



MANUAL DO PROJETO INTEGRADOR CST EM MARKETING

Prof. Dr. Adib Abdouni
REITOR

Prof. Dr. Luiz Ricardo Guimarães
Diretor da IES – BAURU/SP

Profa. Me. Andrea Luiza Escarabelo Sotero
Coordenadora do Curso

Adalberto Baptista
Secretário Acadêmico

BAURU
2020

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	3
2	CARACTERIZAÇÃO	4
3	OBJETIVO GERAL	6
3.1	Objetivos específicos	6
4	ORGANIZAÇÃO DOS PROJETOS INTEGRADORES	7
5	DA DISTRIBUIÇÃO DA CARGA HORÁRIA SEMESTRAL	8
6	COMPOSIÇÃO DAS EQUIPES DE ALUNOS E DOS RECURSOS HUMANOS PARA ACOMPANHAMENTO DO PI	8
6.1	Equipes	9
6.2	Professor orientador	9
5.3	Coordenadora do CST de Marketing.....	9
7	ETAPAS DO PROJETO INTEGRADOR.....	9
8	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	10
	ANEXO I – REGISTRO DAS EQUIPES	11
	ANEXO II - TCLE.....	12
	ANEXO III – MODELO.....	14

1 INTRODUÇÃO

Os cursos Superiores de graduação propostos pelo IESB, seguem a orientação da legislação vigente, em acordo com o PDI, de trabalhar sempre com a tríade Ensino, Pesquisa e Extensão e possuem como princípios básicos: o incentivo da capacidade de compreender o processo tecnológico da produção e inovação científico-tecnológica, de competências para a gestão de processos e pessoas, além da compreensão dos impactos sociais, econômicos e ambientais. Dessa forma, almeja-se a formação de um profissional com capacidade de pensar de forma reflexiva, com autonomia intelectual e sensibilidade ao relacionamento interdisciplinar

Assim, para atender esses objetivos, o Projeto Integrador é inserido na Matriz curricular, com a finalidade de integrar os conteúdos trabalhados nos componentes

curriculares de cada módulo dos cursos.

Com isso, compreenda-se como objetivos específicos do Projeto Integrador: disseminar conhecimentos que possibilitem ao aluno resolução de situações com flexibilidade e adaptabilidade diante dos problemas detectados; desenvolver habilidades de atuar em equipe de forma interativa; e, desenvolver visão estratégica, postura de inovação e espírito empreendedor.

Para tanto, as orientações que seguem, visam nortear a metodologia, planejamento, execução e avaliação do Projeto Integrador (PI), permitindo a concretização dessa proposta via orientações didático-pedagógicas que conduzam, a partir das diretrizes do Projeto Pedagógico do Curso – PPC, a realização de um trabalho que integre teoria e prática com a máxima qualidade. Portanto o processo de construção do PI deverá ser local, considerando a pluralidade de cursos e a diversidade regional de cada unidade, não sendo possível uniformizar os PI para não comprometer a organização didática e pedagógica de cada curso.

O escopo dos projetos integradores é definido em todo os módulos do CST de Marketing, de modo que o aluno possa aplicar num mesmo trabalho, saberes adquiridos, dentro e fora do ambiente acadêmico. O escopo deverá ser criado em forma de desafio ao aluno, procurando desenvolver a visão crítica e sistêmica de processos, a criatividade, a busca de novas alternativas, o empreendedorismo e a capacidade de interpretar o mercado e identificar oportunidades, a gestão, o planejamento, além das condições para o auto-conhecimento e avaliação ou ainda o que é pertinente para cada um dos cursos de graduação tecnológica.

Desta forma os PI deverão ser organizados para permitir acompanhamento do desenvolvimento das competências apresentadas ao longo dos módulos, aproximando alunos e professores na construção do conhecimento e prática organizacional.

2 CARACTERIZAÇÃO

Como fica evidenciado na matriz curricular do CST em Marketing, o Projeto Integrador não é caracterizado como disciplina, mas como “Atividades Práticas” tendo em vista a interdisciplinaridade, perfazendo um total de 270 horas acrescidas na carga horária mínima. Em cada módulo, o discente e o docente orientador, deverá ter como base de trabalho, os temas definidos, conforme destacado abaixo:

1º MÓDULO – FUNDAMENTOS DA GESTÃO (Comum para todos os cursos)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total Semestral	Hora Relógio
Linguagem e Interpretação de Texto	4	80	66.66
Contabilidade e Gestão Estratégica de Custos	4	80	66.66
Economia	4	80	66.66
Teoria das Organizações	4	80	66.66
Fundamentos de Marketing	4	80	66.66
Projeto Integrador – Tema: Gestão Estratégica			70
SUBTOTAL	20	400	403.33
2º MÓDULO – ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING (Certificado de Qualificação Profissional em Estratégia de Marketing)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total Semestral	Hora Relógio
Tecnologia da Informação	4	80	66.66
Gestão Estratégica de Marketing	4	80	66.66
Marketing de Produtos e Serviços	4	80	66.66
Gestão de Marcas	4	80	66.66
Comportamento do Consumidor	4	80	66.66
Projeto Integrador – Tema: Estratégia de Marketing			70
SUBTOTAL	20	400	403.33
3º MÓDULO – MARKETING E VAREJO (Certificado de Qualificação Profissional em Gestão Estratégica de Vendas e Varejo)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total	Hora Relógio
		Semestral	
Logística de Armazenamento e Distribuição	4	80	66.66
Técnicas de Negociação em Compra e Venda	4	80	66.66
Trade Marketing – Promoção de Vendas e Merchandising	4	80	66.66
Matemática Financeira Aplicada ao Varejo	4	80	66.66
Pesquisa de Varejo	2	40	33.33
Optativa I	2	40	33.33
Projeto Integrador – Tema: Planejamento de Vendas			70
SUBTOTAL	20	400	403.33
4º MÓDULO – ABORDAGEM FINANCEIRA EM MARKETING E VAREJO (Certificado de Qualificação Profissional em Comunicação e Marketing)			
COMPONENTES CURRICULARES	CH Semanal	Total Semestral	Hora Relógio
Marketing Digital	4	80	66,66
Publicidade e Propaganda	4	80	66,66
Marketing de Relacionamento	4	80	66,66
Comunicação Integrada de Marketing	4	80	66.66
Ética e Legislação em Marketing	2	40	33.33
Optativa II	2	40	33.33
Projeto Integrador – Tema: Planejamento de Marketing			60
SUBTOTAL	20	400	393.33
TOTAL DO CURSO		1.600	1603,32

QUADRO RESUMO	Hora Aula	Hora Relógio
CH de Componentes Presenciais	1.600	1.333
CH de Atividades Práticas – Projeto Integrador		270
CH de Atividades Complementares		200
Subtotal		1.803
CH Total		1.803

Disciplinas Optativas	Hora aula semestral
Libras	40
Marketing e Inovação	40
Marketing Social	40

3 OBJETIVO GERAL

- Proporcionar aos discentes a oportunidade de desenvolver um trabalho prático interdisciplinar que integre todos os conhecimentos teóricos obtidos em cada disciplina cursada ao longo do semestre.

3.1 Objetivos específicos

- Proporcionar aos discentes a oportunidade de aplicar os conteúdos teóricos adquiridos para resolução de problemas práticos;
- Desenvolver nos alunos habilidades para trabalhar em equipe;
- Proporcionar ao discente a oportunidade de confrontar as teorias estudadas com as práticas profissionais existentes para consolidação de experiência e desempenho positivo profissionais;
- Contribuir para aperfeiçoamento da prática na solução dos problemas cotidianos nos segmentos técnicos, sociais e ambientais;
- Capacitar o discente na elaboração e apresentação de trabalhos, utilizando metodologias adequadas;
- Contribuir com a formação integral do aluno por meio da inter-relação entre os diversos temas e conteúdos ministrados durante o curso;
- Desenvolver no aluno habilidade de planejamento, organização e disciplina na resolução dos problemas dentro das diversas áreas do conhecimento;
- Despertar no aluno, o interesse para o desenvolvimento de pesquisa;
- Contribuir para a construção do conhecimento coletivo e interdisciplinar;
- Desenvolver competências profissionais – a ética e a solidariedade – melhorando as relações humanas;

- Proporcionar ao estudante competências e habilidades para exercer sua profissão de forma inovadora, competente e ética, pois os conhecimentos adquiridos deixarão de ser vistos de forma isolada, a partir das práticas integrativas do Projeto Integrador.

4 ORGANIZAÇÃO DOS PROJETOS INTEGRADORES

- Em consonância com o perfil do egresso do CST de Marketing, o colegiado do curso e o NDE, sob supervisão do coordenador do curso, vão organizar o Projeto Integrador do curso, considerando os componentes curriculares e as competências formativas desejadas em cada módulo do curso;
- Poderão cursar o Projeto Integrador quando previsto na matriz curricular do curso, os alunos devidamente matriculados no semestre de oferta;
- A supervisão do Projeto Integrador, assim como todas as atividades relativas ao mesmo, é de responsabilidade da coordenação do curso que receberá as fichas com as organizações das equipes para a produção da ficha de acompanhamento (ANEXO I);
- Deverá ser designado um docente para acompanhar, planejar e orientar os discentes na execução do trabalho, que poderá ou não ser o coordenador do curso;
- O desenvolvimento do trabalho deverá ocorrer fora do horário de aula, em agendas previamente discutidas com o professor orientador e supervisão do Projeto.
- É recomendável que o Projeto Integrador tenha apresentação pública¹, preferencialmente na Jornada de Gestão e Negócios, oportunizando maior visibilidade do curso para a comunidade interna e externa. No evento, poderão ter, além de palestras da área, estandes de empresas parceiras, workshops etc., a exposição/apresentação dos Projetos Integradores dos alunos, através de banners ou apresentações visuais em multimídia e, sempre com a apresentação oral de toda a equipe envolvida;

¹ APRESENTAÇÃO ORAL e/ou EXPOSIÇÃO DE PAINEL: Cada trabalho será avaliado por uma banca examinadora constituída pelos professores das disciplinas vinculadas ao projeto. A apresentação, poderá ser uma apresentação oral, além do trabalho escrito seguindo o Manual de Normas para elaboração de trabalhos científicos.

- A organização e regulamentação dos Projetos Integradores deverão ser inseridos no PPC do Curso;
- Este manual deverá ser disponibilizado para a consulta pública dos discentes e a quem interessar como coparticipante do processo; empresas da cidade, docentes entre outros.
- Quando da utilização da pesquisa de campo, envolvendo a participação de empresas, a equipe/discente deverá solicitar a assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido (ANEXO II), pelo responsável em acompanhar o projeto na empresa, antes de qualquer atividade.
- O acompanhamento do desenvolvimento do trabalho deverá ser registrado em relatório pelo docente orientador, estabelecidos neste documento no Anexo III;
- A forma de organização dos Projetos Integradores deverá ser amplamente divulgada para os alunos na primeira semana de aula.
- Manter um histórico dos projetos (fotos e relatos) e os projetos de destaque relatórios apresentados ao NDE, colegiado de curso e CONSU.
- O estudante que não cumprir as etapas estabelecidas do Projeto Integrador será reprovado;

5 DA DISTRIBUIÇÃO DA CARGA HORÁRIA SEMESTRAL

Deverão ser cumpridas:

- Módulo I, II e III – 70h de Projeto em cada módulo
- Módulo IV – 60h de Projeto

A carga horária semestral deverá ser distribuída em:

HORAS	ATIVIDADES
30 horas	Orientação e reunião com orientador
15 horas	Pesquisa e planejamento
15 horas	Coleta e análise dos dados
10 horas	Escrever e apresentar os resultados

6 COMPOSIÇÃO DAS EQUIPES DE ALUNOS E DOS RECURSOS HUMANOS PARA ACOMPANHAMENTO DO PI

6.1 Equipes

O trabalho poderá ser desenvolvido em equipes de no mínimo de 3 componentes e no máximo de 6 componentes.

6.2 Professor orientador

A escolha do(a) professor(a) orientador(a) será feita em conjunto com o NDE, colegiado de curso, considerando a disponibilidade de dedicação ao curso e o aceite pelo docente escolhido.

O professor orientador tem a função de acompanhar, orientar e esclarecer as dúvidas dos alunos, indicar bibliografias e desenvolver a estrutura da pesquisa, bem como, auxiliá-los na escrita do trabalho e na possível submissão para a publicação.

As orientações ocorrerão por meio de 2 horas semanais, distribuídas conforme disponibilidade do professor e da equipe. Os encontros deverão ser registrados em formulário específico contendo, data e horário, nome dos membros da equipe, objetivo da orientação, assuntos trabalhados e recomendações do orientador.

5.3 Coordenadora do CST de Marketing

Será a coordenadora geral do PI, responsável pelo acompanhamento de todo processo de planejamento e execução do projeto integrador, interferindo quando for o caso. O coordenador oferecerá o suporte metodológico no âmbito didático-pedagógico aos professores e alunos durante o planejamento e execução do PI.

7 ETAPAS DO PROJETO INTEGRADOR

O Projeto Integrador será desenvolvido ao longo do semestre letivo de acordo com o previsto na Matriz curricular de cada curso.

Para isso, o discente deverá cumprir todas as etapas do trabalho para ser aprovado no Projeto Integrador.

Das etapas:

1º Formação das equipes e preenchimento da ficha de participação com o nome

completo dos membros, devendo ser entregue à coordenação.

2º Pesquisa bibliográfica sobre o tema – em observação a cada módulo.

3º Problematização do assunto, levantamento de hipóteses e estabelecimento de objetivos, organização metodológica e cronograma de execução.

4º Trabalho de Campo – Coleta de dados, análise e discussão em grupo.

5º Produção do trabalho acadêmico de acordo com as normas ABNT 14724:2011.

6º Apresentação pública dos resultados.

7º produção do artigo científico, conforme ABNT 6022:2018 (Opcional)

8 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

A avaliação terá como parâmetro o desenvolvimento das competências e habilidades, levando em consideração os seguintes itens: os saberes desenvolvidos, a execução do cronograma, cumprimento dos objetivos e o trabalho em equipe.

Após a apresentação pública, a equipe deverá entregar à coordenação:

- ata de avaliação da banca examinadora com as respectivas notas.
- o trabalho impresso.
- fichas de avaliação (em branco) (ANEXO III) para o despacho do professor orientador e entrega à secretaria para registro do cumprimento no histórico do discente.
- Enviar o trabalho por e-mail, para possível submissão para publicação.

Após a avaliação pelo Professor Orientador do Projeto Integrador será atribuída na ficha de avaliação, a menção, “Aprovado ou Reprovado”, aos alunos. Essa ficha deverá ser entregue na secretaria com cópia para o discente.

Este regulamento foi aprovado pelo NDE em 17/12/2019

CST EM MARKETING

ANDREA LUIZA ESCARABELO SOTERO	
EDY PAULO TORRES	
ADELSON FRANCISCO MAIA JÚNIOR	
LEONEL CAPETTI	
MARCELO VALÉRIO RINO	

ANEXO I – REGISTRO DAS EQUIPES

IDENTIFICAÇÃO DA EQUIPE

MEMBROS DA EQUIPE – NOME COMPLETO	RA
1.	
2.	
3.	
4.	

PROFESSOR/ ORIENTADOR

ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO
1 ÁREA DE ESTUDO
2 TEMA
3 PROBLEMA
4 OBJETIVO GERAL
5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
6 JUSTIFICATIVA
7 REFERENCIAL TEÓRICO
8 METODOLOGIA
9 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

OBS.: A FICHA 1 – DESCRIÇÃO DO PROJETO INTEGRADOR DEVERÁ SER ENTREGUE AO PROFESSOR ORIENTADOR CONFORME CRONOGRAMA DE ATIVIDADES.

Coordenação do Curso

Professor/Orientador

ANEXO II - TCLE



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, _____, responsável pela organização, razão social: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, CNPJ.: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, localizada na XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, XXXXXXXXXXXXXXXX, da cidade de Bauru(SP), autorizo os alunos do IESB – Instituto de Ensino Superior de Bauru, relacionados abaixo e devidamente assistidos pela professora e coordenadora do curso, profa. Andrea Sotero, a realizar pesquisa para fins acadêmicos, a qual dará origem ao PROJETO INTEGRADOR.

Informo ainda que:

MANUAL DO PROJETO INTEGRADOR
MST DE MARKETING

- () Está permitido a utilização do nome real da organização.
() Deve ser utilizado nome fictício para a empresa.

Alunos autorizados a realizar a pesquisa:

Nome:	RG:
1.	
2.	
3.	
4.	

Bauru, _____ de _____ 20__

Profa. Andrea Sotero/Coordenadora do curso
IESB – Instituto de Ensino Superior de Bauru

Responsável pela empresa

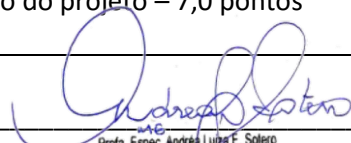
Carimbo da empresa:

ANEXO III – MODELO



RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO DO PROJETO INTEGRADOR ORIENTADO – SEMESTRE DE REFERÊNCIA – 2º SEMESTRE DE 2019

Curso: Tecnologia em Marketing	Módulo: IV	Professor/Orientador: Profa. Andrea Sotero
Membros do grupo:	Dias de orientação:	Local e horários de orientação:
1. Nathalia Ferreira Radiguiery		17h – Sala da Coordenação
		17h – Sala da Coordenação
		17h – Sala da Coordenação
		17h – Sala da Coordenação
OBJETIVOS TRABALHADOS: - Identificar a importância do planejamento de vendas. - Conhecer as etapas e os pontos importantes a serem analisados no planejamento de vendas. - Planejar a aplicabilidade de um planejamento de vendas.		
METODOLOGIA: - Pesquisas bibliográficas sobre o assunto. - Observação in loco de empresa terceirizada. - Planejar a aplicação do planejamento em uma organização da comunidade. - Realizar um relatório sobre o trabalho a ser desenvolvido.		
DESENVOLVIMENTO: Os alunos foram orientados a pesquisar sobre assuntos relacionados abaixo para com isso, ao final do curso, poderem desenvolver o trabalho proposto. Conceito de Planejamento de Vendas - Etapas a serem analisadas. - Pontos positivos e negativos.		
AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO: Participação nas reuniões – 3,0 pontos Conclusão do projeto – 7,0 pontos		



Profa. Esp. Andrea Luiza E. Sotero
Coordenadora do curso
RG nº 19.423.190

Profa. Esp. Andrea Luiza Escarabelo Sotero

Docente responsável

