º

**EMENTA:**

Introdução à Economia: Sistema econômico. Evolução do pensamento econômico. Fatores de produção. Interação dos agentes econômicos. Introdução à Microeconomia: Demanda, oferta e equilíbrio de mercado. Elasticidades. Estruturas de mercado. Teoria da produção e custos. Introdução à Macroeconomia: Agregados macroeconômicos. Moeda. Sistema Financeiro Nacional. Inflação. Introdução à Economia Brasileira e Internacional: Economia Brasileira. Desemprego. Economia Internacional. Globalização.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

SILVA, Adalberto Oliveira da (org.). **Introdução à economia e gestão.** São Paulo: Pearson, 2016. **Virtual Pearson**

MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Economia: fundamentos e aplicações.** 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2009. **Virtual Pearson**

SAMUELSON, P. *et al.* **Economia.** 19. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2012.

**Virtual Grupo A**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BLANCHARD, Olivier. **Macroeconomia**. 7. ed. São Paulo: Pearson, c2018. **Virtual Pearson**

PARKIN, Michael. **Economia**. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2009. **Virtual Pearson**

HUBBARD, R. G.; OBRIEN, A. **Introdução à economia**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. **Virtual Grupo A**

TEBCHIRANI, Flávio Ribas. **Princípios de economia: micro e macro**. Curitiba: Intersaberes, 2012. **Virtual Pearson**

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	80	2º

**EMENTA:**

Canais de Distribuição no marketing. Sistemas de CD. Participantes do CD. Processos comportamentais. Estratégias de canal. Desenho de canal. Avaliação de desempenho no CD. Canais eletrônicos. Marketing direto. Canais em serviços.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

TAYLOR, David A. **Logística na cadeia de suprimentos: uma perspectiva gerencial**. São Paulo: Addison-Wesley, 2005. **Virtual Pearson**

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. **Virtual Grupo A**

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BOWERSOX, D. et al. **Gestão logística da cadeia de suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2013. **Virtual Grupo A**

ROBLES, Léo Tadeu; LA FUENTE, José Maurício. **Logística reversa: um caminho para o desenvolvimento sustentável**. Curitiba: Intersaberes, 2019. **Virtual Pearson**

TROTT, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. **Virtual Grupo A**

SIMCHI-LEVI, D.; KAMINSKY, P.; SIMCHI-LEVI, E. **Cadeia de suprimentos projeto e gestão: conceitos, estratégias e estudos de caso.** Porto alegre: Bookman, 2010. **Virtual Grupo A**

IZIDORO, Cleyton (org.). **Logística reversa.** São Paulo: Pearson, 2015. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
DIREITO EMPRESARIAL	80	3º
<b>EMENTA:</b>		
Noções Gerais de Direito. Aspectos básicos do Direito nas áreas de Direito Constitucional, Tributário, Comercial, Trabalho, Civil e Direito de Empresa.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
FRAPORTI, S.; <i>et al.</i> <b>Direito empresarial I.</b> Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Virtual Grupo A</b>		
GABRIEL, Sérgio. <b>Manual de direito empresarial.</b> São Paulo: Rideel, 2018. <b>Virtual Pearson</b>		
FUTTERLEIB, Ligia Leindecker. <b>Fundamentos do direito constitucional.</b> Curitiba: InterSaberes, 2012. <b>Virtual Pearson</b>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
NIARADI, George. <b>Direito empresarial para administradores.</b> São Paulo: Pearson, 2008. <b>Virtual Pearson</b>		
MESSA, Ana Flávia. <b>Direito constitucional.</b> 5. ed. São Paulo: Rideel, 2018. <b>Virtual Pearson</b>		
BARBOZA, M. R. T. M.; ILANES, M. S.; GIACOMELLI, C. L. F. <b>Legislação e rotina trabalhista e previdenciária.</b> Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Virtual Grupo A</b>		
ALCANTARA, Silvano Alves. <b>Direito empresarial e direito do consumidor.</b> Curitiba: Intersaberes, 2017. <b>Virtual Pearson</b>		
NÓBREGA, Camile Silva. <b>Direito empresarial e societário.</b> Curitiba: InterSaberes, 2015. <b>Virtual Pearson</b>		

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
GESTÃO DE PESSOAS	80	3º
<b>EMENTA</b>		
Treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho, política salarial, estratégias de remuneração, programa de benefícios e incentivos, administração de cargos e salários, planejamento estratégico em RH, relações sindicais e trabalhistas,		

higiene e segurança no trabalho. Gerenciamento de equipes em homeoffice; Desenvolvimento e Motivação de equipes em Homeoffice; Liderança em Equipes multidisciplinares;

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

IVANCEVICH, J. M. **Gestão de recursos humanos**. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2008. **Virtual Grupo A**

BOOG, Gustavo; BOOG Magdalena (coords.). **Manual de treinamento e desenvolvimento: processos e operações**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2013. **Virtual Pearson**

ULRICH, D. et al. **A Transformação do RH: Construindo os Recursos Humanos de Fora para Dentro**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. 256p. ISBN: 9788577808397. **Virtual Grupo A**

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ABBAD, G. et al. **Medidas de Avaliação em Treinamento, Desenvolvimento e Educação: Ferramentas para gestão de pessoas**. 1. ed. Porto Alegre: Artmed, 2012. 300p. ISBN: 9788536326474 **Virtual Grupo A**

NOE, R. **Treinamento e Desenvolvimento de Pessoas**. 6. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2015. 408p. ISBN: 9788580554830 **(08ex. 2015). Virtual Grupo A**

DESSLER, Gary. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Pearson, 2014. **(08ex. 2014) Virtual Pearson**

CRAINER, S.; DEARLOVE, D. **Pensando o futuro: novas ideias sobre liderança, estratégia e inovação para o século 21**. Porto Alegre: Bookman, 2015. **Virtual Grupo A**

BORGES, L. O.; MOURAO, L. **O trabalho e as organizações: atuações a partir da psicologia**. Porto Alegre: Artmed, 2013. **Virtual Grupo A**

<b>COMPONENTE</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>MODULO</b>
CULTURA, SOCIEDADE E MEIO AMBIENTE	80	4º

#### **EMENTA:**

Temáticas relacionadas a atualidade com compreensão e análise crítica dos aspectos sociais, econômicos e políticos da sociedade, fundamentais ao exercício da cidadania. Relações étnico-raciais. Lei 10639/2003 e Resolução CNE/CP 01/2004. História e cultura afro-brasileira, africana, imigrantes e multiculturalismo no Brasil. Direitos Humanos. Resolução CNE/CP nº 01/2012. Espectro Autista Lei 12.764/2012. Educação ambiental e cidadania. Decreto 4281/2002. Relação homem versus natureza.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BARROSO, P. F.; BONETE, W. J.; QUEIROZ, R. Q. M. **Antropologia e cultura**. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

WITT, J. **Sociologia**. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. **Virtual Grupo A**

MOREIRA, A. F., CANDAU, V. M.(Orgs) **Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2008. **(10ex. 2013) Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

DIONIZIO, M.; *et al.* **Filosofia contemporânea**. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

BES, P.; *et al.* **Sociedade, cultura e cidadania**. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

ZIMMERMANN, Elton Colini Gonçalves. **O pensamento histórico do Brasil**. Curitiba: Contentus, 2020. **Virtual Pearson**

LOPES FILHO, A. R. I. F.; *et al.* **Ética e cidadania**. 2. ed. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

ANTUNES, Maria Thereza Pompa (org.). **Ética**. São Paulo: Pearson, 2012. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
FUNDAMENTOS DE MARKETING	80	4º

**EMENTA:**

Administração de marketing e captação de oportunidades de marketing: Conceitos, importância e orientação de marketing; Desenvolvimento de estratégias de planos de Marketing; Coleta de informações e previsão de demanda; Microambiente e Macro Ambiente de Marketing; Interação com os clientes, mercados organizacionais, segmentação, construção/gestão de marcas: Criação de relações de longo prazo baseadas em fidelidade; Análise de mercados consumidores; Análise dos mercados organizacionais; Posicionamento da marca e estratégias de competição. Desenvolvimento das ofertas de mercado, gerenciamento de serviços, preços e "valor" para o cliente: Estratégia de produtos e Serviços; Estratégia e determinação de preços; Canais integrados de marketing; Varejo, atacado e logística; Comunicação de "valor" e perenidade das organizações: Gerenciamento de comunicação de "massa" e "pessoais"; Concepção de novos produtos e exploração de mercados; Tendências nas práticas de marketing; Gestão de marketing holístico.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

SHIRAISHI, Guilherme (org.). **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2012. **Virtual Pearson**

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. **Virtual Pearson**

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall, 2003. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

AAKER, D. **On Branding: 20 Princípios que decidem o sucesso das marcas**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. **Virtual Grupo A**

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2005. **Virtual Pearson**

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. **Virtual Grupo A**

RIBEIRO, Lucyara (org.). **Marketing social e comportamento do consumidor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015. **Virtual Pearson**

ZEITHAML, V. *et al.* **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 6. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014. **Virtual Grupo A**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
EMPREENDEDORISMO	80	5º

**EMENTA:**

Origem e definição do empreendedorismo: Origem do empreendedorismo. Definição de Empreendedorismo. Origem da palavra empreendedor. Definição de empreendedor. Empreendedorismo e Plano de Negócios: O ensino do Empreendedorismo e suas características. Empreendedorismo, Incubadora Tecnológica e a importância da Inovação Tecnológica. O plano de negócios. A necessidade de um plano de negócios. Empreendedorismo corporativo e intraempreendedorismo: Cultura intraempreendedora. Definição de intraempreendedorismo. Modelo teórico integrado e desempenho. Empreendedorismo e Empresas: Diferenças entre empreendedor e empresário. Jovens empreendedores. Sobrevivência das empresas no Brasil. Características dos novos empreendimentos no Brasil.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. **Virtual Grupo A**

FABRETE, Teresa Cristina Lopes. **Empreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2019. **Virtual Pearson**

HISRICH, R. *et al.* **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014. **Virtual Grupo A**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BURGELMAN, R. A.; CHRISTENSEN, C. M.; WHEELWRIGTH, S. C. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções**. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. **Virtual Grupo A**

BRUCE, A. et al. **Via Expressa para o Sucesso em Inovação: Tudo que Você Precisa para Acelerar sua Carreira**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. **Virtual Grupo A**

AFFONSO, L. M. F.; RUWER, L. M. E.; GIACOMELLI, G. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

LACERDA, D. et al. **Gestão da Inovação e Competitividade no Brasil**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. **Virtual Grupo A**

PAIXÃO, M. V. **Inovação em produtos e serviços**. Curitiba: InterSaberes, 2014. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
PESQUISA DE MERCADO	80	5º

**EMENTA:**

O processo de pesquisa. Tipos e métodos de pesquisa. Tipos, fontes e formas de coleta de dados. Medidas e escalas. Instrumentos de coleta de dados. Amostragem. Métodos de análise de dados. Conclusão e apresentação dos resultados.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

PAIXÃO, Marcia Valéria. **Pesquisa e planejamento de marketing e propaganda**. Curitiba: Intersaberes, 2012. **Virtual Pearson**

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000. **Virtual Pearson**

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: Uma Orientação Aplicada**. 3ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2001. **Virtual Grupo A**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

HAIR JR., J. F.; *et al.* **Fundamentos de pesquisa de marketing**. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2014. **Virtual Grupo A**

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel, F.; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. **(04 ex. 2011) Virtual Pearson**

KOTLHER, Philip; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson, 2006. **(04 ex. 1999 / 12 ex. 2003) Virtual Pearson**

KOTLHER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. A bíblia do Marketing. 12ª Edição. São Paulo: Pearson, 2009. **(16 ex. 2006 / 05 ex. 2012) Virtual Pearson**

KOTLHER, Philip. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	80	6º
<b>EMENTA:</b>		
<p>Mercado consumidor e Mercado organizacional. Determinantes interpessoais e pessoais do comportamento do consumidor. O processo de decisão do consumidor. Comportamento de compra do consumidor final. Comportamento do consumidor organizacional. Mercado governamental. Fatores psicológicos e sociais envolvidos no processo de compras. As questões étnico raciais conforme Resolução CNE-CP 01/(2004). Comportamento de consumidores organizacionais na cadeia do agronegócio; Novos comportamentos de compra pós-pandemia;</p>		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
<p>RIBEIRO, Lucyara (org). <b>Marketing social e comportamento do consumidor</b>. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2015. <b>Virtual Pearson</b></p> <p>LIMA, A. P. L.; <i>et al.</i> <b>Comportamento do consumidor</b>. Porto Alegre: Sagah, 2019. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>PAIXÃO, Márcia Valéria. <b>A influência do consumidor nas decisões de marketing</b>. Curitiba: InterSaber, 2012. <b>Virtual Pearson</b></p>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
<p>SILVEIRA, G. C.; <i>et al.</i> <b>Antropologia do consumo</b>. Porto Alegre: SAGAH, 2021. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>SOLOMON, M. R. <b>O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo</b>. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>SILVA, R. S. <i>et al.</i> <b>Customer experience</b>. Porto Alegre: SAGAH, 2021. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. <b>Comportamento do consumidor: conceitos e casos</b>. São Paulo: Prentice Hall, 2005. <b>Virtual Pearson</b></p> <p>HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. <b>Estratégia de marketing e posicionamento competitivo</b>. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2005.</p>		

**Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
MARKETING DIGITAL E REDES SOCIAIS	80	6º
<b>EMENTA:</b>		
<p>Plataformas, tecnologias e estratégias digitais de marketing. Plano de Marketing Digital. Introdução aos mecanismos de busca: SEO e SEM. Tendências do marketing digital. O surgimento das redes sociais. O uso estratégico das redes sociais para pessoas, produtos, marcas e instituições. O impacto das redes sociais no ambiente empresarial. O gerenciamento do relacionamento com clientes utilizando as redes sociais. Interatividade na era digital. O monitoramento das redes sociais.</p>		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
<p>FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista; AZEVEDO, Ney Queiroz de. <b>Marketing digital: uma análise do mercado 3.0</b>. Curitiba: Intersaberes, 2015. <b>Virtual Pearson</b></p> <p>LIMA-CARDOSO, André; SALVADOR, Daniel O.; SIMONIADES, Roberto. <b>Planejamento de marketing digital: como posicionar sua empresa em mídias sociais, blogs, aplicativos móveis e sites</b>. Rio de Janeiro: Brasport, 2015. <b>Virtual Pearson</b></p> <p>REVILLION, A. S. P.; <i>et al.</i> <b>Marketing digital</b>. Porto Alegre: Sagah, 2019. <b>Virtual Grupo A</b></p>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
<p>HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. <b>Estratégia de marketing e posicionamento competitivo</b>. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2005. (04ex.2011/03ex.2005/02ex.2001) <b>Virtual Pearson</b></p> <p>TREVISAN, N. M. <i>et al.</i> <b>Publicidade on-line</b>. Porto Alegre: SAGAH, 2020. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>SCHIAVINI, J. M.; MARANGONI, E. <b>Marketing digital e sustentável</b>. Porto Alegre: Sagah, 2019. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>ROSSI, J. C. <i>et al.</i> <b>Gestão de conteúdos em canais sociais</b>. Porto Alegre: SAGAH, 2021. <b>Virtual Grupo A</b></p>		

RIBEIRO, Lucyara (org). **Marketing social e comportamento do consumidor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2015. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING	80	7º
<b>EMENTA:</b>		
<p>Conceitos básicos da comunicação integrada de marketing, planejamento de marketing nas empresas, conceitos, técnicas e gestão de ferramentas de comunicação, desenvolvimento de estratégias de comunicação, os principais instrumentos de comunicação: publicidade, relações públicas, merchandising, marketing direto e venda pessoal.</p>		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
<p>LIMA, A. P. L.; <i>et al.</i> <b>Comportamento do consumidor</b>. Porto Alegre: Sagah, 2019. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>FLATLEY, M.; RENTZ, K.; LENTZ, P. <b>Comunicação empresarial</b>. 2. ed. Porto Alegre: AMGH, 2015. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>KOTLER, P.; KELLER, Kevin. <b>Administração de marketing</b>: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Prentice Hall, 2006. <b>Virtual Pearson</b></p>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
<p>SILVA, R. S.; <i>et al.</i> <b>Análise de cenários e planejamento mercadológico</b>. Porto Alegre: Sagah, 2019. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>ZEITHAML, V. et al. <b>Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente</b>. 6. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>RIBEIRO, L. (org). <b>Marketing social e comportamento do consumidor</b>. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2015. <b>Virtual Pearson</b></p> <p>MALHOTRA, N. <b>Pesquisa de marketing</b>: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. <b>Virtual Grupo A</b></p> <p>HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. <b>Estratégia de marketing e posicionamento competitivo</b>. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2005. <b>Virtual Pearson</b></p>		

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MÓDULO
------------	---------------	--------

EXTENSÃO: SOLUÇÕES EMPRESARIAIS	80	7º
<b>EMENTA:</b>		
<p>Definição de estratégia empresarial. Ambiente interno e externo das organizações. Etapas para a formulação, implementação e acompanhamento das estratégias. Identificação de casos de estudo em empresas da comunidade e tratamento dos problemas por parte dos alunos com acompanhamento do professor. Apresentação das soluções aos empresários, análise da viabilidade de aplicação e acompanhamento dos resultados.</p>		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
<p>HOOLEY, Graham, J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. <b>Estratégia de marketing e posicionamento competitivo</b>. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005. <b>Virtual Pearson</b></p> <p>RUWER, L. M. E.; REIS, Z. C. <b>Estratégias organizacionais</b>. Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Grupo A</b></p> <p>BORTOLI, Cassiana. <b>Contabilidade e gestão de micro e pequenas empresas</b>. Curitiba: Contentus, 2020. <b>Virtual Pearson</b></p>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
<p>RUWER, L. M. E.; REIS, Z. C. <b>Estratégias organizacionais</b>. Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Grupo A</b></p> <p>SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. <b>Fatores condicionantes a taxa de mortalidade de empresas no Brasil</b>. Relatório de Pesquisa. Brasília. Disponível em:  <a href="http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\$File/NT00037936.pdf">http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\$File/NT00037936.pdf</a>.</p> <p>SILVA, V. F.; <i>et al.</i> <b>Gestão de empresa familiar</b>. Porto Alegre: Sagah, 2019. <b>Grupo A</b></p> <p>DRUCKER, P. <b>Práticas de Administração de Empresas</b>. São Paulo: Pioneira, 2003.</p> <p><b>(05ex.1998)</b></p> <p>CLEGG, S.; KORNBERGER, M.; PITSIS, T. <b>Administração e organizações</b>. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. <b>Virtual Pearson</b>.</p> <p>RUWER, L. M. E.; REIS, Z. C. <b>Estratégias organizacionais</b>. Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Grupo A</b></p>		

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
------------	---------------	--------

PLANEJAMENTO DE MÍDIAS	80	8º
<b>EMENTA:</b>		
Técnicas de pesquisa de mídia e sua utilização. O ambiente de mídia e sua importância no contexto da publicidade e propaganda. Compreender e executar um planejamento de mídia dentro das especificidades da campanha, cliente e mercado. As etapas de manutenção, ampliação, redução e negociação do plano de mídia com anunciantes e veículos de comunicação. Planejamento estratégico de mídia.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>		
FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista; AZEVEDO, Ney Queiroz de. <b>Marketing digital: uma análise do mercado 3.0.</b> Curitiba: Intersaberes, 2015. <b>Virtual Pearson</b>		
STICKDORN, M; SCHNEIDER, J. (orgs.). <b>Isto é design thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos.</b> Porto Alegre: Bookman, 2014. <b>Virtual Grupo A</b>		
MELO, B.; <i>et al.</i> <b>Gestão de marcas.</b> Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Virtual Grupo A</b>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
FABRETE, Teresa Cristina Lopes. <b>Empreendedorismo.</b> 2. ed. São Paulo: Pearson, 2019. <b>Virtual Pearson</b>		
BESSANT, J.; TIDD, J. <b>Inovação e empreendedorismo.</b> 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. <b>Virtual Grupo A</b>		
ARENS, W. F.; SCHAEFER, D., H.; WEIGOLD, M. F. <b>Propaganda.</b> Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2013. <b>Virtual Grupo A</b>		
MELO, B.; <i>et al.</i> <b>Gestão de marcas.</b> Porto Alegre: Sagah, 2018. <b>Virtual Grupo A</b>		
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de marketing.</b> 9. ed. Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall, 2003. <b>Virtual Pearson</b>		

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
MARKETING DE SERVIÇOS	80	8º
<b>EMENTA:</b>		
Base conceitual do Marketing de Serviços. Características e classificação dos serviços. Desenvolvimento dos serviços. Serviços com foco no cliente, em seu		

comportamento, suas expectativas e sua satisfação. Entrega de serviços. Qualidade em serviços. Relacionamento com clientes, reclamações e recuperação em serviços. Precificação de serviços.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

ARANTES, Elaine. **Marketing de serviços**. Curitiba: Intersaberes, 2012. **Virtual Pearson**

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. **Virtual Grupo A**

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006. **Virtual Pearson**

GARCIA, Janaína Leonardo (org.). **Marketing de serviços e de varejo**. São Paulo: Pearson, 2015. **Virtual Pearson**

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2014. **Virtual Grupo A**

PAIXÃO, Marcia Valéria. **Pesquisa e planejamento de marketing e propaganda**. Curitiba: Intersaberes, 2012. **Virtual Pearson**

OLIVEIRA, Bráulio (org.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2012. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	80	9º
<b>EMENTA:</b>		
Administração estratégica nas organizações: Os desafios da competitividade; Perspectiva Histórica e Conceitos; O processo de Administração Estratégica e o papel		

do estrategista; Intenção Estratégica. Análise do Ambiente e Análise de Cenários: Diagnóstico Estratégico; Ambiente Micro e Macro (interno e externo); Missão, Visão e Objetivos Estratégicos; Construção de Cenários. Metodologia e etapas do Planejamento Estratégico: Políticas Empresariais; Projetos e planos de ação; Tipos de Estratégias; Mudanças organizacionais. Avaliação de resultados estratégicos: Implementação do Plano Estratégico; Controle da Estratégia; Balanced Scorecard - BSC; Governança Corporativa. Análise do Mercado de Ações; Escala competitiva promovida pela digitalização das empresas;

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

GAMBLE, J. E.; THOMPSON JR., A. A. **Fundamentos da administração estratégica: a busca pela vantagem competitiva**. 2. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. **Virtual Grupo A**

CERTO, Samuel C.; *et al.* **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2005. **Virtual Pearson**

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado**. Porto Alegre: Bookman, 2012. **Virtual Grupo A**

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

GUAZZELLI, A. M.; XARAO, J. C. **Planejamento estratégico**. Porto Alegre: Sagah, 2018. **Virtual Grupo A**

ROCHA, Águida Garreth Ferraz (org.). **Planejamento e gestão estratégica**. São Paulo: Pearson, 2012. **Virtual Pearson**

HOOLEY, Graham, J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005. **Virtual Pearson**

THOMPSON JR., A. A.; STRICKLAND II, A. J.; GAMBLE, J. E. **Administração estratégica**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2008. **Virtual Grupo A**

MINTZBERG, H. *et al.* **Safári de estratégia: Um Roteiro pela Selva do Planejamento Estratégico**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. **Virtual Grupo A**

<b>COMPONENTE</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>MODULO</b>
ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA	80	9º
<b>EMENTA:</b>		
Apresentar ao aluno subsídios práticos para a realização dos trabalhos que lhes serão solicitados ao longo do processo ensino/aprendizagem da disciplina		

atividade prática supervisionada. Trata-se de uma iniciação prática para os estudantes, no sentido de fomentar uma reflexão sobre a elaboração do relatório da prática executada, que irão desenvolver no final desta disciplina.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

LAKATOS, E M.; Marconi. M. A. Metodologia de Trabalho Científico: Procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7ª edição, São Paulo, 2011.  
 MEDEIROS, J. B. Redação Científica: a prática de fichamentos, resumos e resenhas. 11ª ed, 5ª impressão, São Paulo, Atlas, 2012.  
 SEVERINO, A. J. Metodologia do trabalho científico. 23ª ed. São Paulo, Cortez, 2007.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

APOLINÁRIO, F. Metodologia da Ciência: Filosofia e Prática da Pesquisa. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.  
 BAUER, M. W. GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som; um manual prático. Tradução de PEDRINHO a. Guarechi. 7ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.  
 CHASSOTT, A. A ciência através dos tempos, 2ª ed. Reform., São Paulo, Moderna, 2004.  
 DEMO, P. Pesquisa e Construção de Conhecimento. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1996.  
 MINAYO, M. C. S., O Desafio do Conhecimento. São Paulo: Hucitec, 1993.

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E MARCAS	80	10º
<b>EMENTA:</b>		

Decisões sobre produto; conceito de marcas; decisões sobre marca; decisões sobre embalagem; inovação do produto; etapas para lançamento de novos produtos; política de preços; distribuição e ciclo de vida do produto; comunicação do produto; serviço como diferencial do produto; portfólio de produto.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

CRAWFORD, M.; DI BENEDETTO, A. **Gestão de novos produtos**. 11. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. **Virtual Grupo A**

HOOLEY, G.; PIERCY, N. F.; NICOLAUD, B. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. **Virtual Pearson**

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

ZEITHAML, V. *et al.* **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 6. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014. **Virtual Grupo A**

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. **Virtual Grupo A**

BURGELMAN, R. A.; CHRISTENSEN, C. M.; WHEELWRIGTH, S. C. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções**. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. **Virtual Grupo A**

TROTT, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. **Virtual Grupo A**

PAIXÃO, M. V. **Inovação em produtos e serviços**. Curitiba: InterSaberes, 2014. **Virtual Pearson**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
EXTENSÃO: CAMPANHAS DE MARKETING	80	10º
<b>EMENTA:</b>		
Identificação dos conceitos basilares do marketing. Comunicação integrada em marketing. Ferramentas de comunicação. Canais de comunicação. Definição de orçamento da campanha. Controle dos resultados. Análise prática de campanhas de marketing realizadas. Atuação prática na comunidade identificando campanhas,		

realizando análise de mercado e identificação de público-alvo; construção de propostas de campanhas de marketing para negócios locais; prática da campanha e acompanhamento dos resultados junto aos negócios locais.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

OLIVEIRA, Bráulio (org.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2012. **Virtual Pearson**

AAKER, D. A. **Administração estratégica de mercado**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. **Virtual Grupo A**

KOTLER, P.; KELLER, Kevin. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Prentice Hall, 2006. **Virtual Pearson**

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

PAIXÃO, Marcia Valéria. **Pesquisa e planejamento de marketing e propaganda**. Curitiba: Intersaberes, 2012. **Virtual Pearson**

LIMA, A. P. L.; *et al.* **Comportamento do consumidor**. Porto Alegre: Sagah, 2019. **Virtual Grupo A**

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2005. **Virtual Pearson**

OGDEN, James R. **Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador**. Pearson Prentice Hall, 2006 **Virtual Pearson**

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Bookman Editora, 2001. **Virtual Grupo A**

COMPONENTE	CARGA HORÁRIA	MODULO
OPTATIVA - LIBRAS	80	Optativa
<b>EMENTA:</b>		
Aspectos educacionais da surdez. A cultura das pessoas surdas. Análise das tendências educacionais: segregação e inclusão dos alunos surdos. Caracterização e desenvolvimento da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS): aspectos lógicos,		

morfológicos e gramaticais (sintaxe). Experimentação da utilização da língua de sinais: desenvolvendo a expressão gestual-visual-espacial. Análise do processo de tradução e interpretação: Libras/Português, Português/Libras.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BOTELHO, P. B. **Linguagem e letramento na educação dos surdos**: ideologias e práticas pedagógicas. 4 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2015. **Virtual Pearson**

DIAS, Rafael. **Língua Brasileira de Sinais**: Libras. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. **Virtual Pearson**

LUCHESE, Maria Regina Chirichella. **Educação de Pessoas Surdas**: Experiências vividas, histórias narradas. 4 ed. Campinas- SP: Papyrus, 2012. **Virtual Pearson**

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

**A EDUCAÇÃO que nós surdos queremos**. Porto Alegre, 1999. Documento elaborado pela comunidade surda a partir do pré-congresso ao V Congresso latino-americano de Educação Bilíngue para Surdos, realizado em Porto Alegre/RS, no salão de atos da reitoria da UFRGS, nos dias 20 a 24 de abril de 1999. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/18634121-A-educacao-que-nos-queremos.html>>. Acesso em 21 dez. 2020.

BRASIL. **Decreto n. 5626, de 22 de dezembro de 2005**. Brasília, 2005. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm)>. Acesso em: 21 set. 2016.

BRASIL. **Lei n. 1098, de 19 de dezembro de 2000**. Brasília, 2000. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L10098.htm)>. Acesso em: 11 out. 2016.

CAPOVILLA, Fernando César; MAURICIO, Aline Cristina; RAFHAEL, Walkiria Duarte. **Novo deit-libras**: dicionário enciclopédico ilustrado trilingue da língua de sinais Brasileira. São Paulo: Edurp, 2009. 2 v.

BRASIL. **Lei n. 12.319**, de 01 de setembro de 2010. Brasília, 2010. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2010/lei/12319.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/12319.htm)>. Acesso em 13 agost. 2020.

THOMA, Adriana da Silva *et al.* **Relatório do grupo de trabalho, designado pelas portarias nº1.060/2013 e nº91/2013, contendo subsídios para a política linguística de educação bilíngue– língua brasileira de sinais e língua portuguesa**. Brasília, DF: MEC: SECADI, 2014. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=56513>.

## **6 – ANEXOS**

### **6.1 ANEXO - REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES**

Regulamento das Atividades Complementares de Graduação do Curso Superior de Tecnologia em Marketing - EAD

Dispõe sobre as Atividades Complementares do CST em Marketing na modalidade à distância do Centro Universitário Univel.

A Coordenação Geral do CST em Marketing - EAD, no uso de suas atribuições, considerando a necessidade de publicar o Regulamento das Atividades Complementares de Graduação (ACGs), RESOLVEM:

## **Capítulo I**

### **Disposições gerais**

Art. 1º. A presente norma constitui parte integrante do currículo pleno do Curso de Marketing, como anexo, e tem por finalidade regulamentar a oferta, o aproveitamento e a validação das atividades complementares de graduação (ACGs). O integral cumprimento das ACGs, na forma e prazos neste Regulamento previstos, é indispensável para a conclusão do curso.

Art. 2º. Por Atividade Complementar de Graduação (ACG) fica entendido como uma modalidade específica de atuação acadêmica, onde o corpo discente da Instituição deve interagir na sua formação, através da sua participação em programas de ensino, pesquisa e extensão extracurriculares, atividades estas consideradas pertinentes e úteis para a sua formação humana e profissional, conforme modalidades definidas por este Regulamento.

Art. 3º. As ACGs têm como objetivos básicos:

- I - Flexibilizar o currículo pleno do CST em Marketing;
- II - Propiciar aos alunos a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar, visando uma formação acadêmica mais completa;
- III - Fomentar a iniciação à pesquisa, ensino e extensão;
- IV - Integrar o aluno às atividades da instituição;
- V - Contribuir para uma formação ética e humanística do aluno;
- VI - Incentivar a reflexão crítica do aluno e a descoberta de novas aptidões;
- VII - Desenvolver senso de responsabilidade social e autonomia na busca do saber.

## **Capítulo II**

### **Modalidades de ACGs**

Art. 4º. São modalidades de atividades complementares:

- I - Atividades de Extensão (limite de 60 h no decorrer do curso);
- II - Atividades de Pesquisa e Iniciação Científica (limite de 60 h no decorrer do curso);
- III - Palestras, seminários, congressos, conferências, cursos, minicursos e outros do gênero (limite de 40 h no decorrer do curso);
- IV - Disciplinas não previstas na grade curricular (limite de 40 h no decorrer do curso);
- V - Monitoria (limite de 40 h no decorrer do curso);

- VI – Voluntariado (limite de 40 h no decorrer do curso);
- VII - Atividades Culturais e Artísticas (limite de 40 h no decorrer do curso);
- VIII - Atividades em EAD (limite de 40 h no decorrer do curso);
- IX - Cursos preparatórios para concursos em Marketing (limite de 40 h no decorrer do curso).

Art. 5º. Considera-se como atividade de extensão:

- I - A participação em cursos de extensão ofertados pelo Centro Universitário UNIVEL, desde que relacionados às áreas de formação profissional do CST em Marketing;
- II - A participação em projetos comunitários e/ou sociais relacionados às áreas de formação profissional do curso de graduação;
- III - O envolvimento na organização de eventos acadêmicos, tais como seminários científicos, semanas acadêmicas, entre outros.

Art. 6º. Consideram-se como atividades de pesquisa e iniciação científica:

- I - a participação e desenvolvimento de projetos de iniciação científica vinculados ao Centro de Pesquisa e Extensão do Centro Universitário e ao Núcleo de Estudos e Pesquisas em Saúde (NEPSAU);
- II - a participação em projetos de pesquisa vinculados ao Centro de Pesquisa e Extensão do Centro Universitário e ao NEPSAU.
- III - trabalhos publicados em periódicos acadêmico-científicos;
- IV - participação em eventos de iniciação científica ou em congressos científicos relacionados aos projetos desenvolvidos pelo acadêmico.

Art. 7º. Considera-se como ACG a participação do acadêmico em palestras, seminários, minicursos, cursos, congressos e conferências acadêmicas, e outros do gênero, desde que devidamente comprovados e que tenham relação com as áreas de formação profissional do CST em Marketing.

Art. 8º. Considera-se monitoria a modalidade específica de atuação acadêmica, onde o corpo discente da instituição tem a possibilidade de participar em atividades de iniciação à docência, através da realização de programas de ensino, com apoio e orientação do corpo docente.

Parágrafo único: as atividades de monitoria serão regulamentadas pelo Colegiado do CST em Marketing de acordo com as orientações gerais do CAS.

Art. 9º. Serão aceitas como ACGs as disciplinas:

- I - não integrantes da base curricular mínima e obrigatória do CST em Marketing, desde que mantenham relação com a formação desejada;
- II - ofertadas por outros cursos do Centro Universitário UNIVEL ou de outras IES;
- III - cursos de idiomas, informática e de oratória frequentados durante o transcorrer do curso;
- IV - outras atividades relevantes à formação profissional, desde que analisadas e autorizadas antecipadamente pela coordenação de atividades complementares.

Art. 10. O voluntariado compreende a participação do acadêmico em atividades de prestação de serviços junto à sociedade, não necessariamente relacionadas à formação profissional, podendo estar vinculadas ou não a outros projetos do Centro Universitário UNIVEL.

Art. 11. As atividades Culturais e Artísticas somente serão aceitas aquelas realizadas pela própria instituição ou autorizadas anteriormente pela coordenação das ACGs.

Art. 12. Serão consideradas atividades em EAD, as realizadas pelo sistema de ensino a distância, nas submodalidades *online* (via internet) e tele transmitidos (via satélite), especificamente na área de formação psicológica. Devido à importância para a formação profissional do acadêmico, os cursos de informática e idiomas realizados on-line também serão aceitos nesta modalidade.

Art. 13. Os cursos preparatórios para concursos em Marketing serão considerados e computados, em modalidade específica, independentemente de serem presenciais, tele presenciais ou EAD, desde que devidamente acompanhados por programação descrevendo as disciplinas ministradas.

Art. 14. As ACGs organizadas ou criadas por iniciativa de docentes ou de discentes deverão ter um projeto prévio e um relatório posterior à atividade, conforme modelos divulgados para cada tipo de atividade, registrados na Coordenação de Atividades Complementares.

### **Capítulo III**

#### **Da carga horária das ACGs**

Art. 15. Em consonância ao Projeto Pedagógico do CST em Marketing, o(a) acadêmico(a) deverá cumprir, obrigatoriamente, o mínimo 64 horas de atividades complementares de graduação para a obtenção do diploma de bacharel.

I - As ACGs deverão, necessariamente, ser desenvolvidas durante a realização do CST em Marketing.

II - A partir do 1º período, o(a) acadêmico(a) deverá comprovar a realização das ACGs em requerimento próprio, ou da maneira determinada pela Coordenação de Atividades Complementares de Graduação, sob pena de reprovação nesta atividade.

III - O aluno deverá cumprir a seguinte carga horária de ACG:

a) 1º período: 16 horas
b) 2º período: 16 horas
c) 3º período: 16 horas
d) 4º período: 16 horas

IV - A carga horária excedente será computada para o semestre seguinte.

Art. 16. A validação da carga horária cumprida pelo(a) acadêmico(a) nas ACGs atenderá os seguintes critérios:

I - Para as atividades realizadas fora desta IES, a Coordenação das ACGs poderá atribuir carga horária inferior à que consta em certificados ou em outros instrumentos de registro, caso entenda que o total das horas a serem registradas não são compatíveis com a atividade desenvolvida, validando no máximo 4 horas por período.

II - Estas atividades devem contemplar uma visão interdisciplinar, visando uma formação ampla do(a) acadêmico(a) que está em contato com outras áreas do saber.

III - Para efeitos de cumprimento das exigências curriculares, cada modalidade de ACG, prevista no art. 4º, terá carga horária máxima computável ao longo do Curso correspondente a 85% (oitenta e cinco por cento) do total das horas exigidas, a fim de incentivar o(a) acadêmico(a) a diversificar a sua prática entre as modalidades.

IV - Para efeitos de registro no histórico escolar, as horas cumpridas em ACG que excedam o mínimo exigido poderão ser consideradas, respeitando as disposições do inciso anterior.

V - Para cada modalidade de atividade complementar, atribuir-se-á:

a) as horas constantes no instrumento de registro pela participação do(a) acadêmico(a) como ouvinte em palestras, seminários, congressos, conferências e outros do gênero. Por turno da atividade desenvolvida, será registrado até 04 (quatro) horas, observando-se o disposto no inciso I;

b) o total de horas atividades do evento que o(a) acadêmico(a) tenha participado como organizador(a) ou outra função equivalente, observando-se, todavia, o disposto no inciso I;

c) até 40 (quarenta) horas para o exercício de monitoria em uma disciplina, condicionado à apresentação do certificado de conclusão da atividade;

d) até 40 (quarenta) horas para cada disciplina cursada pelo(a) acadêmico(a), quando não prevista no currículo pleno do curso;

e) até 40 (quarenta) horas pela participação em um projeto de pesquisa, de iniciação científica ou de extensão, desde que esteja concluído e certificado;

f) até 40 (quarenta) horas pela participação em cada projeto social, como voluntário, mediante a apresentação prévia do projeto e do posterior relatório da respectiva atividade, ou por qualquer outro meio permitido pela coordenação das ACGs.

g) 10 (dez) horas para cada artigo publicado na íntegra em revista;

h) 5 (cinco) horas para cada trabalho publicado em anais;

i) até 5 (cinco) horas pela apresentação de trabalho em evento científico;

j) até 30 (trinta) horas pela frequência em curso de idioma, desde que certificadas;

l) até 20 (vinte) horas pela frequência em curso de informática, desde que

certificadas, independente da modalidade;

m) até 40 (quarenta) horas pela participação em cada curso realizado em sistema de Ensino à distância. Somente serão aceitas se forem relacionadas especificamente à formação do acadêmico, ou quando se tratar de curso de informática e idiomas on-line. Em se tratando de cursos de informática e idiomas à distância observar-se-á o disposto nas alíneas j e l.

n) até 40 (quarenta) horas pela participação em cada curso preparatório para concursos de logística. Os comprovantes de participação deverão conter a descrição das disciplinas ministradas.

o) até 60 (sessenta) horas pela participação em palestras, seminários, congressos, conferências, cursos, minicursos e outros do gênero.

p) outras atividades relevantes à formação profissional serão analisadas pela coordenação de atividades complementares e atribuída carga horária compatível com o seu desempenho.

VI - As atividades culturais somente serão aceitas aquelas que forem promovidas pela Instituição, quando houver convênio com a mesma ou ainda quando autorizadas pela coordenação de ACGs.

VII - Se entender necessário, a coordenação das ACGs poderá pedir informações adicionais sobre a atividade desenvolvida para efeito de sua validação.

VIII - Serão desconsiderados os certificados e/ou relatórios apresentados se for constatada qualquer irregularidade, estando sujeito o(a) aluno(a) que o apresentou à punição na forma do regimento da IES.

## **Capítulo IV**

### **Das obrigações do(a) discente**

Art. 17. Todos os acadêmicos matriculados regularmente no CST em Marketing - EAD estão sujeitos às disposições deste Regulamento.

#### **Art. 18. São obrigações do(a) acadêmico (a):**

I - cumprir a carga horária total das atividades complementares, nas modalidades e condições previstas neste Regulamento;

II - requerer o registro formal das atividades desenvolvidas ao longo do curso perante a Coordenação de Atividades Complementares, por protocolo, conforme as datas estabelecidas em edital, mediante a apresentação do certificado original ou instrumento equivalente de aferição de frequência, e entrega de uma cópia do mesmo;

III - retirar os certificados de eventos organizados pela UNIVEL, em data posterior a entrada em vigor deste regulamento.

IV - entregar relatório final das atividades desenvolvidas, quando for exigência da modalidade em questão;

V - conferir os editais de divulgação dos prazos para retirada de certificados, protocolo de ACGs e resultados dos requerimentos feitos à Coordenação.

## **Capítulo V**

### **Da Coordenação das Atividades Complementares de Graduação**

Art. 19. A Coordenação das ACGs é vinculada à Coordenação Geral do CST em Marketing - EAD

Art. 20. Caberá a coordenação de Atividades Complementares:

I - Regulamentar as atividades complementares do Curso, no que concerne à distribuição das atividades de acordo com o tempo de duração do curso, bem como a atribuição de percentagem para cada categoria em relação a carga horária total a ser cumprida;

II - Apreciar e decidir sobre a validação das atividades realizadas pelos(as) acadêmicos(as);

III - Exigir a comprovação documental pertinente dos acadêmicos;

IV - Aprovar o relatório final de Atividades Complementares de cada aluno;

V - Controlar o lançamento das atividades cumpridas na ficha individual de cada aluno;

VI - Manter organizado o arquivo geral das atividades;

VII - Remeter para a Secretaria do Centro Universitário o relatório final das ACGs realizadas pelos acadêmicos e a respectiva carga horária computada, para fins de registro no histórico escolar correspondente;

VIII - Estabelecer e executar o cronograma das ACGs a cada ano letivo;

IX - Disponibilizar informações sobre atividades oferecidas fora da Instituição;

X - Convocar reuniões com os professores do Curso a fim de estimulá-los a desenvolver atividades complementares;

XI - Manter relação com os responsáveis por estas atividades de outros cursos da IES visando criar, para os alunos do Curso, acesso a atividades do seu interesse;

XII - Estabelecer contato com órgãos e instituições públicas com a finalidade de desenvolver atividades em parceria em proveito dos alunos;

Art. 21. Da decisão da coordenação de atividades complementares caberá recurso ao Colegiado do CST em Marketing.

## **Capítulo VI**

### **Disposições Gerais e Transitórias**

Art. 22. Os casos omissos serão analisados pela Coordenação das ACGs, que poderá convocar um colegiado, formado pelo Coordenador Geral do CST em Marketing e por mais outro professor integrante do Colegiado do Curso, para decidir questões complexas.

Art. 23. Acerca da gestão e aproveitamento das atividades realizadas, os alunos poderão protocolar as atividades já realizadas na coordenação do curso, que

posteriormente estará encaminhando em edital, via sistema acadêmico e também por e-mail, para facilitação da conferência ao aluno, pelo menos duas vezes no semestre o total de atividades complementares que o aluno obteve até aquele momento, de forma que torne eficiente o acompanhamento do mesmo, visando que faça de maneira sistemática o cumprimento das atividades complementares e não as acumule no final do curso.

**Art. 24. Esta resolução entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.**

**Cascavel, 01 de fevereiro de 2020.**

Prof. Lúcio Scheuer  
Coordenador do CST em Marketing  
Centro Universitário UNIVEL

## 6.2 ANEXO - REGULAMENTO DO REGIME DE MONITORIA DO CURSO DE MARKETING - EAD

### **Regulamento do Regime de Monitoria do Curso de Marketing**

Dispõe sobre o Regime de Monitorias do Curso de Marketing do Centro Universitário Univel.

A Coordenação Geral do Curso de Marketing do Centro Universitário Univel, no uso de suas atribuições, considerando a necessidade de regulamentar as Monitorias relativas ao Curso de Marketing, em conformidade com a Resolução 01/2012, do Conselho de Administração Superior (CAS), RESOLVEM:

#### **Capítulo I** **Definição de Atividade de Monitoria**

Art. 1º. O Sistema de Monitoria do Centro Universitário Univel fica entendido como uma modalidade específica de atuação acadêmica, onde o corpo discente da Instituição tem a possibilidade de interagir na atividade de iniciação à docência, através da realização de programas de ensino, pesquisa e extensão, com apoio do corpo docente.

#### **Capítulo II** **Objetivos da Monitoria**

Art. 2º. O Sistema de Monitoria do Centro Universitário Univel tem como objetivos básicos:

- I - Propiciar uma formação acadêmica mais completa;
- II - Fomentar a iniciação à docência;
- III - Integrar o aluno às atividades da instituição;

- IV - Incentivar a reflexão crítica do aluno e a descoberta de novas aptidões;
- V - Preparar o aluno para auxiliar sua comunidade através da atividade de ensino e aprendizagem;
- VI - Auxiliar a evolução do acadêmico com dificuldades de aprendizagem, através do constante acompanhamento por monitores e docentes;
- VII - Interagir os cursos de graduação, sequenciais com a pós-graduação.

### **Capítulo III** **Funções do Monitor**

Art. 3º - São funções do monitor:

I - Participar, juntamente com o professor responsável pelas atividades de ensino, em tarefas condizentes com o seu grau de conhecimento e experiência:

- a) no planejamento das atividades;

- b) na preparação de aulas, no processo de avaliação e na orientação aos alunos;
- c) na realização de trabalhos práticos e experimentais.

II - Participar na prática do ensino, constituindo-se em elo de ligação entre professor e alunos, sempre sob supervisão do professor responsável pela disciplina.

Art. 4º. As atividades do monitor obedecerão à programação elaborada pelo professor responsável e aprovada pela Coordenação de Atividades Complementares.

### **Capítulo IV** **Obrigações do Monitor**

Art. 5º. São obrigações do monitor:

I - Auxiliar o acadêmico no processo ensino-aprendizagem;

II - Cumprir todas as tarefas estabelecidas conforme o plano elaborado;

III - Auxiliar o professor orientador na elaboração do plano de trabalho;

IV - Atender com cordialidade e presteza aos pedidos dos alunos sob sua orientação;

V - Comparecer às atividades no horário e local determinado pelo professor orientador;

VI - Levar todas as dificuldades encontradas nos momentos do desenvolvimento das atividades ao professor orientador;

VII - Avisar com antecedência aos alunos o horário e local das atividades;

VIII - Prestar contas ao professor orientador das atividades desenvolvidas e seus resultados;

IX - Agir com eficiência, boa-fé e ética;

X – Prestar contas por meio de relatório.

Art. 6º. Fica vedado a qualquer monitor:

I. Agir diversamente do que se constituir como sua obrigação;

II. Receber qualquer valor ou benefício de qualquer aluno sob sua orientação;

III. Realizar qualquer projeto sem autorização do professor orientador;

IV. Ter mais que uma disciplina de monitoria, salvo quando pertencentes à mesma área de conhecimento;

V. Ser desrespeitoso com qualquer aluno sob sua égide, quer no campo da agressão física quanto moral;

Art. 7º. A prática de qualquer dos atos descritos no artigo anterior gera ao monitor a sanção de exclusão da monitoria e, a critério da Colegiado do curso de Marketing, a recomendação à Direção Geral para aplicação de sanções descritas no Regimento Interno do Centro Universitário Univel.

### **Capítulo V** **Professor Orientador**

Art. 8º. O professor orientador deve ser docente do Centro Universitário Univel, tendo lecionado há pelo menos seis meses na Instituição, salvo disposição contrária da Coordenação de Atividades Complementares, devidamente fundamentada.

Art. 9º. O professor orientador terá um aluno monitor para cada matéria lecionada, salvo necessidade especial a ser objeto de decisão da Coordenação de Atividades Complementares.

Art. 10. O professor orientador é responsável pela atuação do monitor.

Art. 11. São funções e obrigações do professor orientador:

- I - Acompanhar o monitor em suas atividades, avaliando sua evolução;
- II - Elaborar o plano de trabalho da disciplina, esclarecendo as temáticas ao monitor;
- III - Acompanhar a distribuição de atividades aos alunos pelo monitor;
- IV - Controlar a frequência do monitor;
- V - Zelar pela correção das atividades do monitor, orientando-o no sentido técnico, ético e moral;
- VI - Informar à Coordenação de Atividades Complementares qualquer irregularidade na atuação do monitor;
- VII - Informar semestralmente à Coordenação de Atividades Complementares, em ofício padrão, dados acerca da frequência do monitor e de seu desempenho acadêmico.
- VIII - Atender às solicitações da Coordenação de Atividades Complementares;

Art. 12. Fica vedado ao professor orientador:

- I - Deixar de atender as obrigações descritas no artigo anterior;
- II - Transferir ao monitor atividades que estejam fora das funções deste;

### **Capítulo VI** **Coordenação Geral do Sistema de Monitoria**

Art. 13. A coordenação geral do Regime de Monitoria do Curso de Marketing do Centro Universitário Univel será exercida pela Coordenação de Atividades Complementares, vinculada à Coordenação do Curso de Marketing, que avaliará o desenvolvimento do sistema.

Art. 14. Caberá ao Coordenador de Atividades Complementares supervisionar:  
a) O programa, planejamento e critérios de avaliação da disciplina;  
b) As formas de acompanhamento das atividades do monitor;  
c) O processo de seleção dos monitores e homologação dos resultados;

Art. 15. Caberá à Coordenação de Atividades Complementares decidir sobre eventuais recursos interpostos por alunos monitores, bem como sobre questionamentos levantados pelos professores orientadores.

Art. 16. Da decisão do Coordenador de Atividades Complementares caberá recurso ao Colegiado do Curso de Marketing.

## **Capítulo VII** **Cronograma de Atividades**

Art. 17. O cronograma de atividades da monitoria conterà os seguintes eventos:  
I - Divulgação de edital de abertura de inscrições;  
II - Inscrições;  
III - Realização do processo de seleção;  
IV - Homologação dos resultados e divulgação;  
V - Desenvolvimento das atividades de monitor;  
VII - Conclusão do programa;  
VIII - Certificação.

## **Capítulo VIII** **Inscrição e Seleção**

Art. 18. Poderão se inscrever para seleção em monitoria de ensino:  
I - Os alunos regularmente matriculados nos cursos da IES;  
II - Os alunos de outras instituições nacionais ou estrangeiras, em caráter excepcional e somente durante o tempo de permanência no Centro Universitário Univel, em virtude de convênios que assim o permitam, na forma prevista em portaria específica da Coordenação de Atividades Complementares.

Art. 19. No caso das monitorias de ensino, poderão inscrever-se para seleção:  
I - Os candidatos que tiveram integralizado a disciplina para a qual postulam-se;  
II - Os candidatos que cursaram com bom rendimento a disciplina à qual postulam-se, demonstrada através de análise curricular;  
III - Os candidatos interessados em disciplinas recém criadas, ainda não oferecidas ou que não façam parte de seu currículo, deverão demonstrar conhecimento técnico ou prático na área que postulam.

IV - Os candidatos que estiverem cursando os três últimos anos, em caso de graduação.

Art. 20. A seleção será realizada nos moldes descritos em portaria específica de lavra da Coordenação de Atividades Complementares, devendo contar com, no mínimo, quatro fases:

- a) Prova escrita;
- b) Análise curricular;
- c) Análise do histórico acadêmico;
- d) Entrevista.

Parágrafo-único. Nas fases constantes deste artigo, adotar-se-ão os seguintes critérios:

I - Serão atribuídas notas de zero a dez, ficando habilitado o candidato que obtiver média igual ou superior a sete;

II - Havendo mais de um candidato aprovado, a comissão indicará a ordem de classificação;

III - Em caso de empate, prevalecerá a maior nota obtida na análise curricular. Persistindo o empate, prevalecerá a maior nota da análise do histórico acadêmico. Se, ainda, houver empate, a melhor entrevista.

Art. 21. Após o término da seleção, será lançado em edital os nomes dos acadêmicos aprovados.

### **Capítulo IX** **Certificação das atividades**

Art. 22. Ao monitor, após conclusão com aproveitamento das atividades e a homologação dos relatórios pela Coordenação de Atividades Complementares, será outorgado:

- I - até 50% (cinquenta por cento) da carga horária exigida para o cumprimento das atividades complementares;
- II - registro da atividade em histórico escolar;
- III - certificado de monitoria.

Art. 23. Será outorgado ao professor responsável pela atividade, certificado de orientador em monitoria no período.

### **Capítulo X** **Desligamento do Monitor**

Art. 24. O desligamento do monitor poderá acontecer pelos seguintes motivos:

- I - Conclusão do processo;
- II - Descumprimento das Obrigações.

Parágrafo-único. Em caso de desligamento, o professor responsável pela atividade deverá comunicar à Coordenação de Atividades Complementares, que adotará as medidas de exclusão.

## Capítulo XI **Disposições Gerais e Transitórias**

Art. 25. A monitoria será gratuita por tempo indeterminado;

Art. 26. Os casos omissos serão analisados pelo coordenador das Atividades Complementares.

Art. 27. Esta resolução entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

Cascavel, 19 de fevereiro de 2020.

Prof. Lúcio Scheuer  
Coordenador do CST em Marketing  
Centro Universitário UNIVEL

### 6.3 ANEXO - REGULAMENTO DAS DISCIPLINAS LIVRES

#### **REGULAMENTO INSTITUCIONAL DE DISCIPLINAS LIVRES DO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL**

Este documento dispõe sobre as normas e procedimentos para o exercício das Disciplinas Livres para os alunos dos cursos de graduação do Centro Universitário UNIVEL.

#### **CAPÍTULO I DA DEFINIÇÃO DAS DISCIPLINAS LIVRES**

**Art. 1º** - As Disciplinas Livres são de livre escolha do aluno, dentro de uma lista previamente estipulada pela coordenação do curso e aprovada pelo respectivo colegiado, estando descritas claramente no PPC do curso. Elas se voltam a flexibilização da matriz curricular dos cursos de graduação do Centro Universitário UNIVEL, possibilitando ao aluno aprofundar-se em temáticas que são de seu interesse e adquirir um conhecimento além do previsto na matriz base de seu curso, desde que respeitada a inter-relação com seu curso base.

**Art. 2º** - A realização das disciplinas livres não podem prejudicar em nenhuma hipótese o adequado andamento da Matriz Curricular do aluno, sendo que o mesmo pode optar por fazer essas disciplinas em contraturno ou em algum horário que esteja disponível em seu quadro de horários das aulas em que está regularmente matriculado.

**Parágrafo único** – Para que o aluno possa matricular-se em uma disciplina livre, ele não poderá estar com dependências ou reprovações a serem cursadas de seu curso regular no momento da realização da disciplina livre, devendo priorizar sempre a realização das disciplinas necessárias para o andamento regular da

matriz curricular do curso base do aluno, sob o risco de sobrecarregar o número de disciplinas realizadas e prejudicar o índice de aproveitamento das mesmas.

**Art. 3º** - O aluno poderá optar por até 1 (uma) disciplina livre a cada semestre, de forma gratuita para o aluno, sem que o valor da mensalidade do curso seja onerado por isso.

## **CAPÍTULO II DOS OBJETIVOS**

**Art. 4º** - As disciplinas livres têm como objetivos:

- I) Possibilitar o aprimoramento das competências e habilidades previstas nas Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos e PPC do curso;
- II) Flexibilizar o aprendizado do aluno, de forma a individualizar o currículo do acadêmico de forma singular de acordo com suas preferências, respeitando os conteúdos inter-relacionados ao seu curso base.
- III) Oportunizar ao acadêmico a experiência intercurso possibilitando a interdisciplinaridade e troca de aprendizados nas mais diversas áreas do conhecimento, aprimorando sua capacidade de aprendizado e de integração e relacionamento interpessoal com acadêmicos de diferentes cursos.

## **CAPÍTULO III DA MATRÍCULA E APROVEITAMENTO**

**Art. 5º** - A matrícula da disciplina livre deverá ser realizada por meio de **Termo Aditivo** a cada semestre na Secretaria Acadêmica da instituição, de acordo com os prazos estabelecidos previamente e divulgados no início do período letivo, respeitando o número limite de vagas disponíveis para cada disciplina.

**Parágrafo único:** As disciplinas livres somente poderão ser realizadas no regime de oferta regular das disciplinas durante o semestre letivo, não sendo possível cursá-las quando as mesmas estiverem ofertadas em regime de reoferta.

**Art. 6º** - As disciplinas livres têm caráter interdisciplinar e poderão ser convalidadas como atividades complementares de graduação no curso de origem do aluno, respeitando a carga horária máxima da validação de cada certificação de acordo com o regulamento das atividades complementares de cada curso.

**Art. 7º** - O aluno estará sujeito a realização de avaliações (provas e trabalhos) e a frequência mínima necessária da disciplina cursada como qualquer outro acadêmico regularmente matriculado, podendo, também, ao final da disciplina, ser aprovado ou reprovado de acordo com seu desempenho.

**Art. 8º** - O aluno não poderá, em nenhuma hipótese, dispensar parcial ou integralmente disciplinas em sua matriz curricular base com a certificação das disciplinas livres, tendo em vista que a validação das mesmas pode ocorrer como

atividades complementares para o aluno, e não como disciplina curricular na grade do curso.

**Art. 9º** - Somente serão convalidadas as horas de atividades complementares do aluno que obtiver o status de aprovado na disciplina, apresentando rendimento acadêmico, sendo que o mesmo poderá solicitar na Secretaria Acadêmica um certificado de realização de tal disciplina e protocolará na coordenação do curso para que haja a respectiva convalidação dessas horas.

#### **CAPÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 10º** - Os casos omissos neste Regulamento serão decididos pela Pró-Reitora Acadêmica.

**Art. 11º.** Este Regulamento entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

Cascavel, 18 de março de 2020.

Lucas Renato da Silva  
Diretor Geral  
Centro Universitário Univel

### 6.4 ANEXO - REGULAMENTO DA AVALIAÇÃO INTEGRADORA

#### **REGULAMENTO DA AVALIAÇÃO INTEGRADORA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL CURSOS DE GRADUAÇÃO NA MODALIDADE EAD**

Este regulamento dispõe sobre as normas e procedimentos para a realização da Avaliação Integradora nos cursos de graduação na modalidade Ensino a Distância (EaD) do **Centro Universitário UNIVEL**.

#### **CAPÍTULO I DA DEFINIÇÃO DA AVALIAÇÃO INTEGRADORA**

**Art. 1** - A Avaliação Integradora - AI é o instrumento institucional de avaliação formal dos acadêmicos de Graduação em EaD do Centro Universitário Univel. Considerando os desafios da qualidade do Ensino Superior e a necessidade da análise sistêmica do processo de ensino e aprendizagem, compreende-se ser necessário observar estrategicamente desde a oferta do conhecimento, as metodologias de ensino, o papel docente e a participação discente,

acompanhadas por meio de constante avaliação. Nesse espaço, a AI, realizada de forma sistêmica, apresenta-se como um instrumento avaliativo para a IES, e de aprendizagem para o discente, pois permite ao avaliado revisar os conhecimentos adquiridos e internalizá-los, além de verificar o seu nível de aderência aos conteúdos programáticos propostos no projeto pedagógico do curso.

## **CAPÍTULO II DOS OBJETIVOS**

**Art. 2** - A Avaliação Integradora possui como objetivos:

- I. Verificar o desenvolvimento das competências e habilidades previstas nas Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos;
- II. Identificar o nível de aderência dos alunos em relação aos conteúdos previstos nas matrizes curriculares dos cursos;
- III. Apoiar na identificação de lacunas entre os conteúdos propostos e o aproveitamento dos acadêmicos, para que as Coordenações de Curso e Núcleos Docentes Estruturantes criem estratégias de recuperação de conteúdos, caso seja necessário;
- IV. Auxiliar na formação do aluno para participar de avaliações externas, tais como provas de Concursos Públicos e Exame de Desempenho dos Estudantes – ENADE;
- V. Fornecer insumos para o planejamento didático-pedagógico dos cursos em avaliação;
- VI. Oportunizar o aprimoramento da capacidade de análise, interpretação, dissertação, raciocínio lógico e gestão do tempo para resolução de casos específicos.

## **CAPÍTULO III DA CARACTERIZAÇÃO E DOS PERÍODOS A SEREM AVALIADOS**

**Art. 3** - A Avaliação Integradora tem caráter interdisciplinar e conteúdo acumulativo, concernente aos conteúdos cursados anteriormente.

**Art. 4** - A AI dar-se-á de forma individual e sem consulta, em data agendada pela equipe do Núcleo de Educação a Distância da Univel.

## **CAPÍTULO IV DA ESTRUTURA DA PROVA**

**Art. 5** - A Avaliação Integradora terá modelo único, baseado no padrão do Exame Nacional de Desempenho do Estudante – ENADE.

**Art. 6** - A prova será composta de 40 (quarenta) questões, distribuídas do seguinte modo:

- I - 08 (oito) questões objetivas, de conhecimentos gerais;

- II - 02 (duas) questões discursivas, de conhecimentos gerais;  
III - 28 (vinte e oito) questões objetivas, de conhecimentos específicos;  
IV- 02 (duas) questões discursivas, de conhecimentos específicos.

## **CAPÍTULO V DA CONSTRUÇÃO DAS QUESTÕES**

**Art. 7** - As questões de conhecimentos gerais deverão ser iguais para todos os cursos avaliados.

**Parágrafo único.** O Núcleo Pedagógico coordenará a confecção das questões de conhecimentos gerais e as repassará para que a Coordenação de Curso insira na AI e repasse ao Núcleo de Educação a Distância – NEAD para a impressão da mesma.

**Art. 8** - As questões de conhecimentos específicos serão coordenadas/elaboradas pelas Coordenações de Curso, juntamente com o Núcleo Docente Estruturante - NDE, NEAD e com o auxílio de seu colegiado.

**Art. 9** - O conteúdo das questões deve contemplar todas as disciplinas concluídas, em formato acumulativo.

**Art. 10** - O conteúdo das questões de conhecimentos específicos deve ser norteado pelas Diretrizes Curriculares Nacionais e as Portarias de Conteúdo do Exame Nacional de Desempenho - ENADE, publicadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP.

**Art. 11°** - O formato das questões deve seguir, como base, as metodologias avaliativas existentes no Exame Nacional do Desempenho do Estudante – ENADE.

**Art. 12** - As questões produzidas devem ser originais em 75% da AI e específicas para a AI. No entanto, 25% das questões de conhecimentos específicos deve ser obtido de fontes externas, tais como questões já publicadas pelo INEP e utilizadas em exames de ENADE de anos anteriores, bem como questões de Concursos Públicos e outras avaliações externas, desde que não sejam violados os direitos autorais.

**Art. 13** - As questões elaboradas devem ser inseridas no banco de questões, para serem utilizadas em Avaliações Integradoras futuras.

## **CAPÍTULO VI DA PONTUAÇÃO**

**Art. 14** - A Avaliação Integradora terá peso de 100 pontos, assim distribuídos:

<b>Seções</b>	<b>Número das Questões</b>	<b>Peso das Questões</b>
---------------	----------------------------	--------------------------

Formação Objetivas	Geral	-	01 a 08	2 (dois) pontos cada
Formação Discursivas	Geral	-	Discursiva 01 e Discursiva 02	7 (sete) pontos cada
Formação Objetivas	Específica	-	09 a 36	2 (dois) pontos cada
Formação Discursivas	Específica	-	Discursiva 03 e Discursiva 04	7 (sete) pontos cada

**Art. 15** - A pontuação obtida pelo acadêmico deverá ser integralizada no ano letivo corrente e será somada a média das disciplinas do módulo em andamento no período de realização da avaliação integradora.

**Parágrafo único.** O aluno poderá distribuir a pontuação entre as duas disciplinas do módulo em vigência, considerando o máximo de 1,0 ponto cada disciplina de escolha, de acordo com o desempenho na AI.

Nota na AI	Pontuação
De 0 a 19,9 pontos	0,5
De 20 a 39,9 pontos	1,0
De 40 a 59,9 pontos	1,5
De 60 pontos acima	2,0

**Art. 16** - A pontuação obtida pelos acadêmicos deverá ser lançada pelo NEAD no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) nas disciplinas em andamento de acordo com a escolha do aluno.

## CAPÍTULO VII DA APLICAÇÃO

**Art. 17-** A data de aplicação da Avaliação Integradora será divulgada através do AVA.

**Art. 18** - A data de aplicação será determinada pela Direção-Geral, juntamente com o NEAD, no início do período letivo.

**Art. 19** - O acadêmico deverá ser comunicado da data de aplicação da prova com pelo menos 15 (quinze) dias de antecedência.

**Art. 20** - O aluno realizará a Avaliação Integradora nos locais de prova estabelecidos pelo NEAD.

**Art. 21** - A realização terá tempo mínimo de 01 (uma) hora/aula e tempo máximo de 04 (quatro) horas/aulas, assim distribuídas:

Noturno – 19h às 22h45

**Art. 22** - A gestão dos aplicadores da Avaliação Integradora ficará sob

responsabilidade do NEAD.

## **CAPÍTULO VIII DA CORREÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS**

**Art. 23** - O NEAD ficará responsável por realizar a correção das questões objetivas e dissertativas, além de elaborar a relação final de pontuação da AI e o lançamento, conforme disciplina em andamento em que o mesmo estiver regularmente matriculado no período da realização da avaliação integradora.

**Art. 24** - O Gabarito da Avaliação Integradora deverá ser publicado pelo NEAD até 48h após a aplicação.

## **CAPÍTULO IX DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 25** - Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pelas Coordenadores de Curso, NEAD e Direção Geral.

**Art. 26.** Este Regulamento entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

Cascavel, 07 de junho de 2022.

Lucas Renato Silva  
Diretor Geral  
CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL

### 6.5 REGULAMENTO DA CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO

#### **REGULAMENTO PARA O EXERCÍCIO DA CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO NO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL**

##### **CAPÍTULO I DAS AÇÕES DE EXTENSÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL**

**Art. 1º.** Este documento estabelece as normas e procedimentos para a implementação e registro das Atividades de Extensão em três modalidades. Duas modalidades estão inseridas nos Currículos dos Cursos de Graduação – Curricularização da Extensão, sendo estas: i) enquanto Disciplinas de Extensão em sua totalidade; ii) parte da Carga Horária de Disciplinas. E, a terceira modalidade: iii) em Projetos de Extensão não curriculares. É relevante salientar que todas as modalidades estão vinculadas ao Centro de Pesquisa e Extensão (CPE) do Centro Universitário UNIVEL.

**Art. 2º.** A Extensão Universitária é um processo educativo, artístico, cultural, científico e inovador, que articula as atividades de ensino e de pesquisa, viabilizando a relação transformadora entre o Centro Universitário UNIVEL e os diversos setores da sociedade.

- Art. 3º.** A concepção de Extensão Universitária do Centro Universitário UNIVEL está alinhada aos princípios estabelecidos na Resolução nº 7 de 18 de dezembro de 2018, sendo *“a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre a IES e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o Ensino e a Pesquisa”*.
- Art. 4º.** As atividades de Extensão Universitária do Centro Universitário UNIVEL atendem as diretrizes para Extensão na Educação Superior Brasileira, conforme a resolução MEC/CNE/CES Nº 7/2018 que institui a obrigatoriedade da inserção da carga horária mínima de 10% (dez por cento) de extensão nos cursos de graduação e o que regimenta o disposto na Lei Nº 13.005/2014 do Plano Nacional de Educação – PNE, especialmente na Meta 12.7, que orienta as ações para áreas de grande pertinência social.
- §1º** as atividades de Extensão compõem, no mínimo, 10% (dez por cento) do total da carga horária curricular dos cursos de graduação do Centro Universitário UNIVEL e pertencem a matriz curricular destes.
- §2º** as atividades de Extensão inseridas na forma de componentes curriculares para os cursos de Graduação, estão adequadas à formação dos acadêmicos, conforme previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), na Política Institucional de Extensão, nos Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPCs) de Graduação, no regulamento próprio para exercício da Curricularização da Extensão, no Manual de Instrução Docente e nos demais documentos normativos próprios da UNIVEL.
- Art. 5º.** Com o objetivo de incentivar o saber acerca dos problemas da sociedade, a partir do desenvolvimento de atividades que preconizam uma formação orientada e recíproca, além de procurar soluções às problemáticas sociais, a Extensão no Centro Universitário UNIVEL volta-se para:
- I. Contribuir com a articulação entre o Ensino e a Pesquisa para uma formação técnica, humana e responsável do acadêmico, para a aquisição de competências e habilidades necessárias, na atuação frente aos problemas e as transformações que a sociedade exige integradas com a realidade regional;
  - II. Proporcionar a interdisciplinaridade, multidisciplinaridade e a transdisciplinaridade;
  - III. Promover o diálogo entre a sociedade e a UNIVEL por meio da geração de um elo permanente de interação, em uma perspectiva de contribuição mútua;
  - IV. Fomentar a geração de novos conhecimentos e o aprimoramento humano, através do intercâmbio de experiência e reflexão das problemáticas sociais;
  - V. Respeitar e valorizar os saberes culturais e sociais comunitários, com o objetivo de contribuir para a promoção da cidadania;
  - VI. Fomentar os valores de cidadania, respeito e diversidade;
  - VII. Fortalecer as conexões humanas;

VIII. Difundir os valores institucionais da UNIVEL de responsabilidade socioambiental, dignidade humana, autonomia, ética e justiça.

**Art. 6º.** São consideradas atividades de Extensão as ações em programas e projetos que envolvam diretamente a comunidade externa ao Centro Universitário UNIVEL. Estas atividades são vinculadas à formação do acadêmico e encontram-se institucionalizadas nas matrizes curriculares dos cursos de graduação, enquanto disciplinas de Extensão e/ou parte do componente de disciplina e/ou participação em projetos desenvolvidos e validados sob a supervisão do CPE.

**Art. 7º.** As Atividades de Extensão do Centro Universitário UNIVEL, se inserem nas seguintes modalidades:

- I. Programas;
- II. Projetos;
- III. Cursos e oficinas;
- IV. Eventos;
- V. Prestação de serviços;
- VI. Publicação e outros produtos acadêmicos desenvolvidos para comunidade.

**Parágrafo único.** As modalidades, previstas no artigo acima, incluem, além dos programas institucionais, eventualmente também as de natureza governamental, que atendam políticas municipais, estaduais, distritais e nacional.

**Art. 8º.** Nos Cursos de Graduação, na modalidade Educação a Distância (EaD), as atividades de extensão serão realizadas, presencialmente, em região compatível com o polo de apoio presencial ou em região estabelecida no projeto. Observando-se no que couber, as demais regulamentações, previstas no ordenamento próprio para oferta de educação a distância.

## CAPÍTULO II

### PLANEJAMENTO E AS ATIVIDADES INSTITUCIONAIS DE EXTENSÃO

**Art. 9º.** As atividades institucionais de Extensão inseridas nos currículos são planejadas pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) de cada Curso de Graduação, discutidas com o colegiado de curso sob o acompanhamento do Núcleo Pedagógico e da avaliação da Comissão de Curricularização da Extensão.

**Art. 10º.** A escolha pela Extensão a ser inserida nas matrizes será realizada conforme as necessidades identificadas na comunidade, tendo em vista os conteúdos importantes para formação cidadã e humana do acadêmico e os valores institucionais da UNIVEL.

**Art. 11º.** A elaboração da ementa, do plano de ensino e do projeto de Extensão será realizada pelo professor da disciplina em conjunto com o Coordenador de Curso e validada pelo seu NDE.

**Art. 12º.** Poderão compor a ementa da disciplina de Extensão o conteúdo clássico, atual e inovador na área, que seja base para posterior atuação na comunidade, além de questões éticas e respeito à dignidade humana, realização da atuação prática na comunidade e as propostas de soluções como contribuições sociais.

**Art. 13º.** A condução da disciplina de Extensão e das disciplinas com parte da carga horária em extensão deve seguir as recomendações do Manual de Extensão disponibilizado pela Comissão de Curricularização da Extensão.

### CAPÍTULO III SUBMISSÃO DE PROJETOS DE EXTENSÃO

**Art. 14º.** Os projetos de Extensão para comporem a Curricularização da Extensão serão discutidos no colegiado, e os docentes da disciplina devem submeter propostas à Coordenação do Curso e ao NDE para análise e parecer, seguindo os critérios para elaboração e submissão de propostas.

**Art. 15º.** A Comissão de Curricularização da Extensão acompanhará o processo e ofertará o suporte aos docentes e coordenadores de Curso.

**Art. 16º.** Os projetos de extensão que não envolveram a Curricularização, ou seja, aqueles submetidos diretamente ao CPE seguirão os critérios e prazos estabelecidos em edital específico para seleção de propostas.

### CAPÍTULO IV REGISTRO EM PLANO DE ENSINO E HISTÓRICO ESCOLAR

**Art. 17º.** As Disciplinas de Extensão e Disciplinas com parte da carga horária em Extensão serão registradas em plano de ensino, em formulário de projeto de extensão e em diário de classe, no qual haverá acompanhamento de frequência e critérios de avaliação.

**§1º** Os planos de ensino das Disciplinas de Extensão deverão apresentar: a carga horária total da extensão; ementa com conteúdo voltado à extensão; competências e habilidades da extensão para o curso de graduação; descrição do conteúdo previsto por aula e metodologia/recurso para implementação das atividades de extensão; instrumentos de avaliação e critérios de avaliação; bibliografia básica; bibliografia complementar; bibliografia de aprofundamento e; o projeto de extensão em anexo.

**§2º** Os planos de ensino das Disciplinas com parte da carga horária para Extensão deverão discriminar: a quantidade de horas destinadas às atividades de planejamento, ao número de horas correspondentes as atividades práticas e a quantidade de horas destinadas às atividades práticas de extensão; ementa com o conteúdo voltado para a disciplina; competências e habilidades da disciplina para o curso de graduação; descrição do conteúdo previsto por aula e metodologia/recurso; instrumentos e critérios de avaliação; bibliografia básica; bibliografia complementar; bibliografia de aprofundamento e; o projeto de Extensão em anexo.

**§3º** O registro da realização da Extensão, na etapa de planejamento e na etapa de aplicação prática deve ser detalhado pelo professor na descrição do conteúdo previsto por aula e metodologia/recurso, destinando a quantidade de aulas necessárias para cada etapa.

**§4º** O docente da Disciplina de Extensão deve organizar as aulas com encontros presenciais voltados para o planejamento e orientações dos alunos. Por isso, a carga horária da disciplina deve ser dividida em um percentual

menor para planejamento e outra maior para a prática extensionista na comunidade, de forma a oferecer as contrapartidas sociais à esta.

**§5º** Caberá ao docente da disciplina de Extensão e da Disciplina com parte da carga horária em Extensão, registrar e acompanhar as atividades realizadas pelos acadêmicos, elaborar o relatório final e protocolar no CPE.

**Art. 18º.** Os projetos de Extensão não curriculares são aqueles aprovados em edital pelo CPE e os presentes nas matrizes curriculares dos cursos de graduação. Em relação aos projetos aprovados pelo edital do CPE, a participação dos acadêmicos, pode computar na soma da carga horária total da Extensão, aumentando a mesma.

**§1º** A carga horária na participação e aprovação do acadêmico em projetos de Extensão vinculados ao CPE não elimina a carga horária mínima de 10% (dez por cento) na curricularização das disciplinas de Extensão e daquelas com parte da carga horária de Extensão.

**§2º** O acadêmico deve cursar como requisito obrigatório a disciplina de Extensão e a disciplina com parte da carga horária, conforme institucionalizado na matriz curricular do curso de graduação.

**§3º** Desde que o acadêmico tenha cumprido a carga horária mínima de 10% (dez por cento) da curricularização da Extensão, o mesmo pode computar as horas decorrentes desta participação em instituições externas à UNIVEL, como outras IES ou entidades não-governamentais. O acadêmico deve apresentar o certificado da Extensão desenvolvida, o qual poderá ser validado ou não pelo coordenador do curso, junto ao NDE e ao colegiado de curso.

**Art. 19º.** O registro da carga horária total de Extensão será efetivado pela Secretaria Acadêmica da UNIVEL, no qual irá constar no Histórico Escolar a menção “O acadêmico totalizou, durante a realização da graduação, carga horária destinada à Extensão, no total de \_\_ horas”.

**Art. 20º.** Será mantido o registro das atividades de Extensão no Histórico Escolar do discente, em vistas a contemplar a participação e o reconhecimento desta prática, em termos de formação técnica e humana.

## CAPÍTULO V

### AVALIAÇÃO DAS CONTRIBUIÇÕES SOCIAIS

**Art. 21º.** No findar das disciplinas curricularizadas de Extensão, a saber: I) enquanto Disciplinas de Extensão em sua totalidade; II) Parte da Carga Horária de Disciplinas; III) em Projetos de Extensão não curriculares, deve realizar-se a avaliação dos resultados obtidos em termos das contribuições a seguir:

- I. Articulação com o ensino e a pesquisa;
- II. Participação do acadêmico e contribuições quanto à formação técnica, cidadã e engajada com as necessidades sociais;
- III. Contribuições sociais e participação de parceiros;
- IV. Relevância das atividades de Extensão na creditação curricular;
- V. Contribuição das atividades de extensão para o cumprimento dos objetivos do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e dos Projetos Pedagógico dos Cursos (PPC);

- VI. Devolutiva dos resultados alcançados à comunidade participante e na geração de conhecimento acadêmico.
- Art. 22º.** Será realizada a autoavaliação continuada da Extensão pela coordenação de curso, comissão de extensão e CPE, com acompanhamento do núcleo pedagógico, mediante:
- I. Acompanhamento, avaliação, articulação, registro e divulgação das ações de extensão no âmbito interno e externo à UNIVEL;
  - II. Cumprimento de, no mínimo, 10% (dez por cento) do total da carga horária;
  - III. Participação, orientação e engajamento do docente;
  - IV. Participação e conhecimento dos acadêmicos;
  - V. Registro docente e entrega do relatório final (conforme Anexo II) e entrega do relatório do aluno (Anexo III);
  - VI. Impacto na comunidade;
  - VII. Articulação entre as atividades de Extensão e as atividades de ensino e pesquisa.

**Parágrafo primeiro:** A política de implantação do processo autoavaliativo da Extensão, as estratégias e os indicadores para o acompanhamento e cumprimento das disposições constantes no art. 4º da Resolução MEC/CNE/CES Nº 7/2018 seguirá os princípios norteadores da Política de Extensão da UNIVEL.

## CAPÍTULO VI

### DAS ESTRATÉGIAS DE CREDITAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

- Art. 23º.** As estratégias da UNIVEL de creditação curricular e de participação do acadêmico nas atividades de Extensão são destacadas a seguir:
- I. Criação da comissão de extensão;
  - II. Discussões em conjunto com NDE, colegiados de curso, núcleo pedagógico, CPE, Diretoria de Desenvolvimento e Comissão de Extensão;
  - III. Definição de diferentes estratégias e possibilidades para a aplicação da prática extensionista com o objetivo de viabilizar a ampla participação dos discentes;
  - IV. Revisão das matrizes curriculares e padronização da creditação da Extensão em forma de: I) disciplinas de Extensão; II) disciplinas como parte da carga horária em Extensão e; III) participação e aprovação em Projetos vinculados ao CPE e/ou de outras instituições, desde que cumpram determinados requisitos da Extensão;
  - V. Nas modalidades da Extensão curricularizadas o acadêmico deve apresentar frequência mínima de 75% e aprovação com no mínimo nota final 7,0;
  - VI. Não haverá exame final para a Disciplina de Extensão em sua totalidade por envolver atuação prática na comunidade;
  - VII. O professor da disciplina de Extensão em sua totalidade e/ou da disciplina com parte da carga horária em Extensão receberá suporte e orientação da Comissão de Curricularização de Extensão da UNIVEL;

- VIII. Caberá ao docente articular o ensino, a pesquisa e a Extensão de forma a despertar no acadêmico a consciência crítica, cidadã e responsável;
  - IX. Ofertar a Extensão em horário compatível com as atividades regulares do curso para que o acadêmico possa participar;
  - X. Promover a conscientização, engajamento e estímulo do aluno na Extensão, a fim de que o mesmo possa ser um agente transformador da realidade social;
  - XI. Apresentar Projetos que possibilitem ao acadêmico empreender socialmente por intermédio da sua futura profissão.
- Art. 24º.** As estratégias de financiamento das atividades de Extensão serão analisadas de acordo com cada caso em específico que poderá ser aprovada ou não, avaliando-se sua relevância para a comunidade e, ainda com a finalidade de garantir a saúde financeira da UNIVEL.
- Art. 25º.** O valor (peso da carga horária) das atividades de Extensão está alinhado aos PPCs e computam a carga horária equivalente à Extensão presente na matriz curricular. Para os projetos de Extensão não curriculares desenvolvidos por intermédio do CPE, ficará a critério da coordenação de curso definir a carga horária total do Projeto desenvolvido.
- §1º** Para os projetos de Extensão finalizados em instituições externas à UNIVEL, o coordenador do curso poderá computar até **80%** da carga horária, desde que o acadêmico apresente o certificado da participação e o mesmo seja submetido à avaliação junto ao colegiado de curso.
- §2º** A carga horária apresentada a partir de certificação externa ou dos projetos de Extensão não curriculares do CPE, não poderão computar duplamente atividades acadêmicas complementares e carga horária da curricularização da Extensão.
- Art. 26º.** As atividades de Extensão serão acompanhadas desde a submissão da proposta, o seu desenvolvimento e sua conclusão, avaliando-se a metodologia empregada, instrumentos de avaliação do acadêmico, conhecimento gerado e articulação com o Ensino e a Pesquisa.

## CAPÍTULO VII DISPOSIÇÕES FINAIS

- Art. 27º.** Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pela Pró-Reitoria, tendo por base a Resolução nº 7 de 18 de dezembro de 2018 do Ministério da Educação.
- Art. 28º.** O presente regulamento entrará em vigor na data de sua aprovação pelo CONSU – Conselho Superior do Centro Universitário UNIVEL.

Regulamento aprovado e registrado na Ata CONSUP Nº 2/2020.

Cascavel (PR), 18 de dezembro de 2020.



**Centro Universitário Univel**  
Av. Tito Muffato, 2317 – Bairro Santa Cruz  
85806-080 – Cascavel – PR  
Fone: (45) 3036-3638 - Fax: (45) 3036-3636  
<http://www.univel.br>

**Lucas Renato Silva**  
Diretor Geral  
CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVEL