



PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE TECNOLOGIA EM MARKETING

**INSTITUTO DE ENSINO
SUPERIOR DE BAURU- IESB**

CONTATOS:

<http://www.uniesp.edu.br/sites/iesb/>

(11) 95047-1840

UNIESP S.A.

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE BAURU - IESB

Mantida pela UNIESP S.A. (Código 16134)

CNPJ: 19.347.410/0001-31

Credenciada pela Portaria MEC nº. 1822 de 15/08/2001, publicada no DOU em 17/08/2001

Recredenciada pela Portaria MEC nº. 759 de 08/06/2011, publicada no DOU em 10/06/2011

Representante Legal

Cláudia Aparecida Pereira

ADMINISTRAÇÃO INSTITUCIONAL

Diretor(a) Geral

Henrique de Barros Silva

Secretário(a) Acadêmico(a)

Adalberto Carlos Batista

Coordenador(a) do Curso de Tecnologia em Marketing

Profa. Esp. Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda

Núcleo Docente Estruturante (NDE)

Profa. Esp. Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda

Profa. Me. Delma Gonçalves

Profa. Me. Rita de Cássia dos Santos

Prof. Dr. Márcio Magalhães Fontoura

Profa. Me. Roseli de Lourdes Gomes

APRESENTAÇÃO

O Projeto Pedagógico do Curso de Tecnologia em Marketing foi elaborado pelo NDE (Núcleo Docente Estruturante) e aprovado pelo Conselho Superior em 14 de fevereiro de 2023 - Resolução nº. 03A/2023, que visa melhorar e adequar a estruturação do curso para dar ao profissional maiores opções na área de formação, a fim de definir o perfil de profissional a ser formado, conforme as Diretrizes Curriculares Nacionais listadas abaixo:

- Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDBEN nº. 9.394/1996;
- Lei 11788/2008 - Dispõe sobre o estágio de estudantes;
- RESOLUÇÃO nº 2, de 18 de junho de 2007, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial;
- RESOLUÇÃO nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação – PNE 2014-2024 e dá outras providências.
- Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021 - Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica.
- Portaria nº 413, de 11 de maio de 2016, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia no País.

Desta forma, o Projeto Pedagógico do Curso é um documento que não é perfeito, evidente como qualquer trabalho teórico não está imune aos defeitos. As correções futuras que vier a sofrer vão contribuir de forma significativa para o seu aprimoramento, tarefa executada de forma constante pela coordenação do curso, juntamente com o NDE, aprovado pelo Colegiado de Curso e ouvido às recomendações do Conselho Superior.

Dentro desta perspectiva, procurou-se elaborar um Projeto Pedagógico para o Curso de Marketing, respeitando as legislações pertinentes, que possibilite a construção de novas realidades calcadas pelo desenvolvimento sustentável do município de Bauru - SP e região como todo.

O Projeto Pedagógico do referido curso almeja contribuir para um ensino reflexivo e democrático, onde a teoria se conjuga com a prática docente, com finalidade de construir o conhecimento, proporcionando aprimoramento contínuo de todos os envolvidos. O planejamento, a busca de fins, programas e currículos, assim como, a contínua identificação e construção de competências e habilidades que atendam a novos padrões e exigências organizacionais, resultarão de ações constantes do corpo docente, Colegiado de Curso, Núcleo Docente Estruturante (NDE), conduzidas pelo coordenador do curso e alicerçadas na

multidisciplinaridade e interdisciplinaridade da atuação destes. A integração pedagógica que permeia todos os níveis do trabalho acadêmico e técnico-administrativo é indispensável na ação e na prática para a perfeita integração do Projeto Pedagógico, conferindo identidade ao Curso de Tecnologia em Marketing.

O PPC do Curso de Marketing está, ainda, em consonância com o Projeto Pedagógico Institucional (PPI) e com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, a fim de **Renovar o Reconhecimento do Curso de Tecnologia em Marketing** do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, Estado de São Paulo.

SUMÁRIO

1. DADOS DA INSTITUIÇÃO	8
1.1. Mantenedora	8
1.2. Mantida	8
1.3. Caracterização Geral do Curso	9
2. CONTEXTO EDUCACIONAL	9
2.1. Missão	9
2.2. Princípios e Objetivos da Instituição	9
2.3. Breve Histórico da IES	10
2.4. Contextualização da Região.....	13
2.4.1. Inserção Regional e Nacional	13
2.4.2. Aspectos Geográficos e Clima	14
2.4.3. Hidrografia.....	14
2.4.4. Aspectos Ambientais	14
2.4.5. Aspectos Históricos do Município.....	15
2.4.6. Aspectos da Economia.....	15
2.4.7. Aspectos da Educação.....	17
2.4.8. Aspectos da Saúde.....	18
2.5. Responsabilidade Ambiental, Cultural e Artística.....	19
2.6. Responsabilidade Social.....	21
2.7. Justificativa para a oferta do Curso	25
3. POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO	26
3.1. Práticas Exitosas ou Inovadoras.....	28
3.2. Metodologias Ativas	29
4. O CURSO	33
4.1. Histórico e Perfil do Curso.....	33
4.2. Missão do Curso.....	34
4.3. Objetivos	34
4.3.1. Geral	34
4.3.2. Específicos.....	36
4.4. Perfil do Egresso	36
4.5. Articulação com o Mercado de Trabalho.....	38
4.6. Articulação com as Atividades de Pesquisa e Extensão	38
5. ESTRUTURA E CONTEÚDO CURRICULAR	39
5.1. Projeto Pedagógico e as Diretrizes Curriculares Nacionais	39
5.2. Matriz Curricular - Ingressantes 2022	42
5.3. Ementário e Bibliografias.....	44
5.4. Adequação da Metodologia do Processo de Ensino e da Metodologia de Aprendizagem	44
5.5. Modos de Integração entre a Teoria e Prática.....	47
5.6. Dimensionamento da Carga Horária das Disciplinas	48
5.7. Adequação e Atualização das Ementas e Programas das Disciplinas	48
5.8. Adequação, Atualização e Relevância da Bibliografia	48
5.9. Coerência do Corpo Docente e do Corpo-Técnico Administrativo com a Proposta Curricular.....	49
5.10. Coerência dos Recursos Materiais Específicos.....	49
5.11. Estratégias de Flexibilização Curricular	49
6. METODOLOGIA	50
6.1. Competências Gerais	52
6.2. Competências Específicas.....	53
7. ATIVIDADES ACADÊMICAS ARTICULADAS À FORMAÇÃO	53
7.1. Projeto Integrador (PI)	53
7.2. Atividades Complementares.....	55

7.3.	Curricularização das Atividades de Extensão	55
7.4.	Iniciação Científica	57
8.	APOIO AO DISCENTE	58
8.1.	Núcleo de Apoio ao Discente.....	58
8.2.	Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP.....	59
8.3.	Apoio Técnico-Administrativo	60
8.4.	Mecanismos de Nivelamento.....	60
8.5.	Monitoria Acadêmica.....	61
8.6.	Acompanhamento de egresso.....	61
8.7.	Ouvidoria.....	62
8.8.	Bolsas de Estudos e Financiamento Estudantil	63
8.9.	Apoio à Participação em Eventos.....	63
9.	GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA.....	63
9.1.	Autoavaliação do Curso	63
9.1.1.	Políticas de Avaliação Institucional da IES e dos Cursos	65
9.1.2.	Ações Decorrentes dos Processos de Avaliação	66
9.1.3.	Avaliações Externas do Curso	67
9.1.4.	Avaliação Ensino X Aprendizagem	67
9.2.	Número de Vagas.....	68
10.	ATIVIDADES DE TUTORIA.....	68
10.1.	Conhecimentos, Habilidades e Atitudes necessárias às Atividades de Tutoria.....	69
10.2.	Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)	70
10.3.	Composição e Dinâmica das Aulas EaD	71
10.4.	Mecanismos de Interação entre Docentes, Tutores e Estudantes	74
10.5.	Tecnologia de Informação e Comunicação - TICS	74
11.	CORPO DOCENTE.....	76
11.1.	Atuação do Núcleo Docente Estruturante - NDE	77
11.2.	Atuação do Coordenador	78
11.3.	Experiência Profissional, de Magistério Superior e de Gestão Acadêmica do(a) Coordenador(a).....	79
11.4.	Regime de Trabalho do Coordenador do Curso.....	79
11.5.	Titulação do Corpo Docente do Curso.....	79
11.6.	Índice de Qualificação do Corpo Docente - IQCD.....	80
11.7.	Regime de Trabalho do Corpo Docente do Curso.....	80
11.8.	Quadro de Docentes.....	81
11.9.	Experiência Profissional do Corpo Docente do Curso de Tecnologia em Marketing.....	81
11.10.	Experiência de Magistério Superior do Corpo Docente do Curso de Tecnologia em Marketing	82
11.11.	Experiência no Exercício da Tutoria na Educação a Distância	82
11.12.	Produção Científica, Cultural, Artística ou Tecnológica do Corpo Docente do Curso de Tecnologia em Marketing.....	83
11.13.	Funcionamento do Colegiado de Curso ou Equivalente.....	83
12.	INFRAESTRUTURA FÍSICA E INSTALAÇÕES ACADÊMICAS	84
12.1.	Instalações Administrativas.....	84
12.2.	Salas de Aula	86
12.3.	Auditório.....	86
12.4.	Salas de Professores e Professores em Tempo Integral	86
12.5.	Espaços para Atendimento aos Discentes	86
12.6.	Espaços de Convivência e de Alimentação	87
12.7.	Laboratórios, Ambientes e Cenários para Práticas Didáticas: Infraestrutura Física.....	87

12.8. Laboratórios, Ambientes e Cenários para as Práticas Didáticas: Serviços.....	88
12.9. Infraestrutura física e tecnológica destinada à CPA	88
12.10. Biblioteca: Infraestrutura e Serviços.....	89
12.10.1. Biblioteca: Plano de Atualização do Acervo.....	90
12.10.2. Bibliografia Básica por Unidade Curricular	94
12.10.3. Bibliografia Complementar por Unidade Curricular.....	94
12.10.4. Biblioteca Virtual	95
12.10.5. Periódicos Especializados.....	95
12.11. Salas de Apoio de Informática ou Estrutura Equivalente	95
12.12. Instalações Sanitárias	98
12.13. Laboratórios Didáticos de Formação	98
12.13.1. Laboratórios de Informática	98
12.13.2. Laboratório Interdisciplinar	99
12.14. Infraestrutura Tecnológica.....	99
12.15. Infraestrutura de Execução e Suporte.....	102
12.16. Plano de Expansão e Atualização de Equipamentos	102
12.17. Recursos de Tecnologias de Informação e Comunicação	102
13. INFRAESTRUTURA PLANEJADA PARA DEFICIENTES	103
REFERÊNCIAS	108

1. DADOS DA INSTITUIÇÃO

1.1. Mantenedora

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB é mantida pela UNIESP S.A., Sociedade Anônima Fechada, com sede e foro em São Paulo, na Capital e filial nesta cidade, à Rua Alvares Penteado, nº 139, Centro, São Paulo/SP, CEP 01.012-001, com CNPJ nº. 19.347.410/0001-31, com o Estatuto registrado e microfilmado na Junta Comercial do Estado de São Paulo em 12 de fevereiro de 2016 e a última Ata da Assembleia Geral realizada em 27 de setembro de 2019, registrada sob nº 576.893/19-5 em 04 de novembro de 2019. De conformidade com seu Estatuto e registros cartoriais, tem como objetivos fundamentais a Educação, o Ensino, a Investigação e a Formação Profissional, bem como o Desenvolvimento Científico, Tecnológico, Filosófico e Artístico da região na qual está inserida.

A UNIESP S.A. assumiu a manutenção do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB por meio do processo de transferência autorizado pela Portaria MEC nº 140 de 23/02/2017, publicada no DOU em 01/03/2017, onde a mantenedora adquirente da Instituição de Educação Superior assume responsabilidade integral de assegurar o financiamento da mantida, garantindo a manutenção da qualidade dos cursos ofertados e sua continuidade, sem prejuízo para os alunos, a qual passa a ser mantida pela respectiva mantenedora adquirente:

NOME	UNIESP S. A. (16134)	
ENDEREÇO	Rua Alvares Penteado, nº 139 - Centro - CEP 01.012-001	
CIDADE	São Paulo	SP
ATOS LEGAIS	Estatuto registrado e microfilmado na Junta Comercial do Estado de São Paulo em 12 de fevereiro de 2016 e a última Ata da Assembleia Geral realizada em 27 de setembro de 2019, registrada sob nº 576.893/19-5 em 04 de novembro de 2019.	
CNPJ	19.347.410/0001-31	
FINALIDADE	Educação, Ensino, Investigação e a Formação Profissional, bem como o Desenvolvimento Científico, Tecnológico, Filosófico e Artístico da região na qual está inserida.	
TELEFONE	(11) 3111-8900	
SITE	https://uniesp.edu.br/sites/institucional/	
PRESIDENTE	Claudia Aparecida Pereira	

1.2. Mantida

IES	INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE BAURU - IESB	
ENDEREÇO	Rua Anhanguera, 919 - Vila Flores - CEP: 17013-190	
CIDADE	Bauru	SP
ATOS LEGAIS	- Credenciada pela Portaria MEC n 1822 de 15/08/2001, publicada no DOU em 17/08/2001. - Recredenciada pela Portaria MEC nº 759 de 08/06/2011, publicada	

	no DOU em 10/06/2011. - Alteração de Denominação de IES pelo Ofício Reitoria de nº 248/2015 de 26/06/2015. - Transferência de Manutenção pela Portaria MEC nº 140 de 23/02/2017, publicada no DOU em 01/03/2017.
TELEFONE	(14) 99689-7096
SITE	http://uniesp.edu.br/sites/iesb
DIRETOR(A):	Henrique de Barros Silva

1.3. Caracterização Geral do Curso

Nome do Curso	Curso Superior de Tecnologia em Marketing
Código do Curso	67415
Modalidade	Tecnólogo
Local de Oferta	Rua: Anhanguera, 919 - Vila Flores – Cep: 17013-190, Bauru/SP
Ato autorizativo	Portaria de autorização Nº 3.337, de 13/11/2003 Portaria de reconhecimento Nº 298, de 30/11/2009 Portaria de Instauração de ofício dos processos de renovação de reconhecimento Nº 79, de 18/02/2019
Regime	Semestral
Turnos de Funcionamento	Noturno
Nº. de vagas totais anuais	100 vagas - Reduzida pela portaria Nº 79, de 18 de fevereiro de 2019 40 vagas (solicitada redução pelo NDE do curso na reunião dia 17/12/2019, aprovada pelo CONSU e Resolução 001/2020 e-mec)
Integralização	Mínima: 04 semestres Máxima: 08 semestres
Carga Horária Total	1660 horas/relógio

2. CONTEXTO EDUCACIONAL

2.1. Missão

“Praticar a Educação Solidária, possibilitando o acesso de todos ao Ensino Superior de qualidade e participando, ativamente, de projetos sociais educacionais e culturais dos setores público e privado, com uma atuação voltada ao desenvolvimento sustentável e ao atendimento à comunidade.”

2.2. Princípios e Objetivos da Instituição

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB estabeleceu quatro grandes objetivos

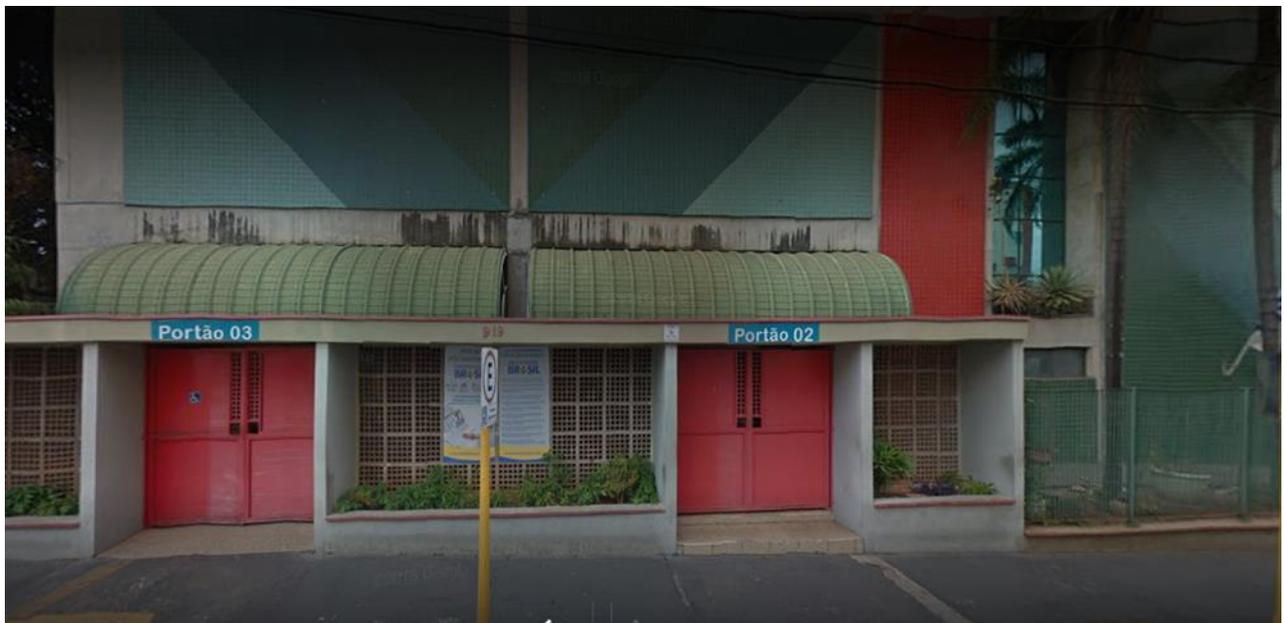
relacionados à Instituição, ao Corpo Docente, ao Corpo Discente e à Comunidade, para o cumprimento de sua missão:

- **Instituição:** proporcionar o desenvolvimento sustentável da instituição através de um sistema de ensino competitivo, planejando, coordenando, acompanhando e avaliando suas ações administrativas e pedagógicas;
- **Docente:** investir na qualificação do corpo docente, através de uma política de recursos humanos que garanta o seu aprimoramento contínuo e sua satisfação profissional;
- **Discente:** oferecer aos alunos um ensino de qualidade garantindo-lhes a sua inserção na sociedade, profissional e culturalmente;
- **Comunidade:** fortalecer a política sócio educacional voltada ao contínuo relacionamento da instituição para com a sociedade.

2.3. Breve Histórico da IESB

O Instituto de Ensino Superior de Bauru – IESB (Figura 1) é uma Instituição Isolada Particular de Ensino Superior, com sede e dependências administrativas à Rua Anhanguera, 9-19 – Vila Flores – CEP 17013-190 – Bauru SP Fone: (14) 99689-7096.

Figura 1 - Foto externa do Instituto de Ensino Superior de Bauru – IESB.



Fonte: Autores, 2022.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru – IESB, fundado em 1999, foi autorizado pelo Parecer nº 1143/2001 da Câmara de Educação Superior/CNE, que deu origem a Portaria 1822 de 15/08/2001. O IESB iniciou as atividades acadêmicas no 2º semestre

de 2001 e tem como missão, proporcionar um espaço de continua aprendizagem onde alunos, professores e colaboradores da instituição possam aperfeiçoar, permanentemente, a capacidade de solucionar problemas e gerar resultados positivos em diferentes contextos e situações, na perspectiva da construção de uma sociedade justa e democrática e na defesa da qualidade de vida.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB foi concebido para ministrar os cursos de graduação, pós-graduação, extensão, atualização, aperfeiçoamento e capacitação profissional.

Na formação de profissionais demandados pelo mercado de trabalho, vinculação do ensino com o mundo do trabalho e práticas sociais com a pesquisa e extensão, detecta transformações na qualificação de recursos humanos, nas dinâmicas ocupações profissionais do saber humano.

Suas atividades principais são o ensino, a pesquisa e a extensão no campo da educação superior. Estende o conhecimento científico e/ou tecnológico, servindo a sociedade com acompanhamento dos avanços dos novos tempos.

Mantém entrosamento com as Prefeituras Municipais da área de sua atuação e programa os cursos de graduação, pós-graduação, aperfeiçoamento e atualização, ouvindo a comunidade e as empresas comerciais, industriais e prestadoras de serviços. Intear-se-á, de fato, com a comunidade e com as Prefeituras Municipais.

Faz semestralmente avaliação de cada curso quanto ao conceito da comunidade e do alunado.

A instituição também sempre busca o aprimoramento de todos os seus recursos humanos, principalmente do corpo docente. Para isso, faz intercâmbio com as universidades e instituições de ensino superior da Região, visando o melhor desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.

Articula-se com os estabelecimentos de Ensino Fundamental e Médio, a fim de contribuir objetiva e corretamente para a melhoria da qualidade da Educação Básica.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru – IESB para a região representa um centro educacional, cultural e de promoção social, de forma democrática e participativa. Seu ensino é dirigido para os reais interesses da comunidade, colaborando na criação de condições para o desenvolvimento regional, conectando-se com a expressão socioeconômica e cultural de São Paulo e do Brasil.

A RESOLUÇÃO CNE/CP Nº 1, DE 15 DE MAIO DE 2006 das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Pedagogia – Licenciatura e RESOLUÇÃO Nº 2 CNE/CP2, DE FEVEREIRO DE 2002 autorizam o funcionamento do curso, que institui a duração e a carga horária dos cursos de licenciatura, de graduação plena, de formação de professores da Educação Básica em nível superior.

A partir deste ato o IESB, junto à Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação, solicitou autorização para funcionamento do Curso de Ciências Contábeis, tendo o curso sido autorizado, segundo a Portaria de Autorização MEC nº MEC Nº 2239, publicada no DOU em 16 de outubro de 2001.

Assim, da sua criação até os dias atuais, o IESB oferece à comunidade de Bauru e região os cursos de:

CURSO	Nº. VAGA ANUAL	PERÍODO	PORTARIAS
Administração	100	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 2.597 de 24/08/2004. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 737 de 31/12/2013.
Ciências Contábeis	20	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 2.239 de 16/10/2001. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 705 de 19/12/2013.
Direito	100	Matutino/Noturno	Autorizado pela Portaria MEC n 2.777 de 10/09/2004. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 430 de 15/05/2017.
Design	40	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 2839 de 17/12/2001. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 705 de 19/12/2013.
CST Gestão de Tec. da Informação	100	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 197 de 08/10/2012. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 577 de 12/06/2017.
CST Gestão de Recursos Humanos	50	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 318 de 18/08/2011. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 433 de 01/08/2014.
CST Gestão Financeira	100	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 3.600 de 20/12/2002. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 429 de 17/05/2017.
Licenciatura em Letras	200	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 774 de 10/11/2008. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 1109 de 27/10/2017.
CST em Logística	100	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 198 de 08/10/2012. Reconhecimento de Curso pela Portaria MEC nº 574 de 12/06/2017.
CST em Marketing	40	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 3.337 de 14/11/2003. Reconhecimento de Curso pela Portaria MEC nº 298 de 04/12/2009.
Licenciatura em	75	Matutino/Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 3.337 de 17/11/2003.

Pedagogia			Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 286 de 27/12/2012.
CST em Processos Gerenciais	100	Noturno	Autorizado pela Portaria MEC nº 2.804 de 08/10/2003. Renovação de Reconhecimento pela Portaria MEC nº 705 de 19/12/2013.

2.4. Contextualização da Região

2.4.1. Inserção Regional e Nacional

O Município de Bauru é parte integrante da Região Centro-Oeste do Estado de São Paulo e como tal sua dinâmica socioeconômica reflete as transformações e os impactos pelas quais aquela vem passando nas últimas décadas.

Ao longo de vários anos, o crescimento da indústria e das atividades urbanas complementares e que se desenvolveram pelo crescimento da urbanização, fizeram com que os municípios no entorno da cidade de Bauru fossem se tornando uma grande região econômica, a Região Centro-Oeste do Estado de São Paulo, está se tornando o centro industrial e econômico do país, concentrando parte do valor de Transformação Industrial, do PIB e dos empregos industriais e comerciais do Estado de São Paulo.

Assim sendo, a importância do curso solicitado se dá como resposta a dinâmica transformadora que vêm se processando na Região Centro-Oeste do Estado de São Paulo como um todo e da qual o Município de Bauru é parte.

O setor terciário assume, em praticamente toda a Região de Bauru, importância cada vez maior, tanto a geração de produto, como na criação de novas ocupações e absorção de profissionais qualificados que servem à ampliação do papel de liderança regional da cidade de Bauru no Estado de São Paulo.

Observa-se o crescimento de ramos terciários complementares à produção (publicidade, consultorias, etc), atividades administrativas das empresas, serviços financeiros e uma série de outros serviços especializados que se diversificam e se especializam, ao mesmo tempo em que são ampliadas as alternativas de consumo e de serviços pessoais para atender às demandas só existem nas grandes cidades.

As mudanças em curso impõem novos conceitos de eficiência, gerência, organização, redefinição de escalas ativas e menores recursos de trabalhadores. As novas práticas criam correntes de informações entre áreas antes independentes das empresas, apoiadas em fluxos de informações mais intensas (desverticalização). As empresas têm uma desverticalização em modo de tornar suas estruturas menos complexas, com menores custos de administração.

2.4.2. Aspectos Geográficos e Clima

Localizado na área centro-oeste do Estado, distante 290 quilômetros da Capital, Bauru é a sede de uma região de governo composta por dezenove municípios (Figura 2).

Figura 2 - Localização geográfica do município de Bauru no Estado de São Paulo.



Fonte: Google mapas, 2022.

Devido ao cultivo de café e à construção da Estrada de Ferro Sorocabana, no início do século passado, a região teve grande desenvolvimento político-administrativo na ocasião. Atualmente, Bauru, com população estimada em 343 mil habitantes, território de 674 km², tem como principais atividades econômicas o comércio e a prestação de serviços. O município tem, ainda, três distritos industriais, desenvolvida atividade agropecuária, e cinco universidades que agregam 18 mil universitários.

2.4.3. Hidrografia

A hidrografia do município é composta pelos Rios Bauru e Batalha.

2.4.4. Aspectos Ambientais

Vegetação original e predominante no município de Bauru é a mata atlântica, porém por ação do clima e da devastação das florestas o bioma que cada vez mais vem ganhando espaço é o Cerrado. No começo do século XX o desmatamento da região para a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil e para a expansão da zona urbana fez com que a cidade registrasse muitos casos de leishmaniose. Para evitar o avanço, foram criadas várias

áreas de conservação ambiental. O município contava em 2011 com nove, sendo elas: o Bosque da Comunidade (com 16.200 m²); a Floresta Estadual de Pederneiras (com 1.941 hectares, criada em 2002); a Estação Ecológica de Bauru (278,7 ha, criada em 1983); a Estação Experimental de Bauru (com 43,09 ha, criada em 1939); a Área de Preservação Ambiental (APA) do Rio Batalha (criada em 1998 para proteger a mata ciliar às margens do Rio Batalha); o Jardim Botânico Municipal de Bauru (criado em 1994); a APA Municipal Vargem Alegre (criada em 1996); a APA Água Parada (criada em 1996); e o Parque Zoológico Municipal de Bauru (criado em 1992 com 30 ha), conta com diversas espécies de animais, recebendo em média 150 mil pessoas por ano. Bauru conta ainda com parques, praças de médio e grande portes, quadras esportivas e áreas de lazer como o Parque Vitória Régia e o Parque do Castelo, entre outros.

2.4.5. Aspectos Históricos do Município

Bauru, município-sede do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB foi fundado em 1896, sendo que a Marcha para o Oeste, impulsionada pelo governo de Getúlio Vargas como incentivo ao progresso e a ocupação da região central do Brasil, foi um importante fator de incremento populacional para a região. No começo do século XX o município começou a ganhar infraestrutura e a população aumentou com a chegada da ferrovia e, mais tarde, das rodovias. O café ganhou força no município no início do século, porém se desvalorizou e aos poucos Bauru se industrializou, sendo que, a indústria foi a principal responsável pela urbanização do município e hoje é, juntamente com o setor terciário, a principal fonte de renda municipal, fazendo com que o município tenha o 68º maior PIB brasileiro.

A cidade de Bauru está localizada na Região Centro-Oeste do Estado de São Paulo, com 667,684 km² de extensão e densidade demográfica de 515,12 hab/km². Segundo a estimativa do IBGE de 2020 (CENSO 2020/IBGE), a população é de 379.297mil habitantes, sendo o 20º mais populoso de São Paulo.

2.4.6. Aspectos da Economia

Ao longo de vários anos, o crescimento da indústria e das atividades urbanas complementares e que se desenvolveram pelo crescimento da urbanização, fizeram com que os municípios no entorno da cidade de Bauru fossem se tornando uma grande região econômica, a Região Centro-Oeste do Estado de São Paulo, está se tornando o centro industrial e econômico do país, concentrando parte do valor de Transformação Industrial, do PIB e dos empregos industriais e comerciais do Estado de São Paulo. O setor terciário assume, em praticamente toda a Região de Bauru, importância cada vez maior, tanto a geração de produto, como na criação de novas ocupações e absorção de profissionais qualificados que servem à ampliação do papel de liderança regional da cidade de Bauru no

Estado de São Paulo. Os Distritos Industriais, como são conhecidas as regiões de Cidades Industriais, Comerciais Atacadistas e de Serviços, cumprem um importante papel na economia de Bauru. O município possui cinco dessas áreas, com mais de 200 empresas, que movimentam a geração de emprego e renda.

No Distrito Industrial I, são 90 empresas; no Distrito II, 41; no Distrito III, 53; no Distrito IV, são 18 empreendimentos. Já no Distrito Guadalajara, são três indústrias.

Dados do ano de 2016 do IBGE ilustram números de empresas, pessoal ocupado e remuneração referentes à cidade de Bauru (Quadro 1).

Quadro 1 - Empresas, pessoal ocupado e remuneração referentes à cidade de Bauru-SP.

Número de Empresas e Outras Organizações Atuantes	12.775 unidades
Pessoal ocupado	138.889 pessoas
Pessoal ocupado assalariado	122.844 pessoas
Salário Médio Mensal	2,9 salários mínimos
Salários e outras remunerações	4.338.833 mil reais

Fonte: IBGE, 2021. (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/bauru/panorama>)

No Estado de São Paulo foram gerados 68.970 postos de trabalho no 1º trimestre de 2019, resultado de 1.237.530 admissões e 1.168.560 desligamentos. No mesmo período, na RA de Bauru, que detém 2,4% do total dos empregos formais do Estado, houve criação de 2.262 postos de trabalho (31.226 admissões e 28.964 desligamentos).

Em pesquisa realizada durante o período do 1º. Trimestre de 2018 ao 1º. Trimestre de 2019, na cidade de Bauru, o maior número de empregos formais está concentrado no setor de serviços, seguido por comércio, construção civil, indústria e agropecuária, conforme Tabela 1.

Tabela 1 - Número de variação do emprego formal, segundo setores de atividade econômica do Município de Bauru-SP.

Setores de atividade	Empregos (mar. 2019)		Variação absoluta		Variação relativa (%)	
	Nº abs.	Distribuição (%)	1º trim. 2019/ 4º trim. 2018	1º trim. 2019/ 1º trim. 2018	1º trim. 2019/ 4º trim. 2018	1º trim. 2019/ 1º trim. 2018
TOTAL (1)	287.312	100,0	2.262	-406	0,8	-0,1
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura (2)	18.115	6,3	-995	-1.506	-5,2	-7,7
Indústrias de transformação (3)	89.182	24,1	833	-1.140	1,2	-1,6
Fabricação de produtos alimentícios e de bebidas (4)	24.294	8,5	-73	-657	-0,3	-2,6
Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigo para viagem e calçados (5)	6.747	2,3	131	-481	2,0	-6,7
Fabricação de coque, de produtos derivados do petróleo e de biocombustíveis (6)	6.144	2,1	175	-147	2,9	-2,3
Indústria metal-mecânica (7)	11.957	4,2	343	91	3,0	0,8
Demais subsetores (8)	20.020	7,0	257	54	1,3	0,3
Construção (9)	20.243	7,0	529	1.043	2,7	5,4
Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas (10)	65.023	22,6	-569	168	-0,9	0,3
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	7.361	2,6	65	60	0,9	0,8
Comércio por atacado, exceto veículos automotores e motocicletas	10.476	3,6	201	68	2,0	0,7
Comércio varejista	47.186	16,4	-835	40	-1,7	0,1
Serviços (11)	112.295	39,1	2.460	996	2,2	0,9
Transporte, armazenagem e correio (12)	15.558	5,4	810	429	5,5	2,8
Informação e comunicação; atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados; atividades profissionais, científicas e técnicas (13)	15.758	5,5	-157	308	-1,0	2,0
Atividades administrativas e serviços complementares (14)	19.337	6,7	144	-211	0,8	-1,1
Administração pública, defesa e seguridade social, educação; e saúde humana e serviços sociais (15)	40.035	13,9	1.645	299	4,3	0,8
Alojamento e alimentação; artes, cultura, esporte e recreação; e outras atividades de serviços (16)	20.511	7,1	8	105	0,0	0,5

Fonte: Ministério da Economia. Secretaria Especial de Previdência e Trabalho. Censo Geral de Empregados e Desempregados - Caged, Fundação Seade.

(1) Inclui indústrias extrativas (Seção B da CNAE 2.0); eletricidade e gás (Seção D da CNAE 2.0); água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação (Seção E da CNAE 2.0). (2) Seção A da CNAE 2.0. (3) Seção C da CNAE 2.0. (4) Inclui as Divisões 10 e 11 da Seção C da CNAE 2.0. (5) Divisão 15 da Seção C da CNAE 2.0. (6) Divisão 19 da Seção C da CNAE 2.0. (7) Inclui as Divisões 24 a 30 e 33 da CNAE 2.0. (8) Incluem as Divisões 12 a 14, 16 a 18, 20 a 23 e 31 e 32 da Seção C da CNAE 2.0. (9) Seção F da CNAE 2.0. (10) Seção G da CNAE 2.0. (11) Seções H a U da CNAE 2.0. (12) Seção H da CNAE 2.0. (13) Seções J, K e M da CNAE 2.0. (14) Seção N da CNAE 2.0. (15) Seções O, P e Q da CNAE 2.0. (16) Seções I, R e S da CNAE 2.0.

Nota: Não inclui as informações fora do prazo.

A relativa infertilidade das terras bauruenses e a facilidade de transporte provocada pelo entroncamento rodoferroviário existente no município levaram o setor de serviços e comércio a ser a principal atividade econômica de Bauru e transformou a cidade no principal polo econômico da região que está no coração de São Paulo.

Tanto que, segundo dados oficiais de IBGE referente ao ano de 2018, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita de Bauru foi de R\$ 39.121,44. O Comércio é o setor de maior abrangência na economia do município – 50,19% dos habitantes da cidade trabalham no setor de serviços, com um rendimento médio de aproximadamente R\$ 1.200 reais.

O setor industrial conta com quatro distritos que abrigam empresas que produzem bens bastante variados. A logística deste setor é beneficiada pela localização estratégica da cidade. A malha rodoviária, a hidrovía Tietê-Paraná e o Aeroporto Bauru-Arealva Moussa Tobias, em funcionamento, já são uma realidade. Segundo o Ministério de Indústria e Comércio Exterior e Serviços (MDIC), entre os meses de janeiro e dezembro de 2018, Bauru gerou um valor aproximado de US\$ 239,69 (milhões) em exportações e US\$ 80,28 (milhões) em importações.

Comparado ao mesmo período de 2017, o município demonstra um importante crescimento de 15,85% nas exportações e 17,63% nas importações, respectivamente. Entre os produtos mais exportados estão: metais comuns e suas obras, carnes de animais da espécie bovina e produtos do reino animal, máquinas e aparelhos, material elétrico e suas partes. Os países com maior número de participação nas exportações de Bauru são: Bolívia (45%), Filipinas (11%) e Estados Unidos (5,4%). Já nas importações, a China lidera com 28%, seguida pela Argentina (18%) e Estados Unidos (10%).

A cidade tem um ótimo equilíbrio econômico, por ter a geração de sua riqueza apoiada nos três setores (primário, secundário e terciário), com forte participação do setor de serviços, que é marcante pela presença, na cidade, de escritórios regionais de grandes empresas, entidades governamentais, etc., e também pela ótima posição geográfica no Estado.

2.4.7. Aspectos da Educação

Com o passar dos anos o Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB têm contribuído para a promoção do desenvolvimento social local e regional, abrindo oportunidades para que os jovens possam dar sequência a seus estudos na área profissional; através da manutenção de cursos superiores.

No âmbito educacional, Bauru apresenta uma taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade de 96,9% e conta com 114 escolas de Ensino Fundamental que atendem 42.208 alunos matriculados em 2018 e 61 escolas de Ensino Médio com 13.683 alunos (INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA, 2018).

Quanto ao Ensino Superior o município de Bauru é conhecido como polo universitário do Estado de São Paulo. De acordo com os dados disponibilizados pelo site do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), só em 2017 foram registrados 26.887 universitários matriculados e formados no município.

Com 783 cursos oferecidos, a cidade possui 39 instituições de ensino superior, distribuídas entre faculdades, centros universitários, universidades, institutos federais e escolas do governo

2.4.8. Aspectos da Saúde

Na área da Saúde, Bauru oferece atendimento em 23 Unidades Básicas de Saúde (UBS), sendo destas 18 Núcleos de Saúde e 05 Saúde da Família. Estas unidades prestam assistência médica sanitária nas três áreas básicas (Pediatria, Ginecologia e Clínica), odontológica, de enfermagem e nutrição, aplicação de tratamentos (injeções, inalações, curativos, etc) vacinação, visitas domiciliares e atividades de educação em saúde (trabalhos de grupo, palestras e orientações em geral). Para estas atividades contam, com equipe composta de médicos, enfermeiros, dentistas, nutricionistas, auxiliares de enfermagem, atendente de consultório dentário, atendente de recepção, auxiliar administrativo, assistente social e servente. Prestam, ainda, primeiro atendimento em casos de emergência médico e odontológico.

Funcionam, ainda, no município 06 unidades de Saúde Mental, 08 Unidades de Urgência e de Pronto Atendimento e 13 Unidades Referenciais (Ambulatório Municipal de Fisioterapia, Apoio Social, Banco de Leite Humano – BLH, Casa da Mulher, Centro de Diagnóstico por Imagem de Bauru – CDIB, Centro de Especialidades Odontológicas – CEO, Centro de Referência em Moléstias Infeciosas – CRMI, Centro de Referência em Saúde do Trabalhador – CEREST, Centro de Testagem e Aconselhamento – CTA, Policlínica - Centro de Especialidades Médicas Municipal, Programa Municipal de Atendimento ao Idoso –PROMAI, Programa Municipal de DST/AIDS e HV, Serviço de Orientação e Prevenção do Câncer – SOPC). E atendimentos a Saúde Coletiva, com 03 unidades - Vigilância Ambiental, Vigilância Epidemiológica e Vigilância Sanitária.

O município de Bauru conta com o Hospital Regional Santa Casa de Bauru, Fundado em 21 de janeiro de 1951, atualmente Hospital de Base, que possui referência nas áreas de traumatologia para Bauru e região, neurocirurgia, cirurgia cardíaca, hemodiálise e Hemonúcleo que atende a todos os hospitais da rede SUS de Bauru e 17 municípios.

Bauru e região conta, ainda com o Hospital Beneficência Portuguesa, Hospital

Estadual de Bauru, Hospital Unimed, Hospital das Clínicas, Hospital e Maternidade São Francisco, Hospital Prontocor, Hospital São Lucas, Maternidade Santa Isabel e o Hospital de Reabilitação de Anomalias Craniofaciais, que teve início em 1962, onde chamava Faculdade de Odontologia de Bauru da Universidade de São Paulo (FOB-USP).

Com sua implantação, a população bauruense se viu diante da oferta de atendimentos antes inexistentes na região, com a criação de uma clínica odontológica; e na clínica, dentre os cidadãos que procuravam atendimento odontológico, começaram a surgir pessoas com fissura labiopalatina em busca do mesmo atendimento na então jovem Faculdade. Em 25 de março de 1976, o então governador Paulo Egydio Martins modificou o Regimento Geral da USP pelo Decreto 7734/76, criando o chamado Hospital de Pesquisa e Reabilitação de Lesões Lábio-Palatais (HPRLLP, hoje HRAC-USP) e o Hospital Universitário (HU-USP), após a aprovação tanto do Conselho Universitário da USP como do Conselho Estadual de Educação. A Unidade, assim, foi transformada em unidade hospitalar autônoma com o nome de Hospital de Pesquisa e Reabilitação de Lesões Lábio-Palatais (HPRLLP- USP), passando a ser vinculado diretamente à Reitoria da USP. O Hospital foi pioneiro no tratamento de fissuras labiopalatinas no Brasil, dedicando até hoje 100% de sua capacidade instalada a usuários do SUS.

Em 11 de março de 2020, a OMS (Organização Mundial da Saúde) declarou pandemia pelo vírus SARS-CoV-2, que causa a COVID-19 ou doença do novo coronavírus, que é uma doença infecciosa. O vírus pode ser transmitido não somente por pessoas que tenham sinais e sintomas da doença, mas também por todas aquelas que possuam o vírus em seu corpo e que não tenham desenvolvido nenhum sinal ou sintoma da doença, o que denominamos de casos assintomáticos.

Diante do exposto, o município de Bauru, segundo os dados do Boletim Epidemiológico nº 119/2021 (Abril/2021), a média dos últimos 07 dias foi de 242 novos casos de COVID-19, com 33 óbitos e 107% de taxa de ocupação de leitos de UTI. Totalizando até o momento, 38.143 casos confirmados positivos, 82.971 casos confirmados negativos, 121.326 casos notificados, 212 suspeitos e 748 óbitos. Quanto a vacina, o município apresenta 18,6% da população vacinada (40.896 - 1ª. dose e 70.445 - 2ª. dose).

2.5. Responsabilidade Ambiental, Cultural e Artística

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB nutre um profundo respeito em relação ao meio ambiente, à memória, patrimônios culturais e a produção artística. Existe uma preocupação de abordar esses temas em sala de aula, tornando os alunos corresponsáveis desse processo, sendo que estes temas constam no currículo básico de algumas disciplinas,

e são igualmente abordados em projetos de extensão e em atividades complementares.

Há a promoção de diversas atividades e participação em eventos gratuitamente, voltados para atendimento da população. A IES procura se integrar aos programas e projetos do município para implementação efetiva das atividades, incluindo ainda o conhecimento e preservação do patrimônio cultural da cidade.

Ações institucionais do Instituto:

- I. Inclusão Social: alcançada por meio da adoção de mecanismos de incentivo e apoio a processos de inclusão social, envolvendo a alocação de recursos que possibilitem o acesso e permanência dos estudantes (bolsas de estudo, atendimento a portadores de necessidades especiais, financiamentos alternativos e outros);
- II. Promoção Humana e Igualdade Étnico-Racial e Indígena: partindo da premissa que “a escola tem papel preponderante para eliminação das discriminações e para emancipação dos grupos discriminados”, proporciona acesso aos conhecimentos científicos, aos registros culturais diferenciados, à conquista da racionalidade que rege as relações sociais e raciais, aos conhecimentos avançados, indispensáveis para consolidação e ajuste das nações como espaços democráticos e igualitários, assim como, adota medidas educacionais que valorizam e respeitam as pessoas para que não haja discriminações sociais e raciais em sua comunidade acadêmica;
- III. Ao Desenvolvimento Econômico e Social: almejado por meio de ações e programas que concretizam e integram as diretrizes curriculares com os setores sociais e produtivos, incluindo o mercado profissional, assim como através de experiências de produção e transferência de conhecimentos, tecnologias e dispositivos decorrentes das atividades científicas, técnicas e culturais, visando ao atendimento de demandas locais, regionais e nacionais;
- IV. Defesa do Meio Ambiente: presente em ações e programas que concretizam e integram as diretrizes curriculares com as políticas relacionadas à preservação do meio ambiente, estimulando parcerias e transferência de conhecimentos, como também em experiências de produção e transferência de conhecimentos e tecnologias decorrentes das atividades científicas, técnicas e culturais voltadas para a preservação e melhoria do meio ambiente;
- V. Direitos Humanos: programas e projetos voltados para segmentos sociais e comunidades em situação de vulnerabilidade social, visando a reinserção educacional e laboral, emancipação social, acesso às políticas sociais públicas, bem como acesso à Justiça e aos Direitos Humanos; todos voltados para a promoção e proteção da dignidade humana;

- VI. Preservação da Memória Cultural, da Produção Artística e do Patrimônio Cultural: buscada através de ações e programas que concretizam e integram as diretrizes curriculares com as políticas relacionadas ao patrimônio histórico e cultural, visando sua preservação, como também do estímulo à transferência de conhecimentos e tecnologias decorrentes das atividades científicas, técnicas e culturais com vistas à preservação da memória e do patrimônio cultural.

2.6. Responsabilidade Social

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB considera o ensino superior como o grande responsável pela construção do conhecimento, que incita a crítica da realidade, e que, conseqüentemente, por despertar o aluno para os problemas da sociedade o incentiva ao exercício da cidadania. Portanto, não só preparar o acadêmico para o exercício profissional, mas para a formação de um cidadão atuante em todos os âmbitos da sociedade.

O profissional, que se pretende graduar, deverá ser imbuído de capacidade e iniciativa de buscar soluções inovadoras, estar aberto a mudanças, sendo articulador e líder dos ambientes em que atuará, participando e auxiliando na tomada de decisões. Para isso, precisa estar apto ao ato de comunicar, possuir aptidão analítica e numérica, possuir comportamento equilibrado, alto senso crítico e ético, e atenção e disponibilidade para ações de responsabilidade social.

Ciente que as instituições são por excelência o veículo natural de disseminação de responsabilidade social, pois são as responsáveis pela formação do cidadão, o Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB proporciona aos jovens carentes a possibilidade de ingresso ao ensino superior, e para tanto ao longo da sua existência firmou parcerias Órgãos Governamentais, Instituições e com a Fundação UNIESP SOLIDÁRIA, através da qual oferece à comunidade projetos sociais, programas facilitadores para o acesso de jovens e adultos carentes no Ensino Superior, concedendo bolsas de estudos de até 100%.

Fundação UNIESP SOLIDARIA é uma instituição, filantrópica, de cunho social e educacional, constituída em 1999 e que é consciente de que o fator embrionário da pobreza, da exclusão social e da criminalidade se encontra na falta ou escassez da educação.

Acreditando que, em Responsabilidade social, na área educacional, não pode existir doação e sim reciprocidade, a Faculdade exige dos alunos contemplados bom desempenho acadêmico e contrapartida social através da prestação de serviços em creches, asilos, hospitais, associação de produtores rurais, escolas municipais e estaduais e Instituições beneficentes.

Por meio da parceria com os Projetos Sociais da Fundação UNIESP Solidária tem firmado convênios com prefeituras, sindicatos, empresas, associações, fundações, cooperativas, entre outras.

Os convênios promovem a valorização do funcionário associado por proporcionar um elemento facilitador para ingresso no ensino superior. Além disso, esse incentivo acarreta na melhoria da motivação do funcionário, e, conseqüentemente, no aumento da produtividade. Com isso, este passa a aplicar o conhecimento adquirido na faculdade em seu dia-dia, o que pode representar um trabalho de maior qualidade, visto que há um maior conhecimento.

Nesse sentido, apresenta-se uma síntese de Programas e Projetos Sociais, e ainda as parcerias com os Governos Federal e Estadual.

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE BAURU E FUNDAÇÃO UNIESP

UNIESP Flex

O UNIESP Flex, projeto exclusivo da UNIESP, consiste em proporcionar ao aluno ingressante em uma das Instituições de Ensino da UNIESP a oportunidade de frequentar um Curso Superior com um valor mensal acessível: (i) por meio de pagamento do valor parcial das respectivas mensalidades, durante o período de duração do curso, e (ii) pagamento do saldo devedor remanescente das mensalidades, após a conclusão do curso e em até 06 (seis) vezes o período cursado pelo UNIESP Flex.

Poderão solicitar adesão ao “UNIESP Flex” os novos alunos ingressantes por Vestibular, Transferência Externa de instituições que não sejam do GRUPO EDUCACIONAL UNIESP, ex-alunos e portadores de Diploma Universitário para segunda graduação, mediante existência de vagas e observada a categorização do valor da Parcela “UNIESP Flex”, o curso, o turno e a forma de ingresso, desde que não esteja vinculado a Projetos Governamentais, cumpridos os critérios estabelecidas no regulamento do Projeto e respeitadas as demais Normas Acadêmicas.

Aluno ingressante por Transferência Externa de instituições que não fazem parte do GRUPO EDUCACIONAL UNIESP poderá ter deferida a solicitação de adesão ao “UNIESP Flex” mediante a existência de vagas remanescentes, para ingresso em turmas que estejam em funcionamento entre o 2º (segundo) e o penúltimo semestre de curso.

Aluno portador de Diploma Universitário, formado em uma das Faculdades do GRUPO EDUCACIONAL UNIESP ou em qualquer outra Instituição de Ensino Superior - IES do País, ingressante para cursar Segunda Graduação, poderá ter deferida a solicitação de adesão ao “UNIESP Flex” mediante a existência de vagas remanescentes para ingresso em turmas em funcionamento e entre o 2º (segundo) e o penúltimo semestre do curso, desde que esteja adimplente com a instituição.

UNIESP SOCIAL

Com o objetivo de inserir o jovem no ensino superior e conseqüentemente incentivar o desenvolvimento de atividades sociais, o **UNIESP Social** é, sem dúvida, uma contundente política social implantada pela FUNDAÇÃO UNIESP SOLIDÁRIA em todas as suas Faculdades Parceiras localizadas na capital e interior do Estado de São Paulo e nos demais Estados em que há Faculdades do GRUPO. De extraordinária dimensão social, atende diretamente a classe social menos favorecida por meio da mais nobre ação social que uma instituição pode conceber: a educação aliada à consciência de cidadania e dever cívico.

Nesse projeto, as Faculdades da UNIESP concedem bolsas de estudo de até 50% a estudantes financeiramente menos favorecidos e, em contrapartida ao benefício recebido, exige dos bolsistas o compromisso com o desenvolvimento de atividades sociais em instituições públicas ou sem fins lucrativos como asilos, creches, hospitais e ONGs.

Oferecendo a sua contribuição pessoal e profissional para a transformação de centros comunitários, o bolsista estará também exercendo a sua cidadania.

Estudantes ingressantes nas Faculdades da UNIESP por vestibular que comprove carência financeira e se proponham a desenvolver até 06 horas presenciais de atividades de contrapartida social em instituições sem fins lucrativos (creches, asilos, hospitais, fundos sociais, etc.) em projetos com objetivos e público-alvo definidos e voltados para a promoção do desenvolvimento humano e social.

UNIESP CONVÊNIOS

A UNIESP, em cumprimento à sua missão e sua política de agregar cada vez mais valor a seus discentes, vem desde 2003 trabalhando com convênios e parcerias estratégicos, disponibilizando descontos e benefícios aos ingressantes, oriundos de instituições (empresas/associações/sindicatos) conveniadas.

O benefício UNIESP CONVÊNIO é um desconto/bolsa concedido pela UNIESP aos beneficiários ingressantes pelo convênio firmado com instituições (empresas/associações/sindicatos) conveniadas com a UNIESP S.A. O percentual varia de 10% a 50% de desconto, de acordo com os termos de cada Convênio.

PROGRAMA SEGUNDA GRADUAÇÃO

As Faculdades Parceiras da UNIESP S.A. também disponibilizam programas de incentivos estudantis (de descontos promocionais de até 50%), como o “PROGRAMA SEGUNDA GRADUAÇÃO”, que contempla descontos para aqueles que já concluíram um Curso Superior, mas desejam se reciclar, se especializar ou ter novas opções no mercado de trabalho.

Poderá ser contemplado pelo programa aluno egresso de curso de graduação. Os

descontos promocionais podem ser de até 50%, para aqueles que já concluíram um Curso Superior.

CAMPANHA INDIQUE AMIGO

A campanha “INDIQUE AMIGO” da UNIESP S.A tem como objetivo valorizar e estreitar os laços de amizade, oferecendo educação de qualidade para o amigo INDICANTE e o amigo INDICADO.

Indique um ou mais amigos para ingresso nos cursos de Graduação, e ganhe prêmios por cada amigo INDICADO que efetue matrícula. Todo estudante regularmente matriculado, pode ser INDICANTE dentro da campanha Indique Amigo. Entende-se por estudante regularmente matriculado aquele que realizou o processo de matrícula ou de renovação de matrícula, e encontra-se apto a assistir aulas.

GOVERNO ESTADUAL

BOLSA ESCOLA DA FAMÍLIA

Visando a contribuir para o desenvolvimento de uma cultura de paz, o Programa Bolsa Escola da Família, elaborado pelo Governo do Estado de São Paulo proporciona a abertura, aos finais de semana, de várias escolas da Rede Estadual de Ensino no Oeste Paulista transformando-as em centro de convivência, com atividades voltadas às áreas esportiva, cultural, de saúde e de qualificação para o trabalho.

Os alunos inseridos neste programa desenvolvem atividades ligadas à Família, Saúde, Cultura, Esporte, lazer e Qualificação para o Trabalho nas escolas da Rede Estadual aos finais de semana e em contrapartida o aluno estuda com bolsa de 100%.

GOVERNO FEDERAL

Programa Universidade para Todos - PROUNI

O Programa Universidade para Todos, denominado de PROUNI é destinado à concessão de bolsas de estudo integrais e bolsas de estudo parciais de cinquenta por cento (meia-bolsa) para cursos de graduação e sequenciais de formação específica, em instituições privadas de ensino superior, com ou sem fins lucrativos e oferece ainda a implementação de políticas afirmativas de acesso ao ensino superior aos autodeclarados indígenas ou negros e aos portadores de deficiência. O Instituto, diante do lançamento do PROUNI pelo Ministro da Educação e ciente da carência social existente no Oeste Paulista, apoiou o Secretário Executivo do MEC - Fernando Haddad e foi à primeira das 35 instituições que aderiram ao programa, quando do lançamento pelo Ministro da Educação disponibilizando 10% de suas

vagas iniciais, para ingresso de alunos ao ensino superior. Para o aluno concorrer a bolsa é necessário realizar o Exame Nacional do Ensino Médio - ENEM e conseguir uma nota satisfatória na prova.

FINANCIAMENTO ESTUDANTIL - FIES

Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (FIES) é um programa do Ministério da Educação, destinado a financiar a graduação presencial na educação superior de estudantes matriculados em instituições não gratuitas na forma da Lei 10.260/2001. Podem recorrer ao financiamento os estudantes matriculados em cursos superiores que tenham avaliação positiva nos processos conduzidos pelo Ministério da Educação.

Em 2010, o FIES passou a funcionar em um novo formato: a taxa de juros do financiamento passou a ser de 3,4% aa, o período de carência passou para 18 meses e o período de amortização para 3 (três) vezes o período de duração regular do curso + 12 meses. O Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) passou a ser o Agente Operador do Programa para contratos formalizados a partir de 2010. Além disso, o percentual de financiamento subiu para até 100% e as inscrições passaram a ser feitas em fluxo contínuo, permitindo ao estudante o solicitar do financiamento em qualquer período do ano.

2.7. Justificativa para a oferta do Curso

O mercado de trabalho vem sofrendo grandes transformações e, as tendências dos negócios indicam que as empresas investirão cada vez mais nos segmentos que contribuam e possam auxiliá-las a permanecer e se consolidar neste mercado globalizado, portanto, a escolha do Curso Superior de Tecnologia em Marketing visa atender ao mercado de trabalho, complementando a formação profissional dos possuidores do ensino médio e egressos dos cursos técnicos, para atender aos diversos segmentos organizacionais distribuídos entre os setores públicos, privado e do terceiro setor, observando a necessidade de maior profissionalização dos atuantes da área. O campo de trabalho, que até algum tempo estava restrito às grandes empresas, tende a alargar-se com a consciência da micro, pequena e média empresa, e seu sucesso depende de uma gestão profissional empreendedora e competitiva. No âmbito regional o município de Bauru, é a região que mais possui empresas industriais, com ramos diversificados, isto é, com empresas nos setores de alimentos e bebidas, metalúrgicas, de madeira e mobiliário, minerais não metálicos e têxtil.

Desta forma, o curso do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB contribui para a disseminação do conhecimento dentro das áreas do Marketing local e regional, abrangendo, desse modo, um dos campos mais tradicionais e fundamentais para o desenvolvimento

tecnológico e científico da nação brasileira.

Diante do complexo industrial instalado, associado aos elevados investimentos na região, identifica-se uma intensa demanda por mão de obra qualificada.

O Tecnólogo em Tecnologia em Marketing pode atuar em empresas públicas e privadas, no assessoramento técnico e consultoria, órgãos públicos, institutos e centros de pesquisa, dentre outros, mediante formação requerida pela legislação vigente.

Dados da ABMES – Associação Brasileira das Mantenedoras de Ensino Superior, com base Censo da Educação Superior de 2016, demonstram a participação percentual de cada modalidade no ensino superior, destacando-se que cursos de bacharelado mantêm sua predominância na educação superior brasileira com participação de 69% das matrículas. Os de licenciatura representam 18,9% e os tecnológicos, 11,8%.

Diante do exposto, o Brasil pode ser considerado um país de grandes oportunidades. Há investimentos em vários setores do mercado nacional como: siderurgia, agropecuária, petroquímica, mineração, fundição, indústrias nas mais diversas áreas, como por exemplo, móveis, eletrodomésticos, automobilística, turismo, empresas, o que por consequência vem gerando um aumento significativo do Comércio de Bens e Serviços.

Nesse sentido o curso do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB atende os habitantes da região, criando novas oportunidades de emprego para todos aqueles que venham a se interessar pela formação acadêmica, contribuindo com à demanda instalada, o crescimento e o novo cenário competitivo da região local, regional e nacional.

O profissional da área poderá visualizar as necessidades da empresa em que atuará de forma não fragmentada, global e propor soluções específicas, já que o mesmo possuirá conhecimentos básicos da Tecnologia em Marketing, reconhecendo assim os possíveis problemas das empresas, industriais e as tecnologias para resolvê-los, atuando também nas áreas de logística, planejamento, operações e financeira. Portanto, um profissional com sólida formação, que trabalhará na orientação e no funcionamento das empresas e organização, de modo a produzir de maneira sustentável, mantendo a economia local e regional.

3. POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

A política do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB para o ensino de graduação fundamenta-se na integração do ensino inovador com iniciação científica e a extensão, objetivando formação de qualidade acadêmica e profissional.

Cultiva e promove, portanto, uma prática calcada em princípios éticos e cristãos que possibilite a construção do conhecimento técnico-científico, o aperfeiçoamento cultural e o desenvolvimento de um pensamento reflexivo, crítico e responsável, que impulsiona a transformação sócio-político-econômica da sociedade.

Dentre os princípios básicos das Políticas Institucionais identificadas no PDI, aquelas que interferem diretamente no Curso de Tecnologia em Marketing:

- atenção às necessidades da sociedade e, em especial, na região de inserção do curso, no que concerne à oferta de cursos e programas para a formação e qualificação do Tecnólogo em Marketing;
- atualização permanente do projeto pedagógico, levando-se em consideração as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o curso de Marketing as exigências do mercado e as demandas sócio-econômico-culturais da região em que a IES está inserida;
- discussão permanente sobre a qualidade do ensino de Tecnólogo em Marketing, através de diferentes fóruns, envolvendo a comunidade acadêmica do curso, principalmente o Núcleo Docente Estruturante - NDE;
- atualização das práticas pedagógicas inovadoras;
- incentivo e estímulo à produção técnico-científica e didática do corpo docente;
- capacitação e qualificação permanente do corpo docente, em termos de titulação acadêmica e de competências didático-pedagógicas;
- capacitação e qualificação permanente do corpo técnico-administrativo;
- manutenção e controle da situação legal do curso;
- apoio e acompanhamento da ação pedagógica no âmbito do curso, com as políticas de atendimento ao discente, além das ações de estímulo para a produção discente e à participação em eventos e acompanhamento dos egressos do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB;
- incentivo das políticas de educação inclusiva, com acessibilidade no acompanhamento dos casos que necessitam de atendimento específico, em acordo com as diretrizes do Ministério da Educação, além da inclusão social, que garante a participação igualitária de todos na sociedade, independente da classe social, da condição física, da educação, do gênero, da orientação sexual, da etnia, entre outros aspectos;
- atualização da responsabilidade social, ambiental e ao desenvolvimento econômico e social da região.

Compatibilizados com essa concepção, fundamenta-se a ação do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB com o compromisso com a região, lidando, diuturnamente, com os fatos, problemas e esperanças de uma região dotada de aspectos bem marcados na sua geografia, no seu homem e na sua história, o Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB opta pelo compromisso de, sem perder de vista o universal, encarar, enfrentar, estudar e

apoiar o regional. Assim, deseja fazer-se presente na busca participativa de soluções que ajudem a minorar a dívida social para com a sua população, proporcionando-lhe uma melhor qualidade de vida.

Para efetivação do ensino, a metodologia aplicada sofre variações decorrentes da necessária adequação para o atendimento às exigências educacionais da comunidade.

A metodologia implementada, em todos os programas das disciplinas dos diversos cursos do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, está vinculada às necessidades contextuais, às possibilidades didáticas da IES, além de estar comprometida com o pluralismo metodológico, o que possibilita aos alunos a aquisição do conhecimento das várias correntes e paradigmas, de forma interdisciplinar e transdisciplinar.

De forma geral, a IES permite a cada curso adequar as metodologias de ensino, pesquisa e extensão que melhor atendam o seu alunado, desde que estas atinjam os objetivos definidos e exigidos para o egresso no seu mercado de trabalho.

No que se refere às atividades acadêmicas desenvolvidas na instituição, a IES visa a integração com a pesquisa e a extensão, por meio da orientação de grupos de estudos, organizado pelos respectivos núcleos de pesquisa e com monitores, permitindo desenvolvimento amplo do potencial do educando, que é sempre orientado pela qualidade do processo científico e acadêmico.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB tem hoje na expansão das atividades de pesquisa um de seus objetivos, resultando na evolução de sua organização, objetivos, metas e ações. A pesquisa é considerada parte integrante e fundamental de sua missão no processo de ensino, além de instrumento privilegiado de evolução e participação efetiva no desenvolvimento social, cultural e econômico do país.

3.1. Práticas Exitosas ou Inovadoras

As práticas inovadoras são aquelas que a IES articula nas políticas institucionais, como uma ação de acordo com as necessidades do curso. Assim sendo, o curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB propõe as seguintes práticas exitosas/inovadoras:

Corpo Docente	Os docentes do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB utilizam, em suas atividades didáticas, concepções de ensino que buscam desenvolver diferentes habilidades e competências necessárias para o egresso exercer suas atividades de maneira compatível com o objetivo da Instituição.
---------------	---

Inovação Tecnológica	Para que o processo de inovação tecnológica seja efetivo, a IES tem buscado a invenção, adaptação, mudança ou evolução da atual tecnologia e conhecimentos, por meio de práticas baseadas em evidências científicas e estímulo ao empreendedorismo. Entendemos que existem quatro grandes dimensões relacionadas ao campo de atuação do profissional de Tecnologia em Marketing, com as disciplinas de Gestão da Informação e Inteligência de Mercado, Pesquisa de Marketing, Planejamento Estratégico de Marketing, Gestão e Identidade de Marcas e as disciplinas Optativas.
Ação Inovadora	A fim de relacionar-se com a adoção de práticas e procedimentos que oportunizem a criação ou o desenvolvimento de novos produtos ou ideias e permitam a melhoria de processos, apontando para ganhos de eficiência, o curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, promove extensão a comunidade do município promovendo eventos e palestras, além de buscar parcerias com empresas, pesquisadores e grupos de estudos de outras instituições.
Práticas Inovadoras	Assim, o curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, evidencia as práticas inovadoras, por meio de Projetos de iniciação Científica. Produz e divulga conhecimentos e tecnologias criativas e inovadoras que atendam ao ensino, tais como cursos e/ou eventos nacional e internacional. Além das que atendem a gestão e gerenciamento de atividades de marketing buscando a melhoria da integração entre graduação e a prática profissional, com visitas técnicas em empresas e indústrias de pequeno, grande e médio porte.

3.2. Metodologias Ativas

São muitos os benefícios do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB ao trazer as metodologias ativas para dentro da sala de aula. Porém, o principal é a transformação na

forma de conceber o aprendizado, ao proporcionar que o aluno pense de maneira diferente (já ouviu falar em fora da caixa?) e resolver problemas conectando ideias que, em princípio, parecem desconectadas. Segue abaixo, um fluxograma do que representa as metodologias ativas no aprendizado do aluno.



Por fim, é possível destacar a existência de vários benefícios tanto para a comunidade acadêmica quanto para a IES com a utilização das metodologias ativas. Sendo que os discentes:

- adquirem maior autonomia;
- desenvolvem confiança;
- passam a enxergar o aprendizado como algo tranquilo;
- tornam-se aptos a resolver problemas;
- tornam-se profissionais mais qualificados e valorizados;
- tornam-se protagonistas do seu aprendizado.

Para a IES, os benefícios se mostram, principalmente com:

- maior satisfação dos alunos com o ambiente da sala de aula;
- melhora da percepção dos alunos com a instituição;
- aumento do reconhecimento no mercado;
- aumento da atração, captação e retenção de alunos.

Portanto, a aplicação de metodologias ativas de aprendizagem tem um papel importante para a educação, especialmente no Brasil, onde o setor necessita de transformações substanciais. Por isso, é preciso investir não somente em bons conteúdos, mas se faz necessário ter consciência de que aprimorar os procedimentos usados para educar é algo extremamente relevante.

Assim, no processo de utilização de metodologias ativas de autoaprendizagem, os docentes do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB adotam as seguintes aprendizagens de ensino:

- **Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP) - Problem Based Learning (PBL):** desenvolvida originalmente para o ensino da área da saúde, eixo principal do aprendizado teórico do currículo de algumas escolas, em que o problema guia a aprendizagem. O professor será o orientador e os alunos serão os investigadores em pequenos grupos. É uma metodologia formativa, pois “estimula uma atitude ativa do aluno em busca do conhecimento e não meramente informativa como é o caso da prática pedagógica tradicional” (BERBEL, 1998, p.145). A APB tem grupo tutorial de 8 a 10 alunos, para apoiar os estudos. Um deles será o coordenador e outro o secretário. Há rodízios de sessão em sessão, para que todos exerçam essas funções. Um problema é apresentado aos alunos para que estudem, investiguem o caso e apresentem seus resultados. Após isso, os alunos rediscutem o problema, adquirindo novos conhecimentos;
- **Aprendizagem Baseada em Equipes (ABE) - Team Based Learning (TBL):** é uma estratégia instrucional direcionada para grandes classes de estudantes. Procura criar oportunidades e obter os benefícios do trabalho em pequenos grupos de aprendizagem, de modo que se possa formar equipes de 5 a 10 estudantes, que trabalharão no mesmo espaço físico (sala de aula). Uma das características mais importantes do TBL é o fato de que os alunos envolvidos nos grupos se prepararem previamente para as aulas, uma vez que podem ser lançados desafios para os grupos antes, durante ou após as aulas. Além disso, é importante ressaltar que não há necessidade de que os estudantes possuam conhecimento prévio sobre trabalho em equipe, uma vez que estes serão submetidos às atividades que farão com que eles desenvolvam essas habilidades de forma intrínseca;
- **Estudo de Caso:** o estudo de caso envolve a abordagem de conteúdo por intermédio do estudo de situações de contexto real, as quais são denominados “casos”. Pressupõe a participação ativa do estudante na resolução de questões relativas ao caso, normalmente em um ambiente colaborativo com seus pares. Apesar de poder ser resolvido individualmente, uma das maiores riquezas dessa abordagem de ensino é a interação pedagógica que promove mudanças significativas na sala de aula. Trata-se de uma abordagem ativa e colaborativa, que promove o desenvolvimento da autonomia e da metacognição, quando conduzido de forma apropriada. Os casos são construídos em torno de objetivos de aprendizagem (habilidades e competências) que se pretende desenvolver, e são seguidos de questões que devem ser respondidas pelos estudantes. A presença dessas questões torna o estudo de caso uma abordagem de ensino

guiada. Os estudantes analisam os saberes necessários para a resolução do caso, pesquisam e discutem em pequenos grupos. A próxima etapa é a discussão dos resultados no grande grupo, que deve sempre ser finalizada pelo professor, que realiza uma avaliação do trabalho da turma e pode retomar pontos importantes que tenha permanecido descobertos;

- **Mapa Conceitual:** dentre as metodologias ativas, destaca-se o mapa conceitual, que busca, através da construção coletiva, organizar ideias que se conectam a partir de um tema central, assim, é possível sintetizar vários conceitos que se interagem. Para Lima et al. (2017, p. 3), trata-se de “um importante recurso pedagógico, que deve ser utilizado frequentemente no contexto da sala de aula, pois proporciona ao docente condensar os diversos conceitos existentes em sua disciplina, facilitando sua apresentação de forma hierarquizada.” Na educação, a construção de mapas conceituais incentiva os alunos a identificarem “ideias prévias, externar e obter conhecimento conceitual, refletir sobre a estrutura cognitiva dos temas abordados e compreender o processo de produção e aquisição de conhecimento” (SANTOS, 2016, p. 120). Para Litto e Mattar (2017, p. 91), “o processo de criação de um mapa pode ajudar a organizar ideias e compreender como elas se relacionam”. Além disso, não há uma forma exata para realizá-los, podendo conter “muitos detalhes, incluindo cores, imagens, referência de páginas e exemplos” ou “um plano simples, concentrado em postos-chaves”;
- **Sala de Aula Invertida (*flipped classroom*):** esta metodologia consiste na inversão das ações que ocorrem em sala de aula e fora dela. Considera as discussões, a assimilação e a compreensão dos conteúdos (atividades práticas, simulações, testes) como objetivos centrais protagonizados pelo estudante em sala de aula, na presença do professor, enquanto mediador do processo de aprendizagem. Já a transmissão dos conhecimentos (teoria) passaria a ocorrer preferencialmente fora da sala de aula. Neste caso, os materiais de estudo devem ser disponibilizados com antecedência para que os estudantes acessem, leiam e passem a conhecer e a entender os conteúdos propostos (SCHENEIDERS, 2018). O professor passa a mediar e orientar as discussões e a realização das atividades, agora executadas em sala de aula, considerados os conhecimentos e conteúdos acessados previamente pelo estudante, isto é, fora do ambiente da sala de aula. Agora o professor pode dedicar o seu tempo de sala de aula, na presença dos estudantes, para consolidar conhecimentos para orientá-lo, esclarecer as suas dúvidas e apoiá-lo no desenvolvimento do seu

aprendizado. É, portanto, uma estratégia que propõe mudar alguns elementos do ensino presencial, sugerindo uma alternativa à lógica tradicional.

4. O CURSO

4.1. Histórico e Perfil do Curso

Visando a contribuição no papel de formadores de pensamento e profissionais que ajudarão a elevar o nível sociocultural da comunidade de Bauru e região são apresentados os pressupostos que norteiam o curso de Tecnologia em Marketing, bem como o caminho percorrido.

O curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB iniciou seu processo de criação e estruturação em 2004, em reunião com a apresentação dos professores que iniciariam o Núcleo Docente Estruturante (NDE) bem como o alinhamento da estrutura curricular do curso. A autorização do curso se deu, segundo a Portaria MEC nº 3.337 de 13/11/2003, publicada em 14/11/2003.

Com o curso já em funcionamento as adequações no Projeto Pedagógico e nos regulamentos foram acontecendo de acordo com as necessidades e conforme realidade regional e do curso, atendendo as legislações do Ministério da Educação - MEC.

Logo, para a solicitação do Reconhecimento do Curso, obteve-se pela Portaria nº 298 de 30/11/2009, publicada em 04/12/2009.

Durante estes anos o NDE vem trabalhando conforme a atualização da Diretriz Curricular Nacional e demais legislações pertinentes ao ensino superior. Assim, no final de 2021 foram realizadas novas adequações na matriz curricular e no Projeto Pedagógico, com a inclusão das atividades de extensão, com o mínimo de 10% da carga horária total do curso e inserção da disciplina de Língua Estrangeira.

Para tanto, após este processo, o curso passa a ter uma nova matriz vigente, para os ingressantes a partir de 2022. Vale ressaltar que a estrutura curricular do curso foi objeto de reflexão e discussão do colegiado e do NDE, analisando inclusive ápice e mudança de cenários na área da Tecnologia em Marketing.

Diante do exposto, o curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB vem ao longo dos anos de funcionamento, evoluindo e se adequando de acordo com as novas concepções para a formação de seus egressos.

Assim, o curso visa o aprimoramento do conhecimento dando ênfase a capacitação ao uso de novas tecnologias, bem como da manutenção do ensino por meio de discussão e adequações de seu currículo de acordo com a necessidade e realidade de seu alunado. O curso busca ainda dar condições aos seus egressos de continuarem seus estudos após a

formação e de exercerem a profissão de forma efetiva frente as novas tecnologias e os novos desafios.

No curso há a preocupação de formar o profissional para o exercício da função de Tecnólogo e para isto, o currículo está organizado de forma que os conhecimentos teóricos, o senso crítico e de cidadania, a capacidade para exercer atividades de planejamento, de supervisão e coordenação de projetos de Marketing perpassam toda a formação do Tecnólogo em Marketing, tendo como referência básica o conhecimento e domínio de técnicas digitais, compreensão de problemas e negócios, inovações, criatividade em um contexto global, além da convivência pacífica com o meio ambiente e políticas públicas e legislação pertinentes à profissão, bem como as diretrizes e parâmetros curriculares.

4.2. Missão do Curso

Formar profissional capacitado para atender às exigências do mercado de trabalho, apto ao autodesenvolvimento e consciente da importância de seu papel enquanto agente transformador da realidade, no exercício da função social como Tecnólogo em Marketing.

4.3. Objetivos

4.3.1. Geral

O curso tem o objetivo de formar e inserir o moderno profissional de Tecnologia em Marketing no mercado de trabalho, com base em parâmetros exigidos pelo mundo atual do trabalho. Para tanto, o curso se fundamenta nos seguintes princípios:

- a) A formação acadêmica deve desenvolver no graduando o interesse pelo conhecimento científico e à pesquisa. Ao longo de sua carreira ele deve continuar em seu processo evolutivo dentro dos princípios da comunicação social sabendo que a formação recebida na Faculdade é apenas mais um passo de uma caminhada ao longo de sua vida;
- b) Para ser um bom profissional não é necessário conhecer apenas a teoria, mas saber como atuar nas mais diferentes áreas, o que exige atualização contínua, tanto teórica como prática. Além disso, é fundamental um olhar para o processo de gerenciamento atual, totalmente focado para o emocional de cada indivíduo/profissional;
- c) É necessária a conscientização de que o futuro profissional esteja preparado para assumir posição de comando, diagnosticando contingências operacionais e administrativas e apresentando soluções, por meio de modernas técnicas de gerenciamento, com flexibilidade e inovação;

- d) O curso se propõe a capacitar para liderança, que é um componente indispensável na preparação do profissional egresso.

No desenvolvimento das atividades do curso, procurar-se-á:

- a) Ter como base filosófica o respeito à pluralidade de ideias;
- b) Capacitar o corpo docente e discente a uma atuação conjunta com base pedagógica, científica e profissional homogênea, com vistas à formação de profissionais para o mercado de trabalho;
- c) Capacitar o corpo discente para buscar constantes atualizações em sua área de atuação através do conhecimento técnico-científico envolvido, com base na bibliografia, nos periódicos, nos sistemas de consulta de informações e nos órgãos específicos;
- d) Fazer do curso um referencial de qualidade;
- e) Oferecer sólida formação básica e humanística, das diferentes linguagens dos processos comunicacionais e, profissionais, fundamentadas em competências e habilidades de acordo com o perfil de formandos adaptáveis às novas e emergentes demandas sociais, científicas e às novas tecnologias;
- f) Formar um profissional apto a compreender e analisar a realidade social, econômica, política e cultural com fundamentação no conhecimento científico acumulado pelos estudos nas Ciências Sociais;
- g) Implementar uma educação superior que potencialize o profissional a posicionar-se em conformidade com os princípios da ética condizentes aos interesses do conjunto da sociedade, bem como com o tratado dos deveres da deontologia profissional;
- h) Estimular o profissional para exercer a profissão nas carreiras que envolvem o processo comunicacional de forma a empreender iniciativas inovadoras e contribuir com as demandas da sociedade contemporânea;
- i) Oferecer formação que potencialize o profissional a pensar a recepção dos produtos midiáticos e a fazer a análise crítica dos meios;
- j) Proporcionar ao futuro profissional o domínio de linguagens e novas plataformas midiáticas;
- k) Potencializar o egresso para criar produtos nas diferentes plataformas midiáticas, considerando as especificidades de sua habilitação;
- l) Oferecer uma educação superior que subsidie o futuro profissional para empreender negócios em comunicação com responsabilidade social e ambiental;
- m) Possibilitar o desenvolvimento e a condução de atividades de pesquisa;

- n) Formar um profissional apto a reconhecer o potencial formativo dos meios de comunicação de massa e estar comprometido em aplicar os conhecimentos adquiridos para promover a inclusão social e contribuir com o desenvolvimento da sociedade brasileira.

4.3.2. Específicos

- a) Estimular a criação cultural, o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo, propiciando condições de educação integral do ser humano, como sujeito e agente de seu processo educativo e de sua história.
- b) Formar pessoas nas diversas áreas de conhecimento, capacitando-as para atuação em diferentes setores profissionais, incluindo-se aqueles relacionados com as tecnologias mais avançadas, tornando-se cidadãos responsáveis, capazes de oferecerem respostas às necessidades de diferentes aspectos da atividade humana, no conjunto da sociedade brasileira;
- c) Desenvolver a iniciação científica e apoiar o trabalho de pesquisa;
- d) Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos, técnicos e artísticos que constituem patrimônio da humanidade e difundir o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;
- e) Estimular a criatividade e a invenção;
- f) Suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar sua correspondente concretização através de processos integrados de educação continuada;
- g) Promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios da criação cultural e artística, da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição;
- h) Contribuir para o aprimoramento dos valores democráticos, estimulando uma visão crítica, que colabore para o aperfeiçoamento da sociedade e o fortalecimento de perspectivas humanísticas;
- i) Ser uma instituição aberta à sociedade, promovendo, no exercício de suas atividades, o desenvolvimento integrado de sua comunidade acadêmica, da comunidade regional e nacional, visando o bem-estar social, econômico, político e espiritual do ser humano.

4.4. Perfil do Egresso

A construção do perfil profissional dos egressos do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB se baseia na Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021, Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a

Educação Profissional e Tecnológica. Assim, o Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB deverá formar um profissional com perfil expressar um conjunto coerente e integrado de conteúdos (saber), competências (saber fazer), habilidades (saber fazer bem) e atitudes (querer fazer), que inclua as capacidades fundamentais descritas nestas Diretrizes e que seja coerente com o ambiente profissional para o qual o egresso será preparado, seja ele local, regional, nacional ou global, em atendimento às demandas sociais do município de Bauru e região. O conjunto de conteúdos, competências e habilidades que constituem o perfil do egresso deve apresentar um equilíbrio adequado de competências humanas, analíticas e quantitativas.

Assim, o Tecnólogo em Marketing agrega em seu perfil profissional competências para atuar no mercado de trabalho, direcionadas às grandes áreas do Marketing. Ao mesmo terá se apropriado dos conhecimentos dos negócios empresariais, tendo em vista a grande importância da integração do Marketing com todos os setores das empresas. Ainda no seu perfil estará presente a formação cidadã e humanista, que o auxiliarão na compreensão da sociedade.

Deve estar preparado para realizar suas atividades com uma visão ética e equilibrada dos papéis sociais e de responsabilidade com o meio ambiente, suportada por uma sólida base conceitual.

Pressupõe que o Tecnólogo em Marketing formado pelo Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB tenha conhecimentos sobre a profissão, com responsabilidade social e compromisso cidadão além da capacidade de comunicação oral e escrita. Que tenha habilidades no uso de novas tecnologias, assim como a capacidade de aprender e se atualizar continuamente.

Com uma sólida formação básica e uma formação profissional fundamentada na competência teórico-prática, o curso visa preparar o futuro graduado de Tecnologia em Marketing para enfrentar os desafios das frequentes transformações da sociedade, com condições de se inserir no mercado de trabalho de forma a compreendê-lo e transformá-lo com coerência e embasado nas diretrizes e normas do Ministério da Educação.

O egresso do curso deve ter ainda competências, habilidades e atitudes para coletar, processar e analisar informação com fontes diversas, e que tenha compromisso com a preservação do meio ambiente, a valorização e o respeito a diversidade e multiculturalidade, com a ética e com a qualidade.

O curso pretende garantir ao egresso uma sólida formação profissional com conhecimento amplo na área da Tecnologia em Marketing, proporcionando uma atuação centrada nos princípios da construção e avanço do conhecimento científico, pautada por uma visão humanística e globalizada da atividade humana com uso do pluralismo teórico-metodológico, em que as principais abordagens sejam garantidas com significativa parcela

gerencial, de relações humanas e senso de criatividade, possibilitando a inserção no mercado de trabalho.

É preciso que o acadêmico reconheça que os fundamentos teóricos, articulados às metodologias coerentes à natureza do objeto a ser abordado, irá gerar práticas nas diversas áreas de atuação do administrador. Essa formação estará marcada por uma prática de promoção da melhoria das condições de vida, com um irrestrito compromisso e adesão ampla à ética e à cidadania.

4.5. Articulação com o Mercado de Trabalho

Das profissões tradicionais a de Marketing é sem dúvida umas das mais divulgadas na atualidade. O profissional pode atuar em empresas com marketing digital, bancos de investimento, instituições e/ou empresas públicas ou privadas. Pode atuar, ainda em indústrias, construtoras e consultoras, entre outros empresas de pequeno a grande porte.

O Marketing, também conhecido por mercadologia, é a arte empresarial de elaborar um planejamento estratégico inteligente a fim de ampliar os lucros e a competitividade de um negócio. Esse objetivo é colocado em prática por meio da sincronia entre oferta do produto e/ou serviço com a demanda do público-alvo.

Logo, são realizadas ações como pesquisas mercadológicas, campanhas publicitárias, trabalho de design, atendimento pós-venda e outras estratégias para conquistar o consumidor.

Devido a essa diversidade e complexidade, a atividade requer profissionais com conhecimentos sólidos nas diversas áreas de sua formação.

Neste sentido, pressupõe o profissional formado no Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB seja um profissional com competências que lhe permita desenvolver atividades profissionais que promovam a sustentabilidade, a inovação e o desenvolvimento socioeconômico das comunidades e organizações humanas, atuando nas fases de concepção, produção, qualidade, gestão de empreendimentos em produção de novos produtos, gestão de marcas, marketing digital, inteligência de mercado, dentre outros e, neste sentido, os parâmetros que nortearão seu trabalho são a qualidade, a segurança, a funcionalidade e a economia, além de originalidade, autonomia, criatividade, inovação e dinamismo no mercado de trabalho.

4.6. Articulação com as Atividades de Pesquisa e Extensão

Como princípio educativo, os planos da pesquisa e extensão apontam para uma formação que contempla um profissional autônomo e que seja capaz de usar a pesquisa como hábito permanente de aprendizagem e atualização.

Com base na perspectiva do MEC, a extensão universitária pode ser compreendida

como processo que articula o ensino e a pesquisa viabilizando a relação concreta entre a IES e a sociedade por meio da oportunidade da prática de conhecimentos acadêmicos. Com isso, a produção do conhecimento se dá pelo confronto da reflexão teórica, saberes e realidade popular, abrindo assim, espaço para integração efetiva da comunidade na Instituição de Ensino.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB tem hoje na expansão das atividades de pesquisa um de seus objetivos, resultando na evolução de sua organização, objetivos, metas e ações. A pesquisa é considerada parte integrante e fundamental de sua missão no processo de ensino, além de instrumento privilegiado de evolução e participação efetiva no desenvolvimento social, cultural e econômico do país.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB comprometida com o desenvolvimento social sustentável, em âmbito local e regional, busca em parcerias com instituições públicas, privadas e com a comunidade realizar suas ações extensionistas de forma a fomentar as demandas sociais, culturais, econômicos e ambientais.

A articulação e a integração da IES com a sociedade ocorrem por meio da extensão universitária, a partir dos projetos, eventos e cursos de extensão, da cooperação interinstitucional e da prestação de serviços. A instituição incentiva seus docentes dar continuidade em sua formação em cursos de pós-graduação visando ter no quadro de docentes em sua maioria doutores e mestres e uma equipe de técnicos e profissionais preparados para o desenvolvimento com excelência as atividades acadêmicas.

A IES também realiza atividades como as semanas de curso, promovendo institucionalmente e interdisciplinarmente seminários, encontros e palestra que abordam temas relacionados a cultura afro-brasileira, meio ambiente e inclusão social.

No âmbito do curso de Tecnologia em Marketing, além da sala de aula o curso possui os laboratórios específicos, espaços próprios para estudos, Núcleo de Pesquisa e ambiente para o desenvolvimento de aulas práticas, proporcionando experiência profissional aos discentes por meio de atividades práticas.

O curso desenvolve ainda projetos de pesquisa e atividades de extensão como a como as semanas de cursos, feiras de ciência, trote solidário entre outras atividades.

5. ESTRUTURA E CONTEÚDO CURRICULAR

5.1. Projeto Pedagógico e as Diretrizes Curriculares Nacionais

Esse Projeto Pedagógico foi concebido de acordo com orientações do Ministério da Educação - MEC e do Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI da IES, estabelecendo políticas de ensino, pesquisa e extensão, orientando e contribuindo para a formação do

discente nos diversos aspectos acadêmicos. Para tanto o PPC foi elaborado e estruturado conforme determinam a Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021, Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica; e o Parecer CNE/CES nº 733/2022, aprovado em 6 de outubro de 2022 - Proposta de versão atualizada do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST) 2022.

O PPC visa atender também as determinações da Lei nº 10.436, de 24/04/2002 e o Decreto 9.656 de 27/12/2018, que altera o Decreto nº 5.626 de 22/12/2005, que dispõe sobre a oferta da disciplina Língua Brasileira de Sinais LIBRAS, da Lei nº 9.394/96, com a redação dada pelas Leis nº 10.639/2003 e nº 11.645/2008, e da Resolução CNE/CP nº 1/2004, fundamentada no Parecer CNE/CP nº 3/2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira e Africana, bem como o Parecer CNE/CP nº 8, de 06/03/2012, que originou a Resolução CNE/CP nº 1, de 30/5/2012, que institui as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos e também as temáticas relativas às Políticas de Educação Ambiental, no tocante a Lei nº 9.795, de 27/04/1999 e o Decreto nº 4.281 de 25/06/2002.

No que tange a Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista, Lei nº 12.764 de 27/12/2012 o curso bem como a IES recebe o apoio do Núcleo de Apoio Psicopedagógico.

Além do atendimento à legislação vigente, a estrutura curricular do curso foi pensada de forma a promover o conhecimento e domínio de técnicas computacionais, compreensão de problemas socioeconômicos além da convivência pacífica com o meio ambiente e políticas públicas e legislação pertinentes à profissão. O currículo busca também contemplar fundamentos práticos profissionais que auxiliem na profissão do tecnólogo, considerando a dinâmica existente entre a relação ensino e a formação profissional nas diferentes áreas do conhecimento que completam a formação oferecida pelo curso.

Pressupõe, a vivência de um currículo que integra teoria e prática através de mecanismos de colaboração com empresas e instituições, de modo a assegurar aos alunos/profissionais a oportunidade de contato regular supervisionado mediante a sua inserção nos projetos desenvolvidos pelas referidas empresas ou instituições.

O núcleo básico constitui-se de um conjunto de disciplinas de formação com conteúdo mais abrangente e de conteúdo em outras áreas do conhecimento humano, propiciando uma visão mais generalista. Esse conteúdo possibilita uma compreensão acerca das questões que envolvem a função do administrador considerando o processo de inovação tecnológica e os valores humanos e culturais da sociedade.

O conjunto de disciplinas profissionalizante é composto por disciplinas de qualificação que abordam, mais especificamente, o fazer do administrador ou a atuação profissional. São disciplinas focadas nos fundamentos e práticas da profissão de

administrador, da execução, enfim, dos processos de execução e prática da Tecnologia em Marketing.

O núcleo específico é composto por um conjunto de disciplinas de contextualização que buscam inserir o discente no contexto da legislação, da discussão sobre o planejamento, a implementação, a gestão e avaliação de projetos e, no contexto da segurança. Constituem-se em conhecimentos científicos, tecnológicos e instrumentais necessários para a definição das modalidades de Tecnologia em Marketing e devem garantir o desenvolvimento das competências e habilidades estabelecidas pelas DCNs.

O curso, ainda incorpora no conjunto das disciplinas, conforme exigência legal, conteúdos pertinentes às políticas de educação ambiental, questões de gênero, do estatuto do idoso, dos direitos humanos e das relações étnico-raciais.

A educação ambiental é abordada no sentido de que na formação do administrador ele possa ser capaz de se sensibilizar quanto à importância da preservação dos recursos hídricos e do meio ambiente e assim propiciar uma formação crítica referente essa temática desenvolvendo em si uma postura ética, política e social. Essa temática é discutida na disciplina Meio Ambiente e Sustentabilidade.

No curso, a temática também é trabalhada nos projetos do Núcleo de Ensino, Pesquisa e Extensão - NEPE e no PROPIC, em que os discentes desenvolvem pesquisas voltados para a preservação e manutenção do meio ambiente como, entre outros.

Os direitos humanos são abordados nas disciplinas de Estudos Socioantropológicos; Ética, Cidadania e Inclusão Social. Essa temática também é tratada pelos professores ao longo do curso com objetivo de propiciar ao aluno não só a compreensão e a identificação do desenvolvimento do indivíduo, quanto aos aspectos físico, psicológico, pedagógico e social, mas também para contribuir na integração social e desenvolvimento pessoal, além da abordagem dos direitos e deveres do indivíduo e do idoso.

As relações étnico-raciais são tratadas no curso destacando o papel social dos docentes e discentes na construção do projeto de uma sociedade cidadã que respeita a pluralidade étnico social. Essa temática também objetiva o estudo da diversidade étnico-racial com ênfase nas histórias e culturas dos africanos e dos indígenas. Promovendo uma análise das contribuições dos negros e indígenas na formação da sociedade nacional.

A IES promove e contempla a acessibilidade metodológica, por meio do Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP, além da divulgação do conhecimento e a aplicação de dispositivos legais e políticas relacionadas a inclusão e a acessibilidade de seus discentes com deficiência na educação superior.

No âmbito do curso, o corpo docente concebe conhecimento, aprendizagem, avaliação e inclusão educacional por meio de atendimento ao discente com dificuldade de aprendizagem. Esse atendimento se dá por meio de acompanhamento em resolução de

exercícios, contextualização de avaliações e atendimentos na pré aula.

É possível notar a acessibilidade metodológica nas salas de aula quando os professores promovem processos de diversificação curricular, flexibilização do tempo e utilização de recursos para viabilizar a aprendizagem de estudantes com deficiência, como por exemplo: pranchas de comunicação, texto impresso e ampliado, softwares ampliadores de comunicação alternativa, leitores de tela, entre outros recursos.

Ressalta-se que a proposta vigente no Projeto Pedagógico do Curso privilegia uma adequação entre o universo acadêmico e o universo profissional, ou seja, uma relação de proximidade entre o ensino, pesquisa e extensão. Garantir uma formação multidisciplinar, comprometendo o aluno à compreensão e busca de soluções para o exercício mais adequado da profissão constitui a contribuição do curso e a principal missão da instituição.

Nota-se que o currículo do curso de Tecnologia em Marketing, além de estar em conformidade com a legislação vigente apresenta uma flexibilidade que permite a inovação e construção cotidiana da identidade do curso, possibilitando a “ênfase” a ser dada quando considerada a sua inserção regional e, a base comum de estudos constitui-se de um conjunto de disciplina que possibilite uma compreensão acerca das questões que envolvem direta ou indiretamente a função do administrador, bem como sua instrumentalização para fazê-lo da profissão, considerando o processo de inovação tecnológica e os valores culturais da sociedade. Além de constituir um conjunto de disciplinas na área inovadoras, que envolvem o empreendedorismo e a gestão, as vivências práticas com interdisciplinaridade em cada semestre do curso (Projeto Integrador) e, a oferta da disciplina de Inglês, como optativa.

5.2. Matriz Curricular - Ingressantes 2022

1º SEMESTRE						
Componente Curricular	CH Semanal	Teórica	Prática	Extensão	Outras	Total
					Atividades	
História e Exercício Profissional	3	40	0	20	0	60
Matemática Básica	3	40	20	0	0	60
Comportamento Humano nas Organizações (EAD)	0	40	0	0	0	40
Cenários Econômicos	3	40	0	20	0	60
Linguagem e Interpretação de Textos (EAD)	0	40	0	0	0	40
Introdução à Informática (EAD)	0	40	40	0	0	80
Projeto Integrador I	0	0	0	0	60	60
Carga Horária Total	9	240	60	40	60	400
2º SEMESTRE						
Componente Curricular	CH Semanal	Teórica	Prática	Extensão	Outras	Total
					Atividades	
Teorias da Administração	3	40	0	20	0	60

Probabilidade e Estatística (EaD)	0	40	40	0	0	80
Gestão de Marketing	3	40	0	20	0	60
Matemática Financeira	3	40	20	0	0	60
Metodologia do Trabalho Acadêmica (EaD)	0	40	0	0	0	40
Ética, Cidadania e Inclusão Social (EAD)	0	40	0	0	0	40
Projeto Integrador II	0	0	0	0	50	50
Carga Horária Total	9	240	60	40	50	390
3º SEMESTRE						
Componente Curricular	CH Semanal	Teórica	Prática	Extensão	Outras	Total
					Atividades	
Planejamento Estratégico de Marketing	3	40	0	20	0	60
Gestão da Informação e Inteligência de Mercado	3	40	20	0	0	60
Pesquisa de Marketing	3	40	0	20	0	60
Comportamento do Consumidor (EAD)	0	40	40	0	0	80
História e Cultura Afro-brasileira e Indígena (EAD)	0	40	0	0	0	40
Meio Ambiente e Sustentabilidade (EAD)	0	40	0	0	0	40
Projeto Integrador III	0	0	0	0	50	50
Carga Horária Total	9	240	60	40	50	390
4º SEMESTRE						
Componente Curricular	CH Semanal	Teórica	Prática	Extensão	Outras	Total
					Atividades	
Gestão de Canais de Marketing	3	40	0	20	0	60
Gestão de Produtos e Serviços	3	40	20	0	0	60
Gestão e Identidade de Marcas	3	40	0	20	0	60
Tópicos Especiais em Marketing (EAD)	0	40	40	0	0	80
Empreendedorismo e Responsabilidade Social (EAD)	0	40	0	0	0	40
Optativa (EAD)	0	40	0	0	0	40
Projeto Integrador IV	0	0	0	6	34	40
Carga Horária Total	9	240	60	46	34	380

QUADRO GERAL	
	Carga Horária (Horas/Relógio)
CH de componentes curriculares teóricos	960
CH práticas	240
CH de atividade prática (extensão)	166
CH de atividade complementar	100
Projeto Integrador de Processos Gerenciais	194
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	1660

Disciplinas Optativas					
Disciplinas	Carga	Teórica	Prática	Outras	Total
	Horaria			Atividades	
Introdução ao Agronegócio	40	40	0	0	40
Gestão Ambiental	40	40	0	0	40
Linguagem Brasileira de Sinais - LIBRAS	40	40	0	0	40
Inglês	40	40	0	0	40

CERTIFICAÇÕES INTERMEDIÁRIAS
Analista de Processos - 2º Semestre
Assistente de Processos Gerenciais - 3º semestre

5.3. Ementário e Bibliografias

O ementário do Curso de Tecnologia em Marketing referendado pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), encontra-se em ANEXO (página 110) a este documento, com uma apresentação clara, concisa e objetiva do que se vai estudar e os procedimentos a serem realizados nos conteúdos das disciplinas da Matriz Curricular.

5.4. Adequação da Metodologia do Processo de Ensino e da Metodologia de Aprendizagem

A metodologia de ensino-aprendizagem está de acordo com as DCNs, atende ao desenvolvimento de conteúdos, às estratégias de aprendizagem, ao contínuo acompanhamento das atividades, à acessibilidade metodológica e à autonomia do discente. Ademais, coaduna-se com práticas pedagógicas que estimulem a ação discente em uma relação teoria-prática.

Inovadora e embasada em recursos que proporcionem aprendizagens diferenciadas dentro da área de Tecnologia em Marketing, a metodologia indica as grandes linhas de ação utilizadas pelos professores em suas aulas, pois é o meio de que lança mão para trabalhar os conteúdos curriculares e alcançar os objetivos pretendidos.

São implantadas metodologias e técnicas didático-pedagógicas que contribuem para a implantação de um processo de ensino-aprendizagem emancipatório, permitindo a abertura de espaços para a construção do próprio conhecimento.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, no desenvolvimento do Curso de Tecnologia em Marketing, atua com metodologias ativas e interativas, centradas no aluno, voltadas para o seu desenvolvimento intelectual e profissional, com ênfase nas 04 (quatro) aprendizagens fundamentais, que constituem os pilares do conhecimento: “Aprender a conhecer”, “Aprender a fazer”, “Aprender a viver juntos” e “Aprender a ser”.

A aprendizagem é entendida como processo de construção de conhecimentos, competências e habilidades em interação com a realidade e com os demais indivíduos, no qual são colocadas em uso capacidades pessoais. Dessa forma, é abandonada a relação na qual o aluno coloca-se no processo de ensino-aprendizagem numa posição de expectador, limitando-se apenas a captar o conhecimento transmitido pelo professor.

Nessa perspectiva, os alunos passam à condição de sujeitos ativos de sua própria aprendizagem, adquirindo conhecimentos de forma significativa pelo contato com metodologias de ensino voltadas para a criação e construção de conhecimentos, competências e habilidades.

O professor passa, então, a desempenhar o papel de incentivador, garantindo situações que estimulem a participação ativa do aluno no ato de aprender; e de orientador, auxiliando a formação de conhecimentos, competências e habilidades.

O curso de Tecnólogo em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, estrutura-se em torno dos seguintes princípios metodológicos, definidos no PDI: interdisciplinaridade, indicada como forma de admitir a ótica pluralista das concepções de ensino, integrando os diferentes campos do conhecimento e possibilitando uma visão global da realidade; como forma de superar o pensar simplificado e fragmentado da realidade; como forma de integrar conhecimentos, buscando uma unidade do saber e a superação dos currículos centrados em conteúdos; articulação entre teoria e prática, que pressupõe ações pedagógicas que, ultrapassando os muros da academia, indicam a necessidade da inserção do aluno em realidades concretas, fazendo com que a formação centrada na prática busque uma contínua aproximação do mundo do ensino com o mundo do trabalho; diversificação dos cenários de aprendizagem, implicando na participação de docentes, discentes e profissionais nos vários campos do exercício profissional. Essa participação se apresenta na perspectiva de uma efetiva articulação que contribui para a formação profissional. A realidade concreta e os reais problemas da sociedade são substratos essenciais para o processo ensino-aprendizagem; articulação da investigação científica com o ensino e com a extensão, viabilizando a troca de experiências e a construção/reconstrução/significação de conhecimentos.

Dentre as diversas referências que fundamentam este projeto, destacamos a abordagem do Ensino para a competência. Entendamos, aqui, competência por domínio de habilidades, atitudes e valores necessários a um desempenho eficiente e eficaz do aluno, no desenvolvimento das atividades requeridas pelo mundo do trabalho e pelas novas tecnologias.

Apresentamos, a seguir, um quadro comparativo em que constam as bases em que se fundam a abordagem do Ensino por Competência e a do tradicional Ensino por Conteúdo trabalhado no Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB:

ENSINO POR COMPETÊNCIAS	
COMO ERA	COMO FICOU
PARADIGMAS	
Transmissão e acúmulo do conhecimento. Focado no ensino. Formação técnica para o posto de trabalho.	Construção de competências. Focado na aprendizagem. Formação para o mundo do trabalho.
CONHECIMENTO	
Fragmentado, dividido por disciplinas, de caráter enciclopédico, memorizador e cumulativo.	Intertransdisciplinar, contextualizado. Privilégio pela construção de conceitos e pela criação do sentido.
CURRÍCULO	
Compartimentalizado, fracionado, estático, organizado em disciplinas. Eixo em termos do conhecimento, das matérias.	Em rede, dinâmico, organizado em áreas de conhecimento e temas geradores. Em função das pessoas e de seus projetos (eixo nos projetos, problemas e/ou desafios significativos do contexto produtivo). É um meio norteador da prática pedagógica.
CONTEÚDO	
Considerado um fim em si mesmo.	Meio pelo qual se desenvolvem as competências, para ampliar a formação dos alunos e sua interação na realidade, de forma crítica e dinâmica.
SALA DE AULA	
Espaço padronizado de transmissão e recepção do saber.	Ambiente multifuncional de reflexão e de situações de aprendizagem (atividade do sujeito).
ATIVIDADE	
Padronizada, rotineira. Caráter transmissivo, elucidativo, explicativo.	Centrada em projetos e resolução de problemas. Caráter desafiador, de pesquisa, de transferência. Situação significativa (análises, sínteses, inferências, generalizações, analogias, associações e transferências).
PROFESSOR	
Transmissor do conhecimento. Depositário de conhecimento.	Mediador do conhecimento. Monitor, orientador e assessor. Estimular o aluno a aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a ser e o aprender a conviver.
PEDAGOGIAS	
Valoriza os objetivos da educação. Igualdade (buscando eliminar as diferenças).	Valoriza a finalidade da educação. Ativa, diferenciada, construtivista, cooperativa, aberta, crítica. Equidade (buscando a igualdade sem eliminar as diferenças).
ALUNO	
Receptor (aprendiz do conteúdo). Memorista (compreensão limitada). Passivo. Alienado.	Foco. Construtor do conhecimento. Cidadão. Sujeito que aprende. Agente do processo: faz, pergunta, pesquisa, descobre, cria e aprende.
AValiação	
Classificatória e excludente. Lógica seletiva.	Feedback. Busca avaliar as competências adquiridas. Validação. Autoavaliação. Lógica formativa.
DIFERENCIAL INOVADOR	
Reprodução. Igualdade. Unidade. Eficiência.	Produção. Multifuncionalidade.

Racionalidade. Obediência. Submissão. Hegemonia (universalização de uma visão de mundo). Métodos e técnicas. Instrumentos.	Competência. Laborabilidade. Flexibilidade. Contextualização. Pragmático. Intersubjetividade. Empreendedorismo. Iniciativa. Inovação. Pluralidade. Visão sistêmica. Transferência. Autonomia. Projetos.
--	---

Assim, os métodos e técnicas de ensino-aprendizagem são cuidadosamente selecionados e planejados pelo corpo docente do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, observando-se a necessidade de propiciar situações que:

- a) viabilizem posicionamentos críticos;
- b) proponham problemas e questões, como pontos de partida para discussões;
- c) definam a relevância de um problema por sua capacidade de propiciar o pensar, não se reduzindo, assim, à aplicação mecânica de fórmulas feitas;
- d) provoquem a necessidade de busca de informação;
- e) enfatizem a manipulação do conhecimento, não a sua aquisição;
- f) otimizem a argumentação e a contra argumentação para a comprovação de pontos de vista;
- g) dissolvam receitas prontas, criando oportunidades para tentativas e erros;
- h) desmistifiquem o erro, desencadeando a preocupação com a provisoriedade do conhecimento, a necessidade de formulação de argumentações mais sólidas;
- i) tratem o conhecimento como um processo, tendo em vista que ele deve ser retomado, superado e transformado em novos conhecimentos.

A adoção desses critérios neutraliza a preocupação em repassar conhecimentos a serem apenas copiados e reproduzidos, estimulando e facilitando a busca do conhecimento de forma autônoma, assim como o desenvolvimento de competências e habilidades requeridas ao perfil do egresso.

Os professores do Curso de Tecnologia em Marketing utilizam diversos métodos e técnicas no desenvolvimento de seus componentes curriculares, observando sempre as vantagens e as limitações de cada um.

5.5. Modos de Integração entre a Teoria e Prática

A relação entre a teoria e a prática na formação do bacharel formado pelo Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB está presente não somente no modo como as disciplinas são ministradas (metodologia), mas de forma especial, por meio do Projeto Integrador, visitas técnicas, e demais atividades laboratoriais integradas ao conteúdo ministrado.

5.6. Dimensionamento da Carga Horária das Disciplinas

O dimensionamento da carga horária das disciplinas foi repensado, reavaliado e então proposto pelo NDE considerando os objetivos do curso, o perfil do egresso, os objetivos das disciplinas e, mais precisamente o conteúdo de cada disciplina e, fundamentalmente se será possível com o dimensionamento desse espaço na organização curricular desenvolver as competências e habilidades próprias de cada unidade de ensino. Tal proposta recente deverá ser acompanhada, analisada, avaliada e reformulada se for o caso, em momentos oportunos desde que sem prejuízo da formação dos alunos e em conformidade com as Diretrizes Curriculares Nacionais.

5.7. Adequação e Atualização das Ementas e Programas das Disciplinas

A Matriz Curricular é importante documento do curso, capaz de nortear o caminho a ser percorrido pelo aluno para que sua formação, iniciada no primeiro semestre, complete-se nos oito semestres ou séries do curso. Porém, a Matriz deve estar sempre a serviço do Projeto Pedagógico do Curso, não podendo ser obstáculo para a efetivação do Projeto Pedagógico e realização dos seus objetivos.

Não é diferente a preocupação com a carga horária das disciplinas, pois esta é distribuída de forma a atender às exigências e peculiaridades de cada uma delas. Não se pode distribuir a carga horária das disciplinas de maneira acertada sem que se atenha aos objetivos, às ementas, e aos conteúdos de cada uma, privilegiando aquelas que apresentam um conteúdo programático mais complexo.

Por fim, há que se ressaltar a preocupação constante com a atualização tanto da Matriz, como das ementas e conteúdo das disciplinas, pois a matriz curricular não pode ser fator limitante e impeditivo da elevação na qualidade do curso. A matriz curricular, suas disciplinas, ementas e conteúdo deverão refletir o processo que deverá ser desenvolvido na construção de todas as competências e habilidades previstas na formação do perfil desejado do futuro administrador. Toda vez e que se fizer necessária a atualização da Matriz Curricular e o NDE estará vigilante para encaminhar isso, deverá ser feita, sob pena de comprometer a qualidade do curso.

Pautados nestes aspectos bem como nas mudanças globais que envolvem a carreira que o corpo docente revê, propõe e realiza as adaptações necessárias.

5.8. Adequação, Atualização e Relevância da Bibliografia

A atualização e revisão da bibliografia operam-se em duas etapas, a primeira pelo trabalho dos professores, da coordenação do curso e do Núcleo Docente Estruturante - NDE no cuidado de rever e referendar a bibliografia indicada; e a segunda pelo cuidado da IES em atualizar a biblioteca para que as obras indicadas estejam ao alcance efetivo dos alunos e

sejam, de fato, instrumento de acompanhamento e complemento das aulas.

5.9. Coerência do Corpo Docente e do Corpo-Técnico Administrativo com a Proposta Curricular

A aderência entre a formação acadêmica do docente, a experiência docente e as atividades que desempenha no mercado profissional, é considerada um elemento de grande importância para a consecução dos objetivos pedagógicos institucionais.

Igualmente, o corpo técnico-administrativo atende de forma plena aos interesses da IES, pois gozam de experiência na área. A equipe gestora está qualificada academicamente e têm o perfil particular buscado pela IES e pelo Curso.

A gestão colegiada das questões pedagógicas e administrativas é um elemento que fortalece o curso, evitando a adoção de medidas advindas de percepções individuais e fortalece a continuidade dos projetos institucionais de forma transparente e comprometida.

5.10. Coerência dos Recursos Materiais Específicos

O Curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB dispõe de laboratórios e instalações específicas, equipamentos e materiais que atendem de forma plena ao Projeto Pedagógico do Curso.

Além da aquisição de material específico que atendam necessidades do curso, a IES tem buscado manter uma política de renovação de equipamentos sempre que necessário.

5.11. Estratégias de Flexibilização Curricular

A flexibilização curricular decorre do exercício concreto da autonomia universitária, defendida e garantida pela LDB nº 9.394/96 e pelo Plano Nacional de Educação pela Lei nº 10.172 de janeiro de 2001, que define objetivos e metas que assegurem a necessária flexibilidade e diversidade nos programas oferecidos pelas diferentes instituições de ensino superior, de forma a melhor atender às necessidades diferenciais de suas clientelas e às peculiaridades das regiões nas quais se inserem.

No curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB a flexibilidade curricular é contemplada na oferta de componentes curriculares como estágio supervisionado, disciplinas eletivas, monitorias, programas de iniciação científica, extensão, atividades complementares e cursos realizados em outras áreas.

Estas atividades complementares são desenvolvidas de forma correlacionada às disciplinas, com um grau de complexidade crescente ao longo do processo de formação, garantindo a característica de um generalista e, ao mesmo tempo, possibilitando o desenvolvimento em áreas de interesse específico. Neste contexto, compondo a formação da graduação, deve-se manter estreita relação no processo de ensino- aprendizagem e está,

após a graduação, seja por ação direta nas atividades de ensino, seja na participação efetiva em pesquisa ou incentivando a educação continuada.

Ainda no processo de formação do aluno, a comunicação e permeabilidade entre diferentes cursos, também é um dos eixos comuns que permite mobilidade e a integração entre eixos temáticos comuns. O trabalho em grupo é uma das habilidades requisitadas pela chamada “sociedade do conhecimento”, exigindo o pensar de forma coletiva e o respeito aos diferentes pontos de vista. Para tanto, é importante favorecer a convivência entre alunos de diferentes áreas do saber, por meio de disciplinas que tenham um eixo comum.

Atividades relacionadas ao empreendedorismo a partir da inclusão de projetos que estimulem o espírito inovador é umas das formas de desenvolver a inovação, bem como a sensibilização e a mobilização da comunidade acadêmica e da sociedade civil a partir de questões raciais, respeito à diversidade sexual e acessibilidade.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB busca e firma parcerias com instituições, entidades no intuito de estender seu trabalho junto a comunidade, bem como a troca de experiências.

6. METODOLOGIA

A organização curricular está organizada em forma de disciplinas. Essa não é a única forma possível de organização do conhecimento acadêmico. No entanto, o currículo do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB será constantemente discutido e revisado, segundo as necessidades reais dos discentes, em reuniões periódicas com o Núcleo Docente Estruturante - NDE, já constituído para elaboração e discussão deste projeto.

A metodologia de ensino aplicada no curso de Marketing segue o princípio da transmissão do conhecimento teórico e técnico, desenvolvimento da consciência crítica, desenvolvimento da capacitação técnica e instrumentalização plena do aluno para o trabalho no grande leque dos ofícios. Desta forma, sem perder de vista a formação cultural discente e o princípio de educar, não apenas para o trabalho, mas também na vida, o ensino neste curso dá ênfase às disciplinas de caráter técnico e de aplicabilidade no mercado, como a habilidades de planejamento, projeto, execução, controle, manutenção das edificações em geral, recursos hídricos e saneamento visando à qualidade, segurança, economia e durabilidade dos mesmos.

A formação teórico-conceitual está presente desde o início do curso, dado que, embora no Brasil a empresas/indústrias remonte décadas de existência, o conceito de gerenciamento e a aplicabilidade deste conceito como um fenômeno de mercado

reestruturado é recente, razão pela qual a pesquisa conceitual e reflexão crítica sobre este fenômeno social e mercadológico e foco de estudo debate como um dos princípios dos métodos de ensino do curso de Tecnólogo em Marketing, através de disciplinas como Gestão da Informação e Inteligência de Mercado, Pesquisa de Marketing, Planejamento Estratégico de Marketing, Gestão e Identidade de Marcas e as disciplinas Optativas.

Essas disciplinas atuaram como os principais ingredientes do processo de administração de marketing, que são as estratégias e os planos criteriosos e criativos, capazes de orientar as atividades de marketing. Pois, desenvolver a estratégia certa de marketing ao longo do tempo requer uma combinação de disciplina e flexibilidade. O ensino de Marketing, assim como as empresas devem se ater a uma estratégia sem deixar, porém, de aprimorá-la constantemente.

Assim, o conhecimento técnico-especializado encontra-se subsidiado pela formação cultural desenvolvida no curso, com base na evolução da formação crítica do aluno do marketing, os conhecimentos técnicos sejam potencializados e orientados adequadamente no âmbito profissional, gerando um profissional tecnicamente preparado que conseguirá se posicionar de forma otimizada num mercado extremamente competitivo e que necessita de mentes versáteis e adaptativas.

Se considerarmos: aluno, professor, conteúdo. Cada um desses elementos acaba por exercer uma influência sobre os demais, ligando e alterando as suas características. Entende-se que o aluno é participante efetivo do processo de ensino-aprendizagem e não apenas um ouvinte, e que o professor é um orientador no processo de ensino e não dono do conhecimento, e o conteúdo capacitam o aluno a compreender as informações necessárias para o seu aprendizado.

Tendo-se em vista a formação profissionalizante voltada especificamente às atividades de mercado, em todos os semestres do curso trabalhamos paralelamente a formação do aluno em um conjunto de disciplinas onde este estará apto a assumir atividades profissionais no campo da produção em geral.

O Projeto Pedagógico do Curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB reforça a tese de que a questão da interdisciplinaridade não se trata da mera justaposição de disciplinas de áreas diferentes, mas sim na análise do objeto a partir de categorias pertencentes a vários ramos de conhecimento, buscando apreender todos os seus aspectos na sua integridade.

Diante disso, as disciplinas do eixo profissional devem demonstrar aos alunos uma nova realidade que o novo contexto demanda da Tecnologia em Marketing.

Com esse propósito, o ensino que se oferece ao aluno deve ser uma fonte de produção de conhecimento atualizado e sintonizado com o tempo presente, afastando-se

do modelo que se constitui apenas na repetição de um saber estabilizado.

6.1. Competências Gerais

De forma geral o profissional egresso do curso de Tecnologia em Marketing de Bauru será provido das seguintes competências:

I - Integrar conhecimentos fundamentais ao Tecnologia em Marketing - Para além de apenas deter conhecimentos fundamentais, o egresso deve ser capaz de integrá-los para criar ou aprimorar de forma inovadora os modelos de negócios, de operacionais e organizacionais, para que sejam sustentáveis nas dimensões sociais, ambientais, econômicas e culturais. Entre os conhecimentos fundamentais incluem-se os de Economia, Finanças, Contabilidade, Marketing, Operações e Cadeia de Suprimentos, Comportamento Humano e Organizacional, Ciências Sociais e Humanas e outros que sirvam às especificidades do curso; II - abordar problemas e oportunidades de forma sistêmica - Compreender o ambiente, modelar os processos com base em cenários, analisando a inter-relação entre as partes e os impactos ao longo do tempo. Analisar problemas e oportunidades sob diferentes dimensões (humana, social, política, ambiental, legal, ética, econômico-financeira); III - analisar e resolver problemas - Formular problemas e/ou oportunidades, utilizando empatia com os usuários das soluções, elaborar hipóteses, analisar evidências disponíveis, diagnosticar causas prováveis e elaborar recomendações de soluções e suas métricas de sucesso passíveis de testes; IV - aplicar técnicas analíticas e quantitativas na análise de problemas e oportunidades - Julgar a qualidade da informação, diferenciando informações confiáveis de não confiáveis, e de que forma ela pode ser usada como balizadora na tomada de decisão. Identificar, sumarizar, analisar e interpretar informações qualitativas e/ou quantitativas necessárias para o atingimento de um objetivo inicial. Julgar a relevância de cada informação disponível, diferenciando meras associações de relações causais. Comunicar suas conclusões a partir da construção e análise de gráficos e de medidas descritivas. Identificar os contextos em que técnicas de inferência estatística possam ser utilizadas e, por meio delas, julgar até que ponto os resultados obtidos em uma amostra podem ser extrapolados para uma população; V - ter prontidão tecnológica e pensamento computacional - Compreender o potencial das tecnologias e aplicá-las na resolução de problemas e aproveitamento de oportunidades. Formular problemas e suas soluções, de forma que as soluções possam ser efetivamente realizadas por um agente de processamento de informações, envolvendo as etapas de decomposição dos problemas, identificação de padrões, abstração e elaboração de sequência de passos para a resolução; VI - gerenciar recursos - Estabelecer objetivos e metas, planejar e priorizar ações, controlar o desempenho, alocar responsabilidades, mobilizar as pessoas para o resultado; VII - ter relacionamento interpessoal - Usar de empatia e outros elementos

que favoreçam a construção de relacionamentos colaborativos, que facilitem o trabalho em time e a efetiva gestão de conflitos; VIII - comunicar-se de forma eficaz - Compartilhar ideias e conceitos de forma efetiva e apropriada à audiência e à situação, usando argumentação suportada por evidências e dados, deixando claro quando suportada apenas por indícios, com a preocupação ética de não usar dados para levar a interpretações equivocadas; IX - aprender de forma autônoma - Ser capaz de adquirir novos conhecimentos, desenvolver habilidades e aplicá-las em contextos novos, sem a mediação de professores, tornando-se autônomo no desenvolvimento de novas competências ao longo de sua vida profissional.

6.2. Competências Específicas

As habilidades e competências fundamentais e necessárias à formação de administrador, que compõem o perfil do egresso a ser formado pelo curso de Tecnologia em Marketing do IESB são:

- Aplicar conhecimentos matemáticos, científicos, tecnológicos e instrumentais ao marketing, mediante a permanente busca de atualização profissional.
- Projetar e conduzir experimentos e interpretar resultados;
- Conceber, projetar e analisar sistemas, produtos e processos;
- Planejar, supervisionar, elaborar e coordenar projetos e serviços de marketing;
- Identificar, formular e resolver problemas administrativos;
- Desenvolver e/ou utilizar novas ferramentas e técnicas;
- Supervisionar a operação e a manutenção de sistemas;
- Avaliar criticamente a operação e a manutenção de sistemas;
- Comunicar-se eficientemente nas formas escrita, oral e gráfica;
- Atuar em equipes multidisciplinares;
- Compreender e aplicar à ética e responsabilidade profissionais;
- Avaliar o impacto das atividades de marketing no contexto social e ambiental;
- Avaliar a viabilidade econômica de projetos de marketing;
- Assumir a postura de permanente busca de atualização profissional.

7. ATIVIDADES ACADÊMICAS ARTICULADAS À FORMAÇÃO

7.1. Projeto Integrador (PI)

O PI previsto nos cursos do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB é caracterizado como uma atividade acadêmica que integra os conhecimentos e habilidades de todas as disciplinas, e consiste no desenvolvimento de um trabalho prático interdisciplinar, a ser apresentado ao final de cada semestre no curso de Tecnologia em Marketing. O Projeto

Integrador respeita as características da matriz pedagógica do curso e suas especificidades.

O foco do PI é proporcionar aos discentes um embasamento prático dos conteúdos teóricos adquiridos através dos conteúdos ministrados em sala de aula previstos no Plano de Ensino de cada disciplina.

Trata-se de um trabalho interdisciplinar e em equipe, onde os alunos serão estimulados a verificar a relação entre a teoria e as práticas do mercado. O PI do curso de apresenta um Regulamento específico, discriminando as normas, atividades didáticas, ementas e bibliografias utilizadas no trabalho interdisciplinar.

Objetivo Geral do PI

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 do curso de Tecnologia em Marketing.

Objetivos Específicos do PI

- 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 aos profissionais;
- Vivenciar as atividades práticas da área de Tecnologia em Marketing;
- 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 PI.

7.2. Atividades Complementares

As Atividades Complementares constituem-se em componentes curriculares enriquecedores e implementadores do próprio perfil profissional, sem que se confundam com estágio curricular. As Atividades Complementares se apresentam como práticas acadêmicas obrigatórias para todo aluno, não permitem dispensa e podem ser desenvolvidas sob múltiplas formas e são consideradas complementares porque compõem a carga horária mínima do curso, somam-se ao currículo, seu cumprimento é considerado requisito indispensável à conclusão do curso e priorizam o aprimoramento pessoal e profissional necessários para o enriquecimento da formação integral do aluno. No curso de Tecnologia em Marketing é obrigatório a realização de 100 horas a serem entregues até o final da graduação, conforme regulamento específico disponível na IES. São atividades promovidas pelo curso, pelo Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB ou por qualquer outra instituição desde que devidamente comprovada, analisada e avaliada pelo curso. As Atividades Complementares contam com o registro específico para o controle e gestão acadêmica, e o acompanhamento é feito pela coordenação de curso, juntamente com o Núcleo de Ensino, Pesquisa e Extensão - NEPE da IES.

7.3. Curricularização das Atividades de Extensão

A Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE (2014-2024) apresenta em seu artigo 3º que (2018, p.1):

“A Extensão na Educação Superior Brasileira é 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 as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa.”

Neste processo, a comunidade acadêmica leva conhecimentos e/ou assistência à sociedade, e recebe dela influxos positivos, aprendendo com o ganho de conhecimentos relativos às reais necessidades e anseios da população. Dessa forma, há uma troca de saberes, possibilitando assim a participação efetiva do público externo nas questões da Universidade e no resultado de sua produção.

Assim em consonância com a Lei nº 13.005 de 25 de junho de 2014 e Resolução nº

7, de 18 de dezembro de 2018 que determina “... o mínimo 10% do total de horas curriculares exigidos para a graduação de atividades de extensão universitária as quais deverão fazer parte da matriz curricular...”, os cursos da IES assumem o compromisso com a sociedade e apresentam uma proposta de execução das atividades em consonância com a atual conjuntura social, responsabilizando-se com a formação do profissional cidadão, envolvido e comprometido com os problemas nacionais.

O objetivo principal das atividades de extensão é a troca de saberes, que na perspectiva da comunidade, aproxima conceitos e aprendizados desenvolvidos no ambiente acadêmico para atendimento das demandas do indivíduo, família e comunidade.

Desta forma, a partir da curricularização da extensão o Núcleo Docente Estruturante - NDE do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB estruturou uma nova matriz de forma sistemática a extensão por meio de sua integração aos conteúdos programáticos dos componentes curriculares, totalizando 166 horas/relógio de extensão coordenadas por professores/as do curso, vinculados e contabilizados por meio do acompanhamento realizado pela coordenação de curso, juntamente com o Núcleo de Ensino, Pesquisa e Extensão - NEPE da IES.

Diante do exposto, a extensão como prática acadêmica interliga a Faculdade nas suas atividades de ensino e de pesquisa com a sociedade civil e define como política nessa área o desenvolvimento de ações que possibilitem a formação do profissional-cidadão.

Embora os conceitos sobre extensão sejam diversos e existam diferentes propostas para sua prática no mundo universitário, a integração do aprimoramento do saber com o exercício da cidadania parece definir a verdadeira vocação extensionista da IES.

É a extensão que propicia a integração participativa e produtiva da Instituição com a comunidade e permite, por meio dos projetos da educação continuada, de divulgação científica, de ações culturais, artísticas, desportivas, de lazer, de preservação ambiental, comunitárias e de cursos em geral, expandir, transmitir e definir o potencial de conhecimentos acumulados por meio do ensino, da pesquisa e da produção científica.

No Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, a extensão se caracteriza pelo desenvolvimento algumas vertentes de ação:

- Cursos;
- Projetos Artístico-Culturais, Esportivos e Comunitários;
- Atividades extracurriculares por semestre;
- Serviços.

A promoção de eventos diferenciados como palestras, debates, minicursos, mesas redondas entre outras, tem sido a forma mais ágil e flexível encontrada pela IES para, proporcionar aos acadêmicos, professores e pesquisadores da instituição o exercício da

prática e buscar o aprimoramento dos diferentes segmentos da sociedade.

Assim, essas ações são desenvolvidas por meio de convênios com prefeituras e empresas, empresa júnior, abertura da faculdade para visita da comunidade, a IES ABERTA, cursos preparatórios de língua portuguesa e matemática gratuitos para o ENEM, trote solidário com doação de alimentos para entidades carentes, entre outras ações divulgadas pela IES.

No âmbito do curso, pressupõe a formação de um profissional criativo, responsável e transformador, que contribua com a sociedade de forma a torná-la melhor no âmbito humanista, social, econômico e ambiental.

Para tanto, se faz necessário a manutenção do currículo e a formação continuada dos professores, observando-se o cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais.

Destaca-se no âmbito do curso atividades com conteúdo de formação humana e atividades transversais que buscam atender e resgatar aos valores humanos dos discente e da sociedade.

Além de contribuir para um ensino pautado no respeito à diversidade e pela inclusão social, buscar melhorar o ensino e o aprendizado dos discentes por meio de estudos em grupos e no núcleo de pesquisas do curso.

As atividades práticas de laboratórios e de campo, bem como as visitas técnicas, as monitorias, os estágios supervisionados e as Atividades Complementares também promovem interação do aluno e o a realidade do profissional da Tecnologia em Marketing.

O curso de Tecnologia em Marketing também promove política de ensino articulada a práticas de pesquisa e extensão, visto que além da estrutura curricular do curso existe uma preocupação com as ações pedagógicas, de pesquisa e extensionistas.

7.4. Iniciação Científica

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB conta com o Núcleo de Ensino, Pesquisa e Extensão - NEPE, que propõe políticas que incentivam o desenvolvimento da pesquisa em todas as áreas do conhecimento, com vistas ao avanço científico, a promoção da inovação tecnológica, ao intercâmbio e à divulgação científica e tecnológica, contribuindo significativamente para a formação de recursos humanos.

A iniciação científica envolve o aluno com os fundamentos da ciência e com as formas de construção dessa ciência, preparando-o para a futura atuação profissional e, mais do que isso, para uma atuação profissional crítica e autônoma, dando-lhe condições de enfrentar, com maiores chances de sucesso, as novidades científicas.

A prática pedagógica que possibilita ao aluno, além do conhecimento acumulado de uma área, o acesso ao método de construção desse conhecimento, contribui para a formação

de um profissional capaz de identificar um problema de pesquisa, procurando equacioná-lo com instrumentos conceituais adequados e com matrizes teóricas que ajudem a resolvê-lo ou a avançar na sua formulação. O espaço da sala de aula, no entanto, não é o bastante para a formação de alunos que desejam se aprofundar no universo da pesquisa. Condições adicionais são necessárias para iniciar cientificamente os alunos que tenham vocação para a pesquisa, permitindo-lhes participar ativamente em projetos de investigação de docentes.

Nesse sentido, é imprescindível o apoio à iniciação científica para a concretização do projeto acadêmico do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, propiciando o engajamento do aluno no desenvolvimento de projetos de pesquisa conduzidos por docentes e grupos de pesquisadores experientes. A busca do incentivo à atividade da iniciação científica conduz a uma melhor articulação do grupo de pesquisa, aumenta o impacto do trabalho e o efeito multiplicador dessa atividade, além de diminuir a possibilidade de acomodação institucional, contribuindo para que a sala de aula tenha novo significado enquanto espaço de aprendizagem de habilidades teóricas e práticas e de convivência social eticamente qualificadas.

Além disso, contribui para formar futuros pesquisadores, encaminhar os alunos para programa de pós-graduação e diminuir seu tempo de permanência nesse programa.

No âmbito do curso, os discentes têm desenvolvido projetos de iniciação científica e voltados a preservação e manutenção do meio ambiente como a trilha ecológica.

Sem perder de vista os objetivos que norteiam a formação de profissionais cidadãos, a linha metodológica da Instituição procura formar profissionais capazes do exercício pleno de todas as atribuições que lhe são conferidas pela legislação e pela própria evolução social e tecnológica.

8. APOIO AO DISCENTE

8.1. Núcleo de Apoio ao Discente

O apoio pedagógico ao discente será realizado por meio de reuniões regulares com os representantes de classe, que relatam as ocorrências em sala de aula, desde os fatos referentes às questões materiais, como a condição de conservação das salas, ventilação, iluminação e capacidade, até os referentes a problemas didático-pedagógicos, como os procedimentos de avaliação, a metodologia de ensino, a postura do professor. Tal diálogo permitirá ao coordenador do curso a tomada de decisões. Além disso, há um permanente contato direto da comunidade discente com o coordenador que, dentro da informalidade, poderá colher opiniões sobre o andamento de cada curso.

Para o acompanhamento pedagógico dos discentes são estabelecidas

atividades/projetos/programas, visando a dinâmica do processo ensino-aprendizagem, a formação global e a realização profissional do aluno, facilitando, dessa forma, a integração à vida universitária e social.

Procura-se fazer feedback entre as necessidades do aluno e as possibilidades do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB proporcionando, por meio do planejamento, a expansão dos programas de acompanhamento que visem à adaptação e à permanência do aluno no curso escolhido e na Instituição.

O coordenador do curso também mantém franco e constante diálogo com o órgão de representação estudantil, o qual tem por objetivo implantar ações que tenham por objetivo minimizar as dificuldades encontradas pelos alunos durante o processo ensino-aprendizagem.

Assim, periodicamente serão realizadas reuniões para descrição da realidade, reflexão crítica desta realidade e criação coletiva de propostas para o Curso.

Eventualmente, se necessário, professores, pedagogos ou psicólogos, externos ao curso poderão participar, com o intuito de enriquecer as discussões.

Além disso, os alunos contam com o apoio do Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP, cuja atuação está calcada nos seguintes princípios:

- Proporcionar atendimento individual ao aluno, buscando identificar os obstáculos estruturais e funcionais ao pleno desenvolvimento do processo educacional;
- Acompanhar e orientar didaticamente, de modo prioritário, os alunos ingressantes com dificuldades de aprendizagem;
- Estimular o relacionamento produtivo entre professor e aluno;
- Definir o aluno como foco principal do processo ensino-aprendizagem.

8.2. Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP

O Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP, atende a alunos mediante encaminhamento realizado pelo coordenador do curso ou por iniciativa do aluno interessado, objetivando resolver questões especificamente acadêmicas, tais como: problemas de aprendizagem, dificuldades com provas ou questões pontuais de relacionamentos tangentes a atividade desenvolvida no Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB.

Os atendimentos são realizados individualmente, pelo tempo que for necessário e com a possibilidade de envolvimento familiar nestes e direcionamento profissional quando houver necessidade.

O NAP também acompanha as questões relacionadas a pessoa com deficiência, incluindo a Pessoa com Transtorno do Espectro Autista (Conforme Lei nº 12.764 de 27 de dezembro de 2012).

No Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, o NAP, juntamente com o Comitê de Acessibilidade, Inclusão e Direitos Humanos, articulados no Plano de Desenvolvimento

Institucional, por meio da Política de Inclusão, a acessibilidade não se limita a permitir que pessoas com deficiências ou mobilidade reduzida participem de atividades que incluam o uso de produtos, serviços e informações, mas propiciar a inclusão e extensão do uso destes, por todos os segmentos sociais, que garante a participação igualitária de todos na sociedade, independente da classe social, da condição física, da educação, do gênero, da orientação sexual, da etnia, entre outros aspectos.

Assim, no caso das pessoas com deficiência, como das pessoas com Autismo, a IES oferece acessibilidade altitudinal, pedagógica, psicopedagógica, comunicacional, digital, instrumental e metodológica pelos seus colaboradores de cada setor, seja técnico administrativo ou acadêmico.

8.3. Apoio Técnico-Administrativo

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB conta com o suporte acadêmico, departamento encarregado da ligação entre os setores oficiais e a Faculdade. Atua junto aos cursos, informando e esclarecendo diretores, coordenadores e docentes sobre a legislação em vigor e supervisionando a adequação dos projetos pedagógicos às portarias, resoluções, e legislações do Ministério da Educação.

Esse setor é o orientador acadêmico situado junto a mantenedora atuando de forma online e mantendo um responsável no apoio da unidade.

A IES conta ainda com a Secretaria Acadêmica, onde são concentradas as informações discentes, atende aos professores recebendo as informações sobre frequência e aproveitamento discente e fornecendo as informações que os Coordenadores e professores possam necessitar.

Cabe à Secretaria orientar os alunos nos assuntos pertinentes à sua vida acadêmica, especialmente no que tange à matrícula, avaliação do rendimento escolar, frequência às aulas, expedição de documentos, etc.

A Coordenação do Curso será sempre o elo entre os discentes e os demais setores administrativos da IES, contando ele com o apoio: do Núcleo de Pesquisa e Extensão, setor de Estágios e Projetos Sociais, e demais setores.

8.4. Mecanismos de Nivelamento

O Processo Seletivo é o primeiro ato pedagógico da Instituição e, por isso, é visto como um momento de análise diagnóstica do perfil do ingressante. Da mesma forma, a avaliação em sala de aula é vista como um instrumento diagnóstico que aponta e corrige os rumos do processo de ensino e aprendizagem. A partir disso, é planejado o nivelamento dos alunos.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB adota uma série de mecanismos que

têm por finalidade superar as deficiências dos alunos ingressantes. De uma maneira geral elas são as seguintes:

- Atividades didáticas preventivas e/ou terapêuticas, presenciais ou não, coordenadas por professores e executadas por alunos monitores ou estagiários de licenciaturas;
- Dedicção para sanar as dificuldades detectadas pelo processo seletivo, em sala de aula, nas disciplinas do primeiro bimestre do semestre letivo;
- Acompanhamento e orientação didática, de modo prioritário, aos alunos ingressantes com dificuldades de aprendizagem;
- Estímulo aos alunos do primeiro período, ingressantes na faculdade, a participarem de eventos promovidos pela Instituição que vislumbrem a integração dos alunos e seu desenvolvimento; e
- Outros que os professores acharem interessantes, desde que aprovados pelo Colegiado de Curso.

A IES conta, ainda com cursos de nivelamentos oferecidos a comunidade interna e externa, nas diversas áreas do conhecimento que são ministrados presencialmente e também à distância, por meio do site da mantenedora, UNIESP S.A., com link de acesso https://uniesp.edu.br/sites/institucional/projeto_extensao.php

Dados de acesso - Login e senha: CPF.

8.5. Monitoria Acadêmica

O Programa de Monitoria tem por objetivo promover o desenvolvimento dos alunos por meio de diversas atividades relacionadas ao processo ensino-aprendizagem, tais como o atendimento aos colegas, esclarecendo dúvidas, orientando a realização de exercícios, acompanhando experiências nas aulas práticas, auxiliando em trabalhos de grupo, práticos e experimentais, etc.

A monitoria é exercida por Monitor Voluntário e o mesmo tem a certificação com validade na formação profissional.

8.6. Acompanhamento de egresso

O Curso de Tecnologia em Marketing busca manter uma atenção especial voltada a dar atendimento aos alunos egressos, com as seguintes finalidades:

- Proporcionar aos concluintes um acompanhamento especial na etapa final do seu curso;
- Acompanhar e orientar a inserção profissional dos egressos.

O Programa de Atendimento dos Egressos tem como objetivo instituir um canal de integração entre o ex-aluno e o curso.

Os egressos são atendidos, inicialmente, pelo Coordenador do Curso pessoalmente ou por meio de redes sociais ou demais meios eletrônicos, que organiza o cadastramento do ex-aluno, na qual constará um resumo de sua trajetória profissional e suas expectativas futuras.

Cabe ao Coordenador do Curso proporcionar ao egresso o apoio de que necessita para a sua plena inserção profissional e estimulá-lo a continuar participando da vida universitária, transmitindo aos atuais alunos suas experiências após a formatura, participando como autores de artigos para Revistas Científicas da mantenedora ou em outras do Qualis/CAPES.

Para acompanhamento dos egressos, adotam-se as seguintes ações:

- Manter um contato constante dentro do projeto de Avaliação Institucional, permitindo à IES ter um feedback de suas ações, avaliando seus projetos pedagógicos a partir de seu principal ator - o discente egresso;
- Promover contato permanente com a intenção de criar um banco de empregos e oportunidades, bem como realizar eventos periodicamente reunindo as turmas formadas em eventos sociais esporádicos;
- Participação dos egressos nas jornadas acadêmicas promovidas pelos diferentes cursos de graduação;
- Permitir que o egresso tenha participação nos conselhos da IES como colaborador da comunidade;
- Página na Internet, destinada aos ex-alunos com divulgação de trabalhos, eventos, mensagens, entre outros;
- Estímulo à participação nos eventos sociais, culturais e esportivos da IES;
- Oferta de cursos de educação continuada, em nível de aperfeiçoamento e extensão;
- Propiciar, em conjunto com a mantenedora, que o egresso tenha acesso a todos os convênios que a IES venha a firmar, tanto no aspecto acadêmico como financeiro.

8.7. Ouvidoria

A Ouvidoria do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, representada por um ouvidor, é o órgão de otimização da comunicação e aperfeiçoamento dos padrões e mecanismos de transparência, eficiência, segurança e controle dos serviços prestados no âmbito de suas unidades, e tem como objetivos:

- Assessorar a Direção Geral da IES quanto aos itens de maior incidência ou de maior relevância, com o fim precípua de reestruturação de ações e procedimentos para toda a comunidade acadêmica;
- Orientar a comunidade acadêmica em relação à utilização da Ouvidoria;
- Identificar suas instâncias e forma de resolução e orientação das necessidades de docentes e discentes;
- Permitir a participação efetiva da comunidade, tendo em vista a melhoria das condutas acadêmicas e administrativas.

8.8. Bolsas de Estudos e Financiamento Estudantil

É disponibilizado aos alunos diferentes programas de bolsas de estudos. É política institucional oferecer ao discente, bolsas de estudos por meio de Projetos Sociais que na verdade concentram programas facilitadores para o acesso de jovens e adultos carentes ao ensino superior e assim atender a missão da IES.

Também é realizado semestralmente um concurso de Bolsas de Estudo com diferentes percentuais, inclusive integrais.

Uma grande parcela de seus alunos são trabalhadores, por vezes braçais que não dispõem de todos os recursos necessários para arcar com o pagamento integral das semestralidades, para tanto, na tentativa de ampliar o elenco de programas por meio de parcerias com os governos Federal e Estadual (PROUNI e Escola da Família), ainda há a possibilidade de financiar os seus estudos, por meio do FIES, conforme apresentado e/ou proposto no Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI.

8.9. Apoio à Participação em Eventos

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB assume como política institucional apoiar os alunos para que participem de eventos que possam contribuir para a atualização e aperfeiçoamento de sua formação. Este apoio é realizado na forma de facilitador de transporte aos alunos para eventos, visitas, dentre outros, além de incentivos para publicação de artigos científicos, elaboração de jornais e murais didático-pedagógicos, congressos, seminários, encontros e outras atividades voltadas para a formação mais adequada e atual dos alunos.

9. GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA

9.1. Autoavaliação do Curso

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui um Sistema de Avaliação Institucional que prevê princípios, procedimentos e critérios das dimensões relevantes do

processo de ensino-aprendizagem, do processo de gestão, da avaliação de desempenho de funcionários e docentes, embasado em duas lógicas: processo de avaliação interno que contará com a participação de toda a comunidade acadêmica e; processo de avaliação externa por meio de indicadores de avaliação institucionalizados pelo MEC, além da opinião regular e periódica de uma comissão de especialistas em Gestão Acadêmica. Os desdobramentos institucionais advindos desta proposta são discutidos e aprovados por conselhos competentes que tratam dos seguintes aspectos:

- Organização didático-pedagógica: administração acadêmica, projeto do curso, atividades acadêmicas articuladas ao ensino de graduação;
- Corpo docente: formação acadêmica e profissional, condições de trabalho; atuação e desempenho acadêmico e profissional;
- Infraestrutura: instalações gerais, biblioteca, instalações e laboratórios específicos.

No contexto do curso de Tecnologia em Marketing, este avalia o seu projeto de curso valendo-se de dispositivos variados e uma das formas de avaliação é através da Comissão Própria de Avaliação - CPA que por meio de relatórios preenchidos pelos alunos avaliam seus docentes desde assiduidade, didática, domínio de conteúdos, ética, entre outros pontos que podem ser positivos ou frágeis.

O objetivo destas avaliações é promover transformações sociais dentro do ambiente da faculdade tornando possível e harmoniosa a relação entre alunos e professores, bem como promover transformações no sentido da melhoria na qualidade do ensino.

Outra maneira de avaliação é feita a partir de reuniões de professores, com o colegiado de curso e representante de discentes, com o NDE, o acompanhamento da execução do plano de ensino pelos docentes e pela análise de índices numéricos referentes ao curso (retenção, evasão, inadimplência e reprovação).

O NDE acompanha os professores, contribui para o desenvolvimento do Projeto Pedagógico trocando informações e experiências com os professores e a coordenação do curso com o intuito de chegar a um denominador comum e, dessa forma ir de encontro com a proposta do projeto e atingir os objetivos do curso.

Os alunos representantes de turma mantêm um contato constante com a coordenação e professores representantes do colegiado de curso fazendo com que os problemas e dificuldades dos alunos possam ser acompanhados e atendidos em tempo hábil.

A autoavaliação do curso de Tecnologia em Marketing também se dá pela análise do desempenho didático dos docentes e acadêmicos dos discentes, visando à identificação de problemas, das mudanças necessárias e das inovações exigidas pelo curso e pelo mercado de trabalho.

Os representantes do curso de Tecnólogo em Marketing entendem que a autoavaliação no ensino superior é de fundamental importância uma vez que ela busca o aperfeiçoamento e sustenta a instituição frente às mudanças e não deve ser encarada como uma forma punitiva e sim um incentivo para o processo de tomada de decisões que visem garantir a equidade e eficácia do ensino. Nesse sentido, e partindo do pressuposto de que a autoavaliação é um indutor de melhoria da qualidade da educação a comunidade acadêmica será conscientizada de que esta deve ser coletiva e participativa.

9.1.1. Políticas de Avaliação Institucional da IES e dos Cursos

A Autoavaliação Institucional é realizada por meio de sua Comissão Própria de Avaliação - CPA, Órgão independente, responsável pelo planejamento e organização da avaliação institucional. Anualmente, é realizada a autoavaliação institucional com a participação dos alunos, docentes, coordenadores e funcionários, que, por meio de um questionário eletrônico, avaliam: atendimento, coordenação, infraestrutura e docentes.

Ao término de cada período de avaliação, a CPA repassa aos gestores e aos demais membros da comunidade acadêmica o relatório final com os pontos positivos e negativos levantados, assim como sugestões de ações a serem desenvolvidas, para que os gestores da IES possam planejar suas atividades e subsidiar decisões diárias em todas as dimensões que compõem o PDI. Destaca-se o envolvimento constante da CPA durante todo o ano letivo, participando ativamente na ouvidoria eletrônica e no acompanhamento das atividades e cobrando a realização das mesmas.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB busca desde o início de suas atividades a melhoria contínua através da Autoavaliação, visando o aprimoramento e o crescimento como IES, alicerçando-se em bases concretas de modo a oferecer à comunidade de Bauru e região um ensino superior com qualidade.

Os princípios estabelecidos para o desenvolvimento da CPA são:

- responsabilidade e comprometimento com a melhoria da qualidade da IES;
- respeito à missão e história da faculdade, respeitando suas individualidades;
- globalidade de instrumentos e métodos; a adesão voluntária e sigilo dos participantes; e principalmente, a autonomia em relação à direção da faculdade e o foco no processo formativo e não punitivo.

Objetivos da CPA

- Diagnosticar e produzir conhecimento sobre as fragilidades e potencialidades do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB em sua totalidade, de maneira cíclica e contínua, com a cooperação de toda a comunidade acadêmica e administrativa;

- Levar a comunidade acadêmica à reflexão sobre o seu papel na relação instituição-aluno-professor;
- Cooperar na produção do Relato Institucional que descreve e evidencia os principais elementos do processo avaliativo (interno e externo) da Instituição;
- Propiciar elementos que favoreçam a orientação das ações estratégicas e operacionais a fim de subsidiar o desenvolvimento da instituição e a melhoria na qualidade do ensino oferecido.

Metodologia da CPA

- Desenvolvimento de Material de Apoio para sensibilização da comunidade acadêmica e administrativa;
- Promoção de palestras e discussões sobre a importância da Autoavaliação, com o uso de material de apoio/apresentação, mídia eletrônica e impressa;
- Aplicação de Questionários por meio de Ambiente Virtual;
- Elaboração do Relatório da CPA, com os resultados obtidos por meio dos questionários, com gráficos percentuais de resultados por dimensão avaliada;
- Possibilidade de sugestão de melhorias a serem implantadas na IES;
- Promoção de reuniões com grupos de docentes, direção e técnicos-administrativos para apresentação e discussão do relatório da CPA e conseqüentemente, as possíveis ações a serem implantadas na IES;
- Apresentação de Resultados à comunidade acadêmica.

9.1.2. Ações Decorrentes dos Processos de Avaliação

Os resultados obtidos decorrentes das avaliações são levados aos NDEs e colegiados de cada curso. Os resultados positivos são divulgados para expandir e refletir a busca pela melhoria contínua em todos os campos. Já os resultados negativos são discutidos de modo a determinar as causas e o tratamento das mesmas a fim de eliminar as causas de problemas observados nas diversas formas de avaliação, tendo em vista a correção, melhoria, inclusão ou reformulação do PPC, quando for o caso.

Nos casos de avaliação docente, o professor que por ventura apresentar avaliação negativa é encaminhado para o núcleo de apoio pedagógico para orientação, capacitação, e treinamento em didática docente e, em caso de reincidência, poderá ser substituído.

No que se referi à estrutura física, sejam, salas de aula, laboratórios, cantinas, espaços de lazer e convivência, as reivindicações com embasamento e fundamentação, são analisadas pelas coordenações, NDEs e colegiados de cursos e tratadas diretamente com a direção da IES.

As decisões necessárias são sempre tomadas em decorrência dos resultados obtidos nas avaliações efetuadas.

9.1.3. Avaliações Externas do Curso

Além da autoavaliação, o resultado das avaliações externas, principalmente o desempenho discente no ENADE deverão direcionar as ações institucionais para a consolidação do curso. A análise dos resultados no Exame Nacional de Cursos fornece subsídios para identificar as eventuais fragilidades no processo de ensino e aprendizagem e deverão desencadear ações reparadoras, como a alteração do conteúdo programático, realocação de docentes, adoção de novos métodos de ensino e o que mais for necessário.

Pensando nessas fragilidades e observadas as dificuldades apresentadas pelos discentes quanto a realização ENADE, a coordenação de vem discutindo e pensando com o colegiado, medidas de ações reparadoras, tais como o acompanhamento dos alunos com reuniões de orientações quanto a relevância do resultado do Enade e a importância do preenchimento do questionário. O curso, ainda tem criado e divulgado ações para minimizar e trabalhar as dificuldades apresentada pelos alunos e para contribuir para uma avaliação efetiva e comprometida com a formação dos profissionais. Com foco nos bons resultados e na melhoria do ensino-aprendizagem a coordenação e os docentes do curso tem discutido e pensado sistematicamente na metodologia e buscado a constante melhoria no currículo do curso.

9.1.4. Avaliação Ensino X Aprendizagem

O sistema de avaliação do ensino-aprendizagem consta no Regimento Geral do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB.

A avaliação do desempenho escolar é feita por disciplinas, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento escolar. A frequência às aulas e demais atividades escolares são obrigatórias e permitidas apenas aos alunos matriculados. Independente dos demais resultados obtidos é considerado reprovado na disciplina o aluno que não obtiver frequência de, no mínimo de 75% das aulas e demais atividades realizadas e a verificação e o registro de frequência são de responsabilidade do professor e seu controlada secretaria acadêmica.

O aluno poderá requerer junto à secretaria acadêmica, nos prazos fixados no calendário escolar, a realização de prova repositiva, a fim de concluir uma das avaliações componentes da média semestral que não tenha sido avaliado.

O aluno convocado para integrar o Conselho de Sentença em Tribunal do Júri, prestar serviço Militar obrigatório ou Serviço da Justiça Eleitoral, assim como o portador de doenças infectocontagiosas e gestantes têm direito a atendimento especial na forma da

legislação em vigor.

A aferição do rendimento escolar de cada disciplina é feita através de notas inteiras de 0 (zero) a 10 (dez), permitindo-se a fração de 0,5 (cinco décimos) e o aproveitamento escolar é avaliado pelo acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtidos nas provas, trabalhos, exercícios escolares e outros e, caso necessário, no exame final.

Dentre os trabalhos escolares de aplicação, há pelo menos uma nova avaliação, tais como: projetos, seminários, pesquisas bibliográficas e de campo, relatórios cujos resultados podem culminar com atribuição de uma nota representativa de cada avaliação bimestral.

Em qualquer disciplina, os alunos que obtiverem média semestral de aprovação igual ou superior a 7 (sete) e frequência igual ou superior a 75% são considerados aprovados.

É promovido ao semestre seguinte, o aluno aprovado em todas as disciplinas do período cursado, admitindo-se ainda a promoção com dependência de até três disciplinas no semestre.

O exame final será aplicado ao aluno que obtiver média semestral inferior a 7, e não inferior a 3. O resultado final não poderá ser inferior a cinco, correspondendo ao cálculo aritmético entre a média semestral e a nota do exame final.

O aluno que obtiver média semestral menor que 3 ou média final menor que 5 será reprovado.

9.2. Número de Vagas

O número de vagas implantadas visa corresponder, com qualidade, à dimensão do corpo docente, tutorial e às condições de infraestrutura do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB. O curso de Tecnologia em Marketing possui 40 vagas anuais, com regime de matrícula em seriado semestral. O número de vagas para o curso foi fundamentado em estudos periódicos, quantitativos e qualitativos e em pesquisas com o mercado de trabalho e, com a comunidade acadêmica, que demonstra sua adequação à dimensão do corpo docente, tutorial e às condições de infraestrutura física e tecnológica para o ensino, pesquisa e extensão. O Instituto observou as particularidades, as especificidades e o Mercado de Trabalho do município de Bauru e região, elencando pontos que contemplem ao Egresso, no final do curso, as habilidades e as competências específicas de sua região de inserção.

10. ATIVIDADES DE TUTORIA

Como integrante da equipe acadêmica dos cursos, o tutor cumpre papel estratégico em todas as atividades do curso presencial de Tecnologia em Marketing do IESB que em sua matriz curricular contém disciplinas na modalidade à distância. As atribuições do tutor não se

limitam ao acompanhamento das atividades dos alunos no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), mas o de verdadeiro mediador do processo de ensino, uma vez que ele é a pessoa que o aluno toma como referência na condução do seu processo de aprendizagem. É o tutor que faz a mediação entre os conteúdos propostos pelos professores autores e as atividades realizadas pelos alunos, dando vida ao curso e aos princípios definidos no PPC.

O papel principal do tutor é o de conscientizar permanentemente o aluno de que ele estuda para seu próprio desenvolvimento pessoal e profissional. Para desenvolver essa consciência, o tutor deve motivar o aluno a agir de forma responsável pelo cumprimento das atividades de ensino, devendo manter-se atento aos prazos e tempos de dedicação aos estudos e à pesquisa.

No dia a dia dos cursos, o tutor atende os alunos no AVA e interage com eles, tanto por meio dos fóruns, chats, como também por e-mail. Por meio dessas diferentes ferramentas, o tutor deve dar o devido suporte ao aluno, respondendo continuamente às suas dúvidas, propondo atividades, acompanhando e comentando as produções desenvolvidas no decorrer das aulas. Para questões relativas ao conteúdo dos temas abordados em aulas, o tutor contará com o apoio dos supervisores das respectivas áreas.

O tutor é responsável pela condução das dinâmicas de integração dos conteúdos, organização, mediação e orientação dos alunos na produção de textos coletivos e projetos integradores e/ou complementares às disciplinas em desenvolvimento. Nos fóruns temáticos, participa da elaboração das atividades e dos debates sobre questões pertinentes às temáticas em discussão, colaborando para que o aluno esclareça dúvidas, organize e sistematize informações e conhecimentos acerca do tema em estudo.

10.1. Conhecimentos, Habilidades e Atitudes necessárias às Atividades de Tutoria

Uma vez que o sucesso dos projetos de curso depende, em grande parte, da atuação competente, responsável e sensível do tutor, a preocupação com a atualização contínua do corpo de tutores faz parte da política de desenvolvimento profissional da instituição, o que é realizado nas Oficinas de Tutores organizadas e oferecidas periodicamente pela equipe do Núcleo de educação a Distância - NEaD.

O NEaD considera que tanto a seleção, como a formação do tutor em qualquer proposta de EaD são quesitos indispensáveis à garantia da qualidade do sistema. Para tanto, além das competências específicas, determinadas no PPC de cada curso, o perfil dos tutores prevê as seguintes competências:

- Ser capaz de atuar como mediador, o que implica conhecer a realidade de seus alunos em todas as dimensões, pessoal, social, familiar, escolar etc.;
- Oferecer a possibilidade permanente de diálogo, saber ouvir, ter empatia e manter uma atitude de cooperação, assim como proporcionar experiências de

melhoria de qualidade de vida aos alunos;

- Possuir conhecimento dos fundamentos, metodologias e estrutura da EaD, a fim de sustentar as bases pedagógicas da aprendizagem;
- Possuir habilidades de comunicação, relacionamento interpessoal, liderança, dinamismo, iniciativa, entusiasmo, criatividade e capacidade para trabalhar em equipe;
- Saber lidar com os variados tipos de aluno, respeitando a sua individualidade.

Para contratação, o tutor deverá ter formação em curso no qual exercerá a tutoria ou em áreas afins e, preferencialmente, ter experiência em EaD como aluno ou professor. A titulação mínima exigida para a atividade de tutoria é de Especialista, obtida em curso de Pós-graduação lato sensu, com carga horária mínima de 360 horas. A seleção dos tutores se dará por meio de processo de análise curricular, entrevista, testes no ambiente virtual e dinâmicas de grupo. É pré-requisito para a contratação do tutor que ele tenha participado e sido aprovado na Oficina de Tutores oferecida e coordenada pelo NEaD.

Os tutores serão incentivados a participar de congressos, fóruns, workshops e poderão receber bolsa parcial em curso ou programa de pós-graduação na área de EaD. Receberão contínuo treinamento interno para melhoria de desempenho e para eventuais adequações na forma de condução do trabalho, o qual será avaliado semestralmente pelos alunos, supervisores e coordenadores.

10.2. Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)

Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), requer algumas ferramentas tecnológicas diferenciadas, a fim de que a “aula” ocorra a partir de uma perspectiva de aprendizagem integrada. Com base nisso, propõe-se que as aulas sejam desenvolvidas em diferentes momentos/espços virtuais, visando à formação de competências diversas, como o domínio de conceitos e aplicação às situações-problema concretas, discussões temáticas em grupo, desenvolvimento de projetos, entre outras atividades.

Rompendo com o modelo tradicional de ensino, os projetos dos cursos adotam o conceito de *flipped classroom* ou “sala de aula invertida”, que inverte a lógica da dinâmica de aprendizagem dos alunos. Nesse formato, o aluno possui espaços diversos de estudo, aprendem por meio de textos, videoaulas, arquivos de áudio, filmes e vídeos diversos, gamificação e outros recursos interativos disponíveis no AVA.

O objetivo principal desse modelo é trazer contribuições significativas para enfrentar um dos maiores desafios que se deparam, atualmente, as várias modalidades de cursos: motivação, hábito de leitura, capacidade de autogestão e qualidade da aprendizagem.

Por esse motivo, em um curso EaD, também deve haver formas de garantir a

possibilidade de "diálogo" dos alunos com os objetos de aprendizagem. Assim, a apresentação de um determinado texto, por exemplo, deve ser acompanhada de anotações, questões e dicas, do tutor, para ampliação e enriquecimento de sua aprendizagem.

Como cada curso tem suas características, competências e público-alvo específicos, os materiais de suporte à aprendizagem são elaborados pelos tutores das disciplinas, que contam com o suporte da equipe pedagógica do NEaD, seguindo os manuais próprios desenvolvidos para este fim.

10.3. Composição e Dinâmica das Aulas EaD

Os tópicos apresentados a seguir descrevem a composição e a dinâmica das aulas e o conjunto de materiais e ferramentas que dão suporte às aprendizagens à distância e são referências tanto para as atividades de avaliação de desempenho das disciplinas, como às demais atividades curriculares dos cursos em EaD da IES.

Fale com o Tutor: ferramenta e espaço de comunicação dos alunos com os tutores, acessível pelo AVA, para esclarecimento de dúvidas sobre os conteúdos das aulas, orientações sobre o desenvolvimento de atividades, entre outras informações relevantes e pertinentes às aulas. Neste ambiente virtual, estabelece-se uma dinâmica importante de relacionamento entre tutor/aluno para o seu envolvimento com as atividades propostas.

Leitura Prévia: a Leitura Prévia é constituída por textos teóricos e exemplos práticos sobre os dois temas complementares que compõem cada aula. Essa atividade corresponde a, no mínimo, três horas da carga horária total das aulas. A Leitura prévia é a principal referência dos temas abordados nas vídeo aulas – e nas aulas presenciais, sempre que estiverem estipuladas no calendário acadêmico. Trata-se de atividade obrigatória, pois é com base nesse material que o aluno será avaliado, levantará eventuais dúvidas, formulará questionamentos e fará comentários sobre os conteúdos estudados, enriquecendo o diálogo com os tutores e colegas durante as atividades interativas subsequentes. Dada a sua importância, os textos são elaborados em linguagem clara para favorecer o entendimento dos conceitos essenciais desenvolvidos nas vídeo aulas e direcionar e orientar a progressão dos estudos. O texto da Leitura Prévia faz referência às fontes bibliográficas e não-bibliográficas das informações trabalhadas em todas as unidades de ensino, citando-as acordo com as normas da ABNT. Visando a interatividade e o protagonismo do aluno no seu processo de aprendizagem, esse material deve estimular a pesquisa em outras fontes, como sites, livros, artigos e vídeos para ampliar o contato do aluno com diversos autores e fontes sobre as temáticas abordadas no material básico. Como incentivo ao debate, a Leitura Prévia é acompanhada de questões que estimulem a reflexão e interesse pela pesquisa. Os textos da

Leitura Prévia são elaborados pelo professor autor e organizados em sequência didática de complexidade crescente. Esse material é organizado pelo Assistente de Ambiente Virtual, que cria a estrutura que o abrigará no AVA e web designer, que customiza o conteúdo de acordo com as características da disciplina. Esses textos ficam disponíveis no AVA, inclusive para impressão, de modo que, ao final da disciplina, o aluno poderá organizar e montar sua própria apostila.

Vídeo aulas: cada vídeo aula é composta por um bloco de 30 minutos e é gravada pelo professor autor que compõe o conteúdo da disciplina, o qual deve estar alinhado às propostas pedagógicas contidas no PPC de cada curso. Caso sejam propostos outros vídeos (de domínio público ou adquiridos pela Instituição), estes devem ser, necessariamente, relacionados ao tema que compõem a aula e suas fontes e créditos de autoria deverão ser informados nos textos da Leitura Prévia.

Saiba Mais: constituem dicas e informações de fontes complementares para enriquecer os conteúdos das Leituras Prévias, das vídeo aulas e das aulas presenciais. No "Saiba Mais" de cada disciplina, o aluno encontrará indicações de outros materiais de estudo, como textos, apresentações gráficas, vídeos, entrevistas, filmes, sites de interesse, portais de periódicos científicos, entre outros. Esses materiais poderão ser impressos ou arquivados em mídia digital. A indicação dos materiais complementares é de responsabilidade do professor autor da disciplina e recebe o mesmo tratamento editorial dado à Leitura Prévia.

Avaliação de Desempenho: é composta, principalmente, por questões de múltipla escolha, no formato Quiz (questionário com o mínimo 5 questões) relacionadas ao conteúdo da Leitura Prévia e das vídeo aulas, realizadas sempre ao final de cada aula. Essas atividades são elaboradas pelo professor autor da disciplina, com a participação do Analista de Ambiente Virtual que cria a estrutura no AVA e do Web designer, responsável pela customização do conteúdo.

Fórum Temático: são momentos privilegiados de interação entre tutores/alunos e dos alunos entre si. Os fóruns são planejados de forma integrada pelo corpo docente e conduzidos pelos tutores, cuja postura pedagógica fundamental é a de mediador dos processos de aprendizagem do aluno. Por isso, é fundamental que o tutor se mostre sempre presente e estimule o debate de questões pertinentes aos conteúdos e temáticas da aula. É nesse espaço/tempo que o tutor tem a oportunidade de organizar e sistematizar os conhecimentos acerca do tema em estudo, dando suporte no esclarecimento de dúvidas dos alunos, cabendo a ele mediar os debates dos alunos, com especial atenção à gestão do tempo em que eles

ocorrem. Nessa atividade estabelece-se uma dinâmica importante de estreitamento do vínculo tutor/aluno para o envolvimento de todos com as atividades propostas.

Desafio Profissional: atividade a ser elaborada em conjunto pelos professores autores, tutores, supervisores e coordenadores. A atividade propõe uma situação-problema e a finalidade desta é desafiar o aluno a apresentar propostas fundamentadas para a sua resolução. O Desafio Profissional pode ser realizado por meio de diferentes dinâmicas de integração, a saber:

- **Questão Dissertativa:** atividade individual, elaborada sobre os temas expostos para que o aluno possa desenvolver sua capacidade de integrar conteúdos e produzir textos escritos;
- **Wiki:** ferramenta que deve ser explorada ao máximo pelo tutor para desenvolver propostas colaborativas de trabalho que promovam a comunicação dos alunos entre si e a capacidade de trabalho em equipe. Para cada turma de 30 alunos, esta ferramenta pode ser utilizada para a produção de textos coletivos acerca de uma temática atual, polêmica e transversal aos conteúdos disciplinares. Pode ser utilizada, também, para o desenvolvimento de projetos integradores em andamento no bimestre, visando o desenvolvimento de um “produto” relevante e coerente com os temas discutidos tanto no interior das disciplinas como também nos fóruns temáticos. O tutor é importante mediador dessa “produção coletiva”, devendo orientar as discussões, oferecer sugestões e apontar as correções necessárias para que o trabalho que vai sendo editado, resulte em um produto que promova o avanço da aprendizagem do aluno. Para tanto, deve ter claro para si mesmo e deixar claro aos alunos, os objetivos da atividade, as etapas e os prazos de tempo a serem cumpridos. Com isso, garante-se a qualidade e o efetivo aproveitamento das atividades pelos alunos, cujo resultado será analisado e avaliado;
- **Painel de Opiniões:** visa estimular o exercício da reflexão e a construção de posturas críticas, além do respeito ao outro e o pluralismo das ideias. Nessa atividade, o tutor apresenta uma proposta de tema a ser discutido e cada aluno deve pesquisar e emitir suas próprias opiniões sobre o tema, que deverão ser debatidas com os outros alunos participantes;
- **Trabalhos em Grupo:** atividade colaborativa em grupos compostos por 5 ou 6 integrantes de uma mesma turma, de modo aleatório, que se manterão inalterados ao longo de todo o trabalho. Os temas são sugeridos pelo tutor e cada grupo é responsável pela produção de uma síntese escrita, com base em pesquisas, discussões e debates, utilizando fóruns como meio de comunicação.

- **Pensata:** a partir de um texto indicado pelo tutor, disponível na internet, o aluno, de forma individual, deverá analisá-lo e fazer seus comentários baseados em dados resultantes de trabalhos de pesquisa.

10.4. Mecanismos de Interação entre Docentes, Tutores e Estudantes

A Plataforma de Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), contém metodologias inovadoras, onde os professores envolvem os alunos de formas novas e estimulantes, proporcionando um relacionamento mais eficaz, mantendo os alunos informados, envolvidos e colaborando uns com os outros. Na plataforma cria salas de aula, escritórios e salas de reunião virtuais que abrem mais possibilidades a mais alunos, oferecendo novas abordagens de aprendizado em grupo com o conceito de web conferência.

Desta forma, a Plataforma possibilita as instituições desenvolverem processos educacionais, destinado ao desenvolvimento de métodos que privilegiam a proatividade dos educandos, e sua autonomia durante o processo de aprendizagem, totalmente a distância ou complementar ao ensino presencial. Possui layout diferenciado, de fácil usabilidade e sistema de gerenciamento acadêmico vinculado. A utilização do AVA possibilita e incentiva que o indivíduo autônomo, pensante e reflexivo atue frente aos novos conteúdos que serão discutidos em comunidades de aprendizagem colaborativa.

No AVA os materiais didáticos se articulam numa arquitetura pedagógica previamente planejada. O desenvolvimento das disciplinas conta com Atividades para serem realizadas pelo aluno, em cada disciplina, utilizando a ferramenta Fórum no AVA e também a entrega de trabalho ou exercícios.

Para efetivar a interlocução entre a comunidade acadêmica virtual serão utilizados os seguintes recursos:

- Ambiente Virtual de Aprendizagem, com recursos de fórum, chat, caixa de mensagens, agenda, objetos de aprendizagem, planos de ensino, planos de aula, vídeo aulas, recursos de acompanhamento e controle de cada estudante, relatórios de frequência e participação discente e docente, relatório de notas, entre outros;
- Telefone/WhatsApp e E-mail.

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

10.5. Tecnologia de Informação e Comunicação - TICS

Com a acessibilidade comunicacional se elimina barreiras na comunicação interpessoal (face a face, língua de sinais), escrita (jornal, revista, livro, carta, apostila, etc., incluindo textos em braile, uso do computador portátil) e virtual (acessibilidade digital). Um dos

exemplos de acessibilidade nas comunicações é a presença de interprete na sala de aula em consonância com a Lei de libras e Decreto de Acessibilidade. No Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, o interprete é contratado, conforme as necessidades do aluno.

Acessibilidade Digital é o direito de eliminação de barreiras na disponibilidade de comunicação, de acessos físicos, de equipamentos e programas adequados, de conteúdo e apresentação da informação em formatos alternativos. Evidencia-se a existência dessa acessibilidade quando a IES possui acervos bibliográficos dos cursos em formato acessível ao estudante com deficiência (prioritariamente os de leitura obrigatória) e utiliza diferentes recursos e ajudas técnicas para que o estudante tenha acesso a informação e ao conhecimento independentemente de sua deficiência. Na IES está disponível aos discentes, docentes e técnicos administrativos, sistema operacional que permite que pessoas cegas utilizem um microcomputador comum (PC) para desempenhar uma série de tarefas, adquirindo, assim um nível alto de independência no estudo e no trabalho. Biblioteca Virtual (E-Livro): Acessibilidade em voz alta (escutar o livro em voz alta), configurando a velocidade, o volume e a voz (idioma). Modo de exibição noturna. Prodeaf tradutor ou similar (Traduza frases e palavras de português para Língua Brasileira de Sinais - Libras).

Obedecidas às regras fixadas no Regimento Geral do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, confere-se ao docente a autonomia de estabelecer, de acordo com o programa e as características da disciplina, os métodos e instrumentos de avaliação, a saber: provas teóricas, provas práticas, realização e apresentação de trabalhos, seminários, avaliação do grau de participação. Os resultados obtidos nessas avaliações, e também o resultado obtido no ENADE, são discutidos, sistematicamente pelos docentes e pela coordenação do curso, permitindo reavaliação da metodologia, na busca da constante de melhoria do processo de ensino-aprendizagem. Utilizando-se de tecnologias de informação e comunicação o processo de ensino é potencializado, possibilitando aos alunos se relacionar trocando informações simultâneas, experiências e tendo uma comunicação imediata. Assim, temos a oportunidade de rompermos barreiras com a sala de aula, integrando o aluno à comunidade e sociedade de informação.

Além disso, considerando a interação humana mediada pela linguagem, objeto de estudo do curso de Letras, ganha destaque a investigação de textos que circulam pela Internet, assim, em todas as aulas de análise linguística, faz-se presente o uso das TICs como veículos criadores de suportes para a diversidade textual no ciberespaço.

O computador, que é um equipamento de uso individual e simultâneo possui a seguinte relação equipamento/aluno que atende a necessidade dos alunos. A faculdade possui laboratórios de informática com máquinas e equipamentos, disponíveis para aulas práticas, com softwares específicos e utilização livre para pesquisas.

No processo ensino-aprendizagem, os alunos se familiarizam com o uso das

ferramentas computacionais, adquirem habilidades e técnicas de informática, como aumento o conhecimento em específico da área.

O mundo atual passa por uma revolução tecnológica muito grande levando todos à busca constante por atualização nesse campo, por isso temos a considerar que todas as possibilidades que a Instituição tiver de inovar e se revestir de uma melhor estrutura tecnológica a ser disponibilizada, será feita, pois hoje, essa abertura de universos e oportunidades de acesso deve ser oferecida a todos os alunos indistintamente.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB também possui setores de atendimento específicos que facilitam e oportunizam o desenvolvimento acadêmico do aluno, tais como:

- Acesso à biblioteca através da Internet e pesquisa local informatizada;
- Acesso aos laboratórios de computação com internet;
- Acesso à rede wireless;
- Acesso ao boletim de controle de notas e faltas pela internet;
- Mecanismos de nivelamento para inclusão digital, formação pessoal e conhecimentos básicos.

11. CORPO DOCENTE

Os professores do curso devem estar permanentemente preocupados com a aprendizagem como processo qualitativo e interdisciplinar, dando prioridade à autoimagem dos alunos como geradora de melhor desempenho. Devem estar voltados para o desenvolvimento tanto no próprio corpo docente, quanto no discente, das características humanas requeridas pela atual sociedade em termos de espírito empreendedor, visão estratégica e generalista, compreensão holística da realidade e adaptabilidade aos cenários de mudança.

O corpo docente do curso deve estar imbuído da necessidade de aperfeiçoamento constante e contínuo de sua qualificação, competência técnica, cultural e pedagógica, atitudes responsáveis e éticas, demonstrando comprometimento com o futuro do país e da instituição, capacidade para trabalho coletivo, interdisciplinar e organizado, além de possibilitar aumento gradativo de sua carga horária de trabalho na instituição. A sua comprovada experiência na área do curso e suas habilitações são fundamentais ao bom êxito das atividades.

Para desempenhar com qualidade suas funções, os docentes devem:

- construir conhecimentos, competências, habilidades e atitudes previstas para atuação na educação superior;
- estar consciente de que sua formação deve contemplar os diferentes âmbitos do conhecimento profissional de sua área de atuação;
- entender que a seleção dos conteúdos do curso deve orientar-se pelas diretrizes e sugestões previstas neste Projeto Pedagógico, buscando identificar as necessidades dos alunos para que se garantam os conteúdos necessários às diferentes etapas da aprendizagem do curso de Tecnólogo em Marketing;
- saber tratar os conteúdos ministrados no curso, de modo articulado com outros conteúdos e estratégias pedagógicas;
- entender que a avaliação é processo que deve orientar o trabalho do professor, a autonomia dos alunos em relação ao seu processo de aprendizagem e a qualificação de profissionais preparados para iniciar a carreira docente.

As atividades docentes compreendem:

I - As relacionadas com a preservação, elaboração e transmissão de conhecimentos, através de:

- a) aulas, conferências, seminários e outras formas de exposição de debates;
- b) realização de trabalhos práticos e treinamento;
- c) elaboração de trabalhos destinados à publicação e ligados ao ensino, pesquisa ou extensão;
- d) participação em congressos e reuniões de caráter científico, didático, cultural e artístico, para os quais seja designado.

II - as relacionadas com a formação ética dos alunos;

III - as relacionadas com a administração da faculdade ou da própria mantenedora, privativas do exercício da função docente a seguir:

- a) participação em trabalhos de programação e assessoramento vinculados ao ensino, à pesquisa e à extensão;
- b) participação em comissões para as quais forem designados, visando à seleção de novos docentes, verificação do aprendizado que não o da disciplina na qual seja titular, ou execução de outras atividades de interesse da Instituição.

11.1. Atuação do Núcleo Docente Estruturante - NDE

O NDE é o órgão consultivo e deliberativo, responsável pela concepção do Projeto

Pedagógico do Curso, e tem por finalidade, a criação e consolidação do mesmo. A composição e atuação do NDE está baseada na Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, Resolução N° 01, de 17 de junho de 2010.

De acordo com o Art. 2º da resolução citada acima são atribuições do Núcleo Docente Estruturante, entre outras:

- I - Contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso;
- II - zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;
- III - indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;
- IV - zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.

Os membros deste núcleo são apresentados a seguir:

DOCENTES	TITULAÇÃO	REGIME DE TRABALHO
Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda	Especialista	Integral
Delma Gonçalves	Mestre	Parcial
Rita de Cássia Silva dos Santos	Mestre	Parcial
Márcio Magalhães Fontoura	Doutor	Parcial
Roseli de Lourdes Gomes	Mestre	Parcial

Desde a sua criação, o NDE do curso de Tecnólogo em Marketing atua em conjunto com os professores e coordenador do curso para implantação/desenvolvimento do PPC, discutidas em reuniões ordinárias realizadas periodicamente, isto é, mensalmente e/ou extraordinariamente com convocação específica e, devidamente registradas em atas.

11.2. Atuação do Coordenador

A coordenadora do curso de Tecnologia em Marketing é a Prof.^a Esp. Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda designada pelo Diretor da instituição sendo o responsável pelo curso – gestora eficaz, crítica, reflexiva, flexível e proativa – catalisa o comprometimento com uma visão clara e forte, bem como se envolve na busca vigorosa desta, estimulando padrões mais elevados de desempenho de todo o corpo docente e corpo discente de seu curso.

A coordenadora atua na gestão acadêmica e pedagógica do curso, desempenhando as atividades de planejamento e seleção de docentes, integração aluno-professor, reuniões com discentes e docentes, avaliação das atividades complementares, implementação de programas das semanas acadêmicas, visitas técnicas, controle da frequência e aprendizado

discente, análise dos planos de ensino, controle do andamento e cumprimento do conteúdo programático das disciplinas do curso e análise metodológica das provas e trabalhos. Comparece às salas de aula, quando necessário, para avaliação e condução de anormalidades no clima interno, com poder de negociar situações novas. Atua no âmbito do NDE com trabalhos de acompanhamento e revisão do PPC, planejamento de revisão da bibliografia, aquisição de novas obras, acompanhamento da utilização do potencial bibliográfico. Ainda, conduz as reuniões de colegiado e participa de todas as reuniões de treinamentos e planejamentos acadêmicos realizados na IES.

Distribui encargos de ensino, pesquisa e extensão entre seus professores, respeitando as especialidades, bem como supervisiona e fiscaliza a execução das atividades programadas bem como a assiduidade dos professores e, desempenha outras funções inerentes ao cargo.

11.3. Experiência Profissional, de Magistério Superior e de Gestão Acadêmica da Coordenadora

A coordenadora do curso de Tecnologia em Marketing é a Profa. Esp. Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, Letras – Português e Inglês e Pedagogia; especialização em Didática - Teoria e Prática da Docência, Especialização em Docência e Gestão na educação à Distância, Especialização em MBA Gestão de Marketing e Comunicação Integrada. Na experiência profissional, de magistério superior contém 15 anos. Na experiência de gestão acadêmica, conta com 08 anos, atuando como coordenadora de curso na área de Licenciatura e Tecnologia em Marketing.

11.4. Regime de Trabalho da Coordenadora do Curso

O regime de trabalho da coordenadora do curso de Tecnologia em Marketing é o regime integral (40 horas) sem dedicação exclusiva, com 20 horas semanais destinadas, exclusivamente, à Coordenadoria do Curso.

11.5. Titulação do Corpo Docente do Curso

O corpo docente do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB é composto atualmente por 05 (cinco) docentes sendo:

- 01 Doutor - 20,00%;
- 03 Mestres - 60,00%;
- 01 Especialista - 20,00%

Veja abaixo o quadro de docentes do curso e suas respectivas titulações.

DOCENTES	TITULAÇÃO
Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda	Especialista
Delma Gonçalves	Mestre
Márcio Magalhães Fontoura	Doutor
Rita de Cássia Silva dos Santos	Mestre
Roseli de Lourdes Gomes	Mestre

11.6. Índice de Qualificação do Corpo Docente - IQCD

É um indicador de desempenho adotado em instituições de ensino superior. O Seu valor varia de 1 (todos os professores possuem apenas graduação) até 5, situação em que todos os docentes são doutores. O indicador é calculado por meio da expressão matemática: $IQCD = \frac{5D+3M+1E+0G}{D+M+E+G}$, onde:

D = nº de professores com doutorado;

M = nº de professores com mestrado;

E = nº de professores com especialização;

G = nº de professores apenas graduados;

"/" significa dividido.

Assim, o curso de Tecnólogo em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB atualmente pelo cálculo apresentado acima uma média ponderada da capacitação docente com IQCD = 3,20.

11.7. Regime de Trabalho do Corpo Docente do Curso

O corpo docente do curso de Tecnologia em Marketing tem o seguinte regime de trabalho:

- Tempo Integral: 01 professores - 20,00%
- Tempo Parcial: 04 professores - 80,00%

Veja abaixo a relação de docentes e seus respectivos regimes de trabalho:

DOCENTES	REGIME DE TRABALHO
Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda	Integral
Delma Gonçalves	Parcial
Márcio Magalhães Fontoura	Parcial
Rita de Cássia Silva dos Santos	Parcial
Roseli de Lourdes Gomes	Parcial

11.8. Quadro de Docentes

Os docentes do curso do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB apresentam características compatíveis com o Projeto Pedagógico do Curso. O corpo docente do curso é constituído por pessoal que exerça atividades de ensino, pesquisa, extensão e marketing em geral.

A idoneidade profissional, a capacidade didática, a integridade moral e a boa conduta são condições para o ingresso e permanência no Quadro de Pessoal Docente da Instituição. A admissão de professores, cumpridas as normas regimentais, far-se-á mediante contrato de trabalho celebrado com a Entidade Mantenedora.

As estatísticas de qualificação do corpo docente do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB indicam que o mesmo é constituído por profissionais capacitados por doutorado, mestrado e especialização *lato sensu*, todos aptos à docência no ensino superior, fator que contribui para a excelência do ensino oferecido.

11.9. Experiência Profissional do Corpo Docente do Curso de Tecnologia em Marketing

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB delineou como perfil do quadro docente para seus cursos de graduação, professores que possuem formação e experiência profissional nas áreas das unidades curriculares e disciplinas a serem ministradas em cada curso.

Assim, o corpo docente do curso de Tecnologia em Marketing é composto por docentes qualificados com ampla experiência profissional, inseridos em suas respectivas áreas de atuação e preocupados em buscar uma qualificação profissional compatível com as exigências de uma instituição inovadora e participante, que objetiva formar profissionais para atuar na área de marketing com alto grau de excelência.

A Instituição tem a preocupação de manter em seu quadro docente, aqueles cuja formação e experiência atendam satisfatoriamente aos objetivos pedagógicos institucionais, com qualidade e excelência acadêmica.

Assim, os docentes do curso possuem experiência profissional comprovada que demonstra e justifica a relação entre a experiência docente para apresentar exemplos contextualizados com relação a problemas práticos, de aplicação da teoria ministrada em diferentes unidades curriculares em relação ao fazer profissional. Os docentes se mantêm atualizado com relação à interação conteúdo e prática, que possibilita a aplicação da interdisciplinaridade no contexto laboral e analisa as competências previstas no PPC considerando o conteúdo abordado e a profissão.

O tempo de experiência profissional do corpo docente do curso de Tecnologia em

Marketing está ilustrado abaixo.

DOCENTES	GRADUAÇÃO	TITULAÇÃO	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL (ANOS)
Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda	Comunicação Social – Publicidade e Propaganda; Letras – Português e Inglês; Pedagogia	Especialista	20
Delma Gonçalves	Administração	Mestre	22
Márcio Magalhães Fontoura	Pedagogia / Teologia	Doutor	28
Rita de Cássia Silva dos Santos	Análise de Sistemas	Mestre	20
Roseli de Lourdes Gomes	Pedagogia	Mestre	25

11.10. Experiência de Magistério Superior do Corpo Docente do Curso de Tecnologia em Marketing

A experiência de magistério superior do corpo docente do curso de Tecnólogo em Marketing é apresentada abaixo. Fica evidente a experiência na docência superior por parte do quadro de docentes, já que 100% dos professores do curso estão em sala de aula a mais de 10 anos.

DOCENTES	GRADUAÇÃO	TITULAÇÃO	EXPERIÊNCIA MAGISTÉRIO SUPERIOR (ANOS)
Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda	Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, Letras – Português e Inglês; Pedagogia	Especialista	15
Delma Gonçalves	Administração	Mestre	15
Márcio Magalhães Fontoura	Pedagogia / Teologia	Doutor	28
Rita de Cássia Silva dos Santos	Análise de Sistemas	Mestre	15
Roseli de Lourdes Gomes	Pedagogia	Mestre	10

11.11. Experiência no Exercício da Tutoria na Educação a Distância

Os professores/tutores do curso de Bacharelado em Tecnologia em Marketing possuem, em média, mais de 2 anos de experiência de atuação na educação a distância. A experiência deles permite a identificação de dificuldades dos discentes e superação destas dificuldades por meio de linguagem aderente às características dos estudantes. Os professores/tutores ainda são capazes de apresentar exemplos contextualizados dos conteúdos previstos no Projeto Pedagógico do Curso, elaborando atividades específicas que

promovem a aprendizagem dos discentes que apresentam dificuldades, articulando o ensino teórico com a prática.

Assim, o corpo de tutores do curso de Tecnologia em Marketing é composto por docentes qualificados com ampla experiência profissional, inseridos em suas respectivas áreas de atuação e preocupados em buscar uma qualificação profissional compatível com as exigências de uma instituição inovadora e participante, que objetiva formar profissionais para atuar na área de Tecnologia em Marketing com alto grau de excelência.

11.12. Produção Científica, Cultural, Artística ou Tecnológica do Corpo Docente do Curso de Tecnologia em Marketing

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB mantém mecanismos institucionais de apoio à produção pedagógica, científica, técnica, cultural e artística dos seus docentes. Para tanto, tem como objetivos:

- Desenvolver e difundir pesquisas nas suas áreas de atuação e que possam constituir-se em diferencial efetivo para a IES;
- Elaborar calendário de eventos para a divulgação da produção científica, técnica, cultural e artística dos docentes;
- Divulgar o trabalho do Núcleo de Pesquisa mediante redes cooperativas;
- Estimular o desenvolvimento de atitudes empreendedoras entre alunos e professores;
- Incentivar o intercâmbio de pesquisadores da instituição, nos planos local, nacional e internacional.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB dispõe de apoio à pesquisa que estimula a produção científica docente e discente através de incentivo à publicação e de programas de Iniciação Científica, com organização de congressos internos ao mesmo tempo que estimula a participação discente em congressos regionais e nacionais.

11.13. Funcionamento do Colegiado de Curso ou Equivalente

O Colegiado de Curso é o órgão de coordenação didático destinado a elaborar e implantar a política de ensino do respectivo curso e acompanhar a sua execução, ressalvada a competência do Órgão Superior.

O Colegiado é composto por no mínimo 5 (cinco) docentes de disciplinas da área do curso e/ou afins e por 2 (dois) representantes do corpo discente, nos quais são eleitos por seus pares, com direito a voto.

Os membros desta comissão são apresentados a seguir:

REPRESENTATES	MEMBROS
Lilian Regina de Oliveira Moreira Gualda	Docente / Coordenador
Delma Gonçalves	Docente
Márcio Magalhães Fontoura	Docente
Rita de Cássia Silva dos Santos	Docente
Roseli de Lourdes Gomes	Docente

As reuniões ordinárias do Colegiado são realizadas bimestrais e/ou extraordinariamente com convocação específica e com resultados registrados em atas e arquivados. A atuação básica consiste em conduzir o processo de ensino, pesquisa e extensão, com atividades de planejamento, seleção de novos docentes, e solicitação de melhorias para o curso.

12. INFRAESTRUTURA FÍSICA E INSTALAÇÕES ACADÊMICAS

A avaliação e manutenção da infraestrutura física são realizadas de forma periódica pela equipe administrativa, por meio de apontadores de demandas e pelos apontamentos da equipe de zeladoria. As adequações são realizadas pela equipe de manutenção de modo preventivo e corretivo e além disso ocorre a contratação de terceiros, especializados nas áreas de reparos de instalações.

Para as atividades administrativas, os funcionários contam com sistemas de informação e recursos de comunicação baseados em tecnologias, tais como: serviço de e-mail corporativo, ferramentas de *web conference* e sistema de gestão acadêmica e financeira.

12.1. Instalações Administrativas

As instalações administrativas da IES atendem de maneira excelente às necessidades institucionais, considerando, em uma análise sistêmica e global, os aspectos: quantidade, dimensão, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, segurança, acessibilidade e conservação.

Na área administrativa conta com:

Sala para Direção, mesa de reunião com cadeiras e mesa de trabalho.

- Secretaria Acadêmica com balcão de atendimento, computador, estação de trabalho, armários, impressora e copiadora.

- Comercial, com balcão de atendimento, computador, estação de trabalho, armários.
- Sala do TI, com mesa de atendimento, computador, estação de trabalho, armário.
- Sala para coordenadores de curso com gabinetes individuais, munidos de estações de trabalho, armários e computadores.
- Sala de professores, com mesa, cadeiras, computadores e bancadas para uso de internet sem fio WiFi.
- Gabinete para professores de tempo integral, com espaço para computadores e servidos por internet (Wi Fi).
- Sanitários para uso de funcionários e professores.
- Sala da CPA com mesa para reuniões.
- Sala para Professores Integrais com computadores e mesa de atendimento.
- Sala do NAP com computadores e mesa de atendimento.
- Sanitários femininos e masculinos, incluindo adaptado para atendimento aos portadores de necessidades especiais.
- Biblioteca com acervo de livros e periódicos, computadores e espaço para estudo individual e em grupo.
- Cantina.
- Salas de aula com carteiras, mesa de professor, ventilação e quadro branco.
- Laboratório de Informática.
- Laboratório Interdisciplinar.
- Auditório.

Todos os laboratórios foram projetados com capacidade de 25 alunos, de forma a oferecer ao discente um atendimento de melhor qualidade.

Os serviços de conservação das instalações gerais e dos equipamentos são mantidos de forma satisfatória por um quadro de funcionários e técnicos com responsabilidade setorizada na instituição, para que possa ser oferecido amplo atendimento à comunidade acadêmica.

O acesso aos recursos e equipamentos de informática é permitido aos discentes e aos docentes através dos 2 laboratórios de informática, totalizando 25 computadores disponíveis em cada um.

A utilização dos instrumentos de multimídia acontece por meio de prévio agendamento a ser realizado em documento específico ao responsável da área.

O acesso à Internet é liberado a todos os funcionários e alunos desde que para uso administrativo ou acadêmico. O controle de acesso é realizado pelo núcleo de informática do Instituto de Ensino Superior de Bauru – IESB.

12.2. Salas de Aula

As salas de aula do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possuem boa dimensão, sistema de iluminação natural e artificial e espaços adequados para comportar turmas máximas de aproximadamente 50 alunos. As instalações são apropriadas à utilização dos recursos audiovisuais necessários à prática pedagógica. O mobiliário e os equipamentos estão devidamente adaptados à quantidade de alunos e às funções de ensino de modo a favorecer a necessária comodidade. Atendem aos requisitos de iluminação, limpeza, acústica, ventilação, acessibilidade, conservação e comodidade.

12.3. Auditório

O IESB possui auditório com boa dimensão, sistema de iluminação natural e artificial e espaços adequados para comportar turmas máximas de 120 alunos, com instalação apropriada para à utilização de recursos audiovisuais. O mobiliário e os equipamentos estão devidamente adaptados à quantidade de alunos e às funções de ensino de modo a favorecer a necessária comodidade. Atendem aos requisitos de iluminação, limpeza, acústica, ventilação, acessibilidade, conservação e comodidade.

12.4. Salas de Professores e Professores em Tempo Integral

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui espaço adequado destinado a sala de professores e em Tempo Integral, com mesas para reuniões com cadeiras, quadro de avisos, abastecimento com água mineral, computadores ligados a internet para pesquisa e digitação de notas e armários individuais. Atendem aos requisitos de disponibilidade de equipamentos em função do número de professores, dimensão, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, acessibilidade, conservação e comodidade.

12.5. Espaços para Atendimento aos Discentes

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB disponibiliza de sala destinada as atividades de coordenação e serviços acadêmicos, com mesas, cadeiras, armários e computadores ligados à rede de Internet e atendem aos requisitos de dimensão, limpeza, acessibilidade, conservação, equipamentos, gabinete individual para coordenador, número de funcionários, atendimento aos alunos e aos docentes.

12.6. Espaços de Convivência e de Alimentação

O perfil do aluno do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB é o de um aluno participante, autônomo e ator principal do processo da aprendizagem, pressupondo, assim, uma grande interatividade e intensidade de comunicação com a Direção, com os professores e entre si.

A Direção da IES estimula e dá condições para que aconteça continuamente o intercâmbio de ideias, atividades, experiências e trabalhos comuns entre todas as séries e cursos da Instituição, colocando à disposição dos alunos espaço, oportunidade e estrutura para que se encontrem e organizem atividades de interesse comum, e possam atuar no cotidiano estudantil, sendo pró-ativos no processo de formação intelectual e aquisição de conhecimento, garantindo condições ideais de aprendizagem e para construção da cidadania.

As portas abertas da Direção e da Coordenação dos Cursos propiciam um ambiente rico de trocas e liberdade de expressão e a Direção vê a organização dos alunos como fator auxiliar na gestão da Instituição. O projeto arquitetônico do campus proporciona um ambiente acolhedor e conta com diversos espaços para convivência e interatividade da comunidade acadêmica, com acessibilidade e avaliação periódica do espaço. A faculdade disponibiliza ainda, uma cantina que funciona nas instalações do campus, sob a responsabilidade de pessoal qualificado.

Diante do exposto, Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui espaços de convivência e de alimentação que atendem às necessidades e a demanda e, considerando uma análise sistêmica e global, apresentam-se com dimensões adequadas aos fins, com limpeza, iluminação, ventilação e acessibilidade.

12.7. Laboratórios, Ambientes e Cenários para Práticas Didáticas: Infraestrutura Física

A infraestrutura dos laboratórios, ambientes e cenários para as práticas didáticas do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB é adequada às necessidades institucionais, quanto aos espaços, suficiente ao número de alunos, equipamentos e recursos tecnológicos e gerenciamento da manutenção patrimonial, o que permite aos professores, técnicos e alunos boas condições para o desenvolvimento das atividades pedagógicas dos cursos. Os espaços são organizados de acordo com as necessidades dos cursos de forma a propiciar a integração de atividades multidisciplinares, o que assegura condições adequadas em relação à iluminação, limpeza, mobiliário e equipamentos, acessibilidade, acústica e ventilação apropriada às necessidades locais.

Objetivando oferecer condições de ensino em alto nível, as instalações de laboratórios da IES, no que se refere qualidade dos serviços, zelam pelo cuidado em dois aspectos:

- I. Segurança de docentes, discentes e equipamentos;
- II. Serviços de apoio materiais e tecnológicos.

Os laboratórios da IES atendem às necessidades do curso de Tecnologia em Marketing com infraestrutura e regulamentação apropriadas. Todos se encontram implantados com normas de funcionamento, utilização e segurança, manual de biossegurança, equipamentos de emergência e extintores de incêndio. O descarte de resíduos é realizado por área competente, de acordo com as normas vigentes.

Todos os laboratórios possuem acessibilidade, espaços próprios para cadeirantes, atendendo às necessidades institucionais, às leis de acessibilidade e às exigências do Ministério da Educação - MEC.

Os serviços de conservação das instalações gerais e dos equipamentos são mantidos de forma satisfatória por um quadro de funcionários e técnicos com responsabilidade setorizada na instituição, para que possa ser oferecido amplo atendimento aos corpos docente e discente dos cursos.

12.8. Laboratórios, Ambientes e Cenários para as Práticas Didáticas: Serviços

Todos os laboratórios, ambientes e cenários para práticas didáticas do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB atendem as necessidades dos docentes e discentes, com regulamentos apresentados e apontados em todas as dimensões do PDI, que objetiva a excelência na prestação de serviços educacionais.

Desta forma, o planejamento dos laboratórios atende às exigências do Projeto Pedagógico do curso de Tecnologia em Marketing da IES com relação ao suporte técnico, equipamentos, instalações e segurança, além de atender as necessidades individuais das atividades práticas desenvolvidas em cada curso, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais.

A comunidade acadêmica tem acesso aos laboratórios especializados exceto quando os mesmos estão destinados às atividades didáticas práticas.

12.9. Infraestrutura física e tecnológica destinada à CPA

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB disponibiliza uma sala, destinada as atividades da Comissão Própria de Avaliação - CPA, com mesa, cadeiras, armários, computador ligado à rede e internet. A Avaliação Institucional é realizada por meio eletrônico no portal da Instituição, garantido aos participantes total sigilo de informações. O ambiente atende aos requisitos de dimensão, iluminação, ventilação, acessibilidade, limpeza, conservação e equipamentos.

12.10. Biblioteca: Infraestrutura e Serviços

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui uma Biblioteca e computadores para serem utilizados pelos alunos na pesquisa à base de dados local e outras bases nacionais e internacionais na procura de referências bibliográficas, incluídos no portal da CAPES.

Possui instalações de gabinetes individuais de estudo e salas para estudos individuais ou em grupo. As instalações para o acervo estão adequadas para a quantidade de alunos e livros existentes, devendo ser melhorada de acordo com as necessidades futuras.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui uma biblioteca, com TV digital, tablets para empréstimo, cabines individuais e coletivas para estudo, mesas redondas e cadeiras, computadores para consulta e para portador de necessidades especiais, com teclados em Braille e fones de ouvido, para pesquisa na internet e consulta online do acervo.

Horário de atendimento - segundas-feiras às sextas-feiras das 13h às 22h e aos sábados das 8h às 12h, com os seguintes serviços oferecidos: empréstimo domiciliar e local de livros e empréstimo local de Tablets para trabalho dentro da IES, levantamento (pesquisa) bibliográfico via internet, interbibliotecas com outras instituições da rede, orientação bibliográfica e auxílio a pesquisa, elaboração de ficha catalográfica e videoteca.

A infraestrutura da biblioteca apresenta espaço e acervos suficientes para atender a capacidade de atendimento e qualidade em serviços oferecidos a comunidade acadêmica. O ambiente atende aos requisitos de dimensão, iluminação, ventilação, acessibilidade, limpeza, conservação e equipamentos.

Além disso, a Biblioteca possui:

- Regimento interno: no qual são definidos sua missão, finalidades, funcionamento, entre outros;
- Regulamento para atendimento e consulta: que descreve os procedimentos para acesso aos serviços;
- Convênios com Biblioteca Virtual e periódicos online;
- Normas: de preservação do acervo, de utilização das salas de estudo em grupo, dos serviços da caixa de devolução, do serviço de cópias, de empréstimo domiciliar, de guarda-volumes e de utilização do espaço físico;
- Plano de Contingência: que é o instrumento que fornece antecipadamente, informação necessária sobre os procedimentos a serem adotados em situações de emergência.

O Regulamento da Biblioteca está disponível na IES para consulta.

12.10.1. Biblioteca: Plano de Atualização do Acervo

O acervo de livro é adequado em quantidade, pertinência, relevância acadêmico-científica e atualização; contempla as bibliografias, básica e complementar, dos cursos oferecidos pelo Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB. A adequação dos periódicos impressos é verificada de acordo com a necessidade dos usuários da Biblioteca e daqueles específicos dos cursos oferecidos pela Instituição.

Para atender usuários potenciais da Biblioteca, os mecanismos de seleção, aquisição e atualização do acervo bibliográfico e audiovisual, tomam por base, tanto a bibliografia arrolada nos programas de ensino dos Projetos Pedagógicos de cada um dos cursos da instituição, como as bibliografias recomendadas pelo Núcleo Docente Estruturante - NDE, em conjunto com os coordenadores e professores, fruto das reuniões periódicas.

De forma geral, para assegurar a qualidade e atualização do acervo bibliográfico e audiovisual, os critérios adotados são:

- adequação do material aos objetivos do curso e da disciplina;
- autoridade/conceito do autor;
- equilíbrio da obra quanto à distribuição do conteúdo;
- qualidade técnica quanto a ponto de vista gráfico e/ou sonoro;
- custo justificável em consideração à verba disponível;
- idioma acessível aos usuários;
- atualidade do material;
- disponibilização de livros-texto, na razão de um livro para cada 10 e menos 15 vagas autorizadas/ reconhecidas, nos cursos de graduação;
- disponibilização da bibliografia complementar, na proporção de dois exemplares para cada título;
- disponibilização dos demais títulos, em função de estatísticas de empréstimo e uso da coleção e da disponibilidade de outros títulos similares na coleção da Biblioteca.

Todos o acervo da Biblioteca do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB permite o acesso a todo material bibliográfico por meio de terminais de consulta, listagens e fichários. É permitido o empréstimo domiciliar para alunos e funcionários da instituição. No caso de usuários externos é permitida a consulta local.

O acesso à internet é permitido apenas para alunos e funcionários e utilizado o sistema de reserva para uso da internet e dos equipamentos quando há muita procura.

O usuário pode fazer solicitações e renovações via área do aluno, no link para a biblioteca.

A biblioteca tem seu acervo ampliado e atualizado principalmente de acordo com as solicitações dos professores. Dá-se prioridade ao aumento do número de exemplares para os livros textos de todos os cursos, tudo isso em conformidade com a verba orçamentária que é específica.

O Acervo virtual de livros e periódicos é acessado por alunos e colaboradores por meio de área específica no portal. A biblioteca virtual está disponível também para acesso em qualquer local de interesse do aluno.

A IES conta com terminais de consulta dentro da própria biblioteca e conta com laboratório de informática disponível para pesquisas. O acesso à internet é feito por diversos computadores de uso livre para os alunos e funcionários.

A política de desenvolvimento de aquisição, expansão e atualização do acervo da biblioteca do Instituto tem por finalidade a definição de critérios para a atualização do acervo, bem como a necessidade da aplicação correta dos recursos orçamentários disponibilizados pela Instituição, uma vez que essa política prevê a otimização da utilização dos recursos financeiros disponíveis. Para que os objetivos sejam alcançados, é fundamental que não só os profissionais da informação estejam envolvidos no processo decisório, mas também o corpo técnico (coordenadores, professores), pois contribuirão sobremaneira para a tomada de decisão, por meio de seus conhecimentos.

Todo o acervo é informatizado e funciona em rede. O software utilizado é o TOTVS, que possibilita a consulta e a alimentação das bases de dados simultaneamente. O sistema permite controle e acesso a módulos de consulta, catalogação e circulação, e possibilita ao aluno fazer reservas, devoluções, empréstimos e renovações.

Os alunos e professores dos cursos do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB - tem acesso a Biblioteca Virtual, E-Livro Educacional Brasil SA, inscrita no CNPJ nº. 34.878.390/0001-19, com aproximadamente 11 mil títulos, com funções de acessibilidade, tais como: acessibilidade em voz alta (escutar o livro em voz alta), configurando a velocidade, o volume e a voz (idioma) e modo de exibição noturna. E periódicos indexados na Base EBSCO, conforme as áreas do conhecimento.

A Biblioteca da IES, possui como instrumento para aquisição, expansão e atualização do acervo a Política de Desenvolvimento de Coleções (PDC), cuja finalidade é de estabelecer parâmetros e responsabilidades para o desenvolvimento do acervo bibliográfico, norteador o planejamento e avaliação das coleções, e funcionando como um guia para fundamentar a tomada de decisão do profissional bibliotecário em relação à composição do acervo, e de apontar o método de trabalho para consecução dos objetivos. Sendo revisada garantindo assim, a cada 02 (dois) anos a adequação à necessidade da comunidade universitária, aos objetivos da Biblioteca e aos da IES.

A formação do acervo deve ser constituída de acordo com seus recursos

orçamentários, e deverá adquirir diferentes tipos de materiais, tais como: Obras de Referência: Bibliografias, Índices, Catálogos; Livros; Periódicos; Trabalhos Acadêmicos; Folhetos; Jornais; DVD e outros, tanto impresso como em formato eletrônico.

A aquisição dos materiais é um processo administrativo que requer estratégias e ações que visem o melhor uso do recurso financeiro associado à eficácia no atendimento ao solicitante. As modalidades da Aquisição podem ser:

Compra: Devido às restrições orçamentárias e a grande quantidade de documentos produzidos, torna-se impossível para qualquer biblioteca universitária adquirir todo o material bibliográfico disponível no mercado editorial. Sendo assim, a Biblioteca estabeleceu as seguintes prioridades para compra de material bibliográfico:

- a) periódicos de referência (Base de Dados, Bibliografias, etc.);
- b) assinatura de periódicos cujos títulos já fazem parte da lista básica, conforme indicação dos docentes;
- c) obras que estejam na bibliografia dos cursos de graduação;
- d) obras para cursos em fase de reconhecimento, credenciamento, recredenciamento;
- e) obras para implantação de novos cursos;
- f) desenvolvimento de pesquisas;
- g) materiais para dar suporte técnico a outros setores da Instituição.

A ordem estabelecida acima não significa a prioritária, mas sim, critérios a serem observados no valor da verba para aquisição. Os casos não previstos serão submetidos à apreciação das Coordenações.

Doação: Materiais recebidos como doações serão submetidos aos mesmos critérios do material comprado. Não serão adicionados novos títulos ou volumes ao acervo somente porque foram recebidos de forma gratuita. Quanto às doações recebidas, a Biblioteca poderá dispor das mesmas, da seguinte maneira: incorporá-las ao acervo; doá-las ou permutá-las com outras Instituições e/ou descartá-las. Seleção das obras doadas: serão verificados os critérios abaixo:

a) Livros

- Autoridade do autor, editor e do próprio tradutor, se for o caso;
- Relevância do conteúdo para a comunidade universitária;
- Indicação do título em bibliografias e abstracts;
- Condições físicas do material;
- Língua em que está impresso.

b) Periódicos

- No caso da existência do título, serão aceitos para completar falhas ou coleção;
- No caso de não existência do título, serão aceitos somente aqueles cujos conteúdos sejam adequados aos interesses da comunidade universitária;
- Indexação do título em índices e abstracts;
- Citação do título em bibliografias.

c) Materiais não convencionais

- Para incorporação ao acervo serão obedecidos os mesmos critérios da aquisição deste tipo de material por compra.

Permuta: a) Livros - as obras permutadas com as Livrarias ou Instituições de Ensino Superior serão selecionadas e acrescentadas ao acervo de acordo com a relevância e diversificação do material, atendendo as sugestões dos usuários; b) Periódicos - os periódicos permutados com as Editoras ou Instituições de Ensino Superior serão selecionados e acrescentados ao acervo de acordo com a relevância dos títulos e os cursos oferecidos pelo Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB.

Desbastamento: é o processo pelo qual se retiram do acervo ativo títulos ou exemplares, parte de coleções, quer para remanejamento ou para descarte. Deve ser um processo contínuo e sistemático, para manter a qualidade da coleção. O desbastamento da coleção deverá ser feito no máximo a cada 03 (três) anos.

Remanejamento: é a armazenagem em depósito da Biblioteca do material bibliográfico retirado do acervo ativo, com o objetivo de abrir espaços para materiais novos. Este material ficará organizado e à disposição da comunidade quando solicitado. Critérios para se remanejar material bibliográfico:

- Títulos históricos e não utilizados durante os últimos 5 (cinco) anos;
- Coleção de periódicos correntes, anteriores aos últimos 3 (três) anos;
- Coleções de periódicos de compra encerrada e que tenham em formato eletrônico;
- Coleções de periódicos de valor histórico.

Descarte: chama-se descarte, o processo mediante o qual o material bibliográfico, após ser avaliado, é retirado da coleção ativa, seja para ser doado a outras Instituições ou ainda eliminado do acervo, possibilitando a economia de espaço. A Biblioteca adotará para descarte de livros os seguintes critérios:

- a) inadequação: obras cujos conteúdos não interessam à Instituição, as

incorporadas ao acervo anteriormente sem uma seleção prévia ou escritas em línguas pouco acessíveis;

- b) desatualização: este critério se aplica principalmente às obras cujos conteúdos já foram superados por novas edições. Entretanto, para aplicação deste critério, deve-se levar em consideração, principalmente, a área de conhecimento a que se refere a obra;
- c) condições físicas (sujas, infectadas, deterioradas ou rasgadas). Após análise do conteúdo e relevância da obra, esta deverá ser recuperada se for considerada de valor e não disponível no mercado para substituição. Havendo possibilidade de substituição com seu custo inferior à da recuperação do material, será feita a aquisição e o material descartado;
- d) duplicatas: número excessivo de cópias de um mesmo título em relação à demanda.

Para o descarte de periódicos, a Biblioteca adotará os seguintes critérios:

- a) coleções não correntes que não apresentem demanda;
- b) periódicos de divulgação geral ou de interesse temporário;
- c) periódicos recebidos em duplicata;
- d) coleções de periódicos de caráter não científico.

Os critérios para descarte de trabalhos acadêmicos seguirão os mesmos critérios referentes a descarte de livros.

12.10.2. Bibliografia Básica por Unidade Curricular

Na formação da bibliografia básica do curso de Tecnologia em Marketing do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, considerou-se para cada unidade de ensino um mínimo de 3 (três) títulos, sendo que, para cada uma das obras indicadas existe em média um exemplar na biblioteca para até 6 (seis) alunos, os quais estão devidamente atualizados e tombados junto ao acervo patrimonial da IES e devidamente referendado pelo NDE.

12.10.3. Bibliografia Complementar por Unidade Curricular

Na formação da bibliografia complementar do presente curso, considerou-se para cada unidade de ensino um mínimo de 5 (cinco) títulos, o que atende de forma excelente ao programa fixado nos planos de ensino das disciplinas do curso, os quais estão devidamente atualizados e tombados junto ao patrimônio da IES e devidamente referendado pelo NDE.

12.10.4. Biblioteca Virtual

Os alunos dos cursos do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB têm acesso a *E-Livro Educacional Brasil SA*, inscrita no CNPJ nº. 34.878.390/0001-19, com aproximadamente 11 mil títulos, com funções de acessibilidade, tais como: acessibilidade em voz alta (escutar o livro em voz alta), configurando a velocidade, o volume e a voz (idioma) e modo de exibição noturna. O Acervo virtual de livros e periódicos é acessado por alunos e colaboradores por meio de área específica no portal. A biblioteca virtual está disponível também para acesso em qualquer local de interesse do aluno e do professor, com acesso 24 horas/dia.

A *E-Livro Educacional* conta com um acervo completo e funcionalidades exclusivas, com praticidade, flexibilidade e segurança para suas pesquisas, por meio de:

- Tecnologia avançada e dinâmica de busca;
- Conteúdos únicos e exclusivos;
- Atualização constante do acervo;
- Presença global;
- Leitor online (text to speech) em 3 idiomas: Inglês, Português e Espanhol;
- Possibilidade de acesso à leitura modo offline;
- Funcionalidades dinâmicas como: Modo resumo, Citações Compartilhadas, Tradutor, Maps, Youtube e muito mais;
- Plataforma segura e responsiva.

12.10.5. Periódicos Especializados

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB reconhece a importância e a imprescindibilidade dos periódicos especializados na construção do saber, principalmente em atividades ligadas ao ensino e pesquisa, dispensando constante atenção para a continuada expansão do acervo de periódicos da sua Biblioteca. Atualmente, o acervo da Biblioteca conta com títulos indexados na Base EBSCO, entre outros das áreas do conhecimento.

12.11. Salas de Apoio de Informática ou Estrutura Equivalente

O Instituto de Ensino Superior de Bauru – IESB possui 2 (dois) Laboratório de Informática e dispõe de 25 Computadores cada (DELL PROCESSADOR CORE i3, 4GB de memória RAM, HD 500GB, Monitor 19 Polegadas, teclado e mouse DELL, com Sistema Operacional Windows 7 - 64 Bits, Office 2021 – Profissional, acesso à internet), disponíveis para aulas práticas, com softwares específicos e utilização livre para pesquisas, com computadores disponibilizados para atendimentos especiais, além de teclados em Braille e fones de ouvido.

O mundo atual passa por uma revolução tecnológica muito grande levando todos à

busca constante por atualização nesse campo, por isso temos a considerar que todas as possibilidades que a Instituição tiver de inovar e se revestir de uma melhor estrutura tecnológica a ser disponibilizada, será feita, pois hoje, essa abertura de universos e oportunidades de acesso deve ser oferecida a todos os alunos indistintamente.

Recursos de Tecnologias de Informação e Comunicação

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB dispõe atualmente de infraestrutura de Tecnologia da Informação com rede de computadores que interliga equipamentos entre microcomputadores, impressoras entre outros.

A IES conta com uma estrutura própria de acesso à Internet, para uso acadêmico, que opera por fibra óptica, disponível através de computadores ligado à rede cabeada e três pontos de transmissão de rede sem fio, cobrindo todo perímetro da instituição.

Este recurso está disponível internamente aos alunos, tanto para atividades de aula como para atividades extra-aula, oferecendo possibilidades de pesquisa e desenvolvimento de trabalhos.

Para manter este parque tecnológico a Instituição conta com um Departamento de Tecnologia da Informação da mantenedora, auxiliado pelo responsável local. Estes são responsáveis pela manutenção preventiva e corretiva dessa infraestrutura com corpo técnico especializado.

Objetivo: A política de aquisição, atualização e manutenção de equipamentos de Tecnologia da Informação visa garantir aos cursos de graduação e extensão do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB infraestrutura de tecnologia adequada para seu melhor funcionamento.

O programa de atualização do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB oferece acesso à hardwares e softwares disponíveis no mercado. Para atendimento quanto à acessibilidade, os laboratórios de informática são equipados com softwares específicos de leitura de tela, teclados adaptados, fones de ouvido e espaço reservado para cadeirantes.

Laboratório de Informática, Departamentos Acadêmicos e Departamentos Administrativos

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui microcomputadores distribuídos entre os laboratórios de informática, departamentos acadêmicos e departamentos administrativos do Instituto, conta com Datashow.

Periodicamente, são realizadas atividades de manutenção e no caso de defeito em equipamentos, a substituição deste é realizada.

Os critérios de prioridade de atualização dos equipamentos são analisados em duas dimensões: critérios estratégicos para os serviços educacionais da Instituição (passíveis de

deferimento pelo Departamento de Tecnologia da Informação e critérios técnicos).

Os critérios técnicos são identificados pelo tempo de uso do equipamento, uso de recursos de processamento, capacidade de armazenamento, acesso à rede e demanda de manutenções corretivas.

Plano de Ampliação da Internet

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB conta com internet banda larga, distribuída em toda a instituição através de rede cabeada e rede sem fio, contando com bloqueio de websites indesejados através de firewall.

Para melhorar a segurança está em processo de implantação um servidor Proxy e Firewall para monitoramento da Internet que passará a dispor de controle rigoroso e proteção, proporcionando maior segurança e possibilitando uma expansão gradativa da velocidade de conexão sem a troca de equipamentos, bastando a contratação de mais banda com o provedor atual.

Expansão de Hardware e Software

A expansão da infraestrutura de tecnologia deve ser prevista no PDI (Projeto Pedagógico Institucional) do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB. Após aprovação pela direção da Faculdade, a necessidade de expansão deve ser encaminhada ao Departamento de Tecnologia da Informação que, por sua vez, definirá as configurações de hardwares e softwares necessárias, bem como o projeto de implantação, e encaminhará para o Departamento de Compras.

Manutenção Preventiva e Corretiva

O Departamento de Tecnologia da Informação possui uma equipe de técnicos e monitores de laboratórios de informática. Essa equipe é responsável por manter a infraestrutura de Tecnologia da Informação em condições perfeitas de uso, oferecendo serviços de suporte, manutenção preventiva e manutenção corretiva. O Departamento de Tecnologia da Informação planeja e executa um cronograma de manutenção preventiva anualmente em todos os equipamentos de Tecnologia da Informação da Instituição.

As manutenções corretivas são realizadas através das ocorrências identificadas na manutenção preventiva. E também podem ser solicitadas pelos usuários diretamente ao Departamento de Tecnologia da Informação. O suporte e manutenção dos equipamentos obedecem ao seguinte Programa de Manutenção:

- **Manutenção Permanente:** realizada pelo técnico do Instituto. Consiste na verificação diária do funcionamento normal de todos os computadores, antes do início de utilização do Laboratório de Informática;

- **Manutenção Preventiva:** realizada semanalmente no Laboratório de Informática pelo técnico da IES, onde é realizada a verificação das conexões e estado geral dos equipamentos;
- **Manutenção Corretiva (interna):** realizada pelo técnico da IES. Consiste na solução dos problemas detectados na manutenção permanente e preventiva;
- **Manutenção Corretiva (externa):** realizada por empresa de suporte externa. Consiste na solução dos problemas detectados na manutenção permanente e preventiva, não solucionados pela manutenção corretiva interna. Realiza manutenção e/ou troca de componentes. As manutenções externas são realizadas por empresas contratadas pelo Departamento de Tecnologia da Informação.

12.12. Instalações Sanitárias

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB possui espaço adequado para as instalações sanitárias, atendem aos requisitos de dimensão, limpeza, segurança, iluminação, ventilação, acessibilidade, conservação e comodidade, possui gerenciamento da manutenção patrimonial, com normas institucionalizadas.

12.13. Laboratórios Didáticos de Formação

12.13.1. Laboratórios de Informática

Os laboratórios de Informática são utilizados com o objetivo de auxiliar os discentes e docentes no conteúdo das disciplinas relacionadas a informática, administração e marketing, bem como outras de modo geral.

Os laboratórios de Informática servem para integrar os recursos tecnológicos à comunidade acadêmica, objetivando dinamizar o processo de ensino, pesquisa e extensão. São de uso exclusivo dos alunos e professores e seu uso é comum a todos os cursos. Os laboratórios são equipados com softwares apropriados para pesquisa e para o desenvolvimento e visualização da prática exigida pelo curso de Tecnólogo em Marketing, além softwares para acessibilidade.

Nas aulas práticas, as turmas de 50 alunos, são divididas em dois grupos. Cabe ressaltar que o laboratório de informática poderá ser utilizado pela comunidade acadêmica fora do horário previsto para aula. Para viabilizar esta utilização, o Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB mantém os laboratórios em funcionamento das 08h às 22 horas de segunda a sexta-feira e, aos sábados, das 8 às 12 horas, com a supervisão do pessoal de apoio ligado

a TI.

Os equipamentos são atualizados periodicamente. Além disso, a Faculdade realiza pesquisas para a avaliação dos equipamentos lançados no mercado e que melhor atendem às necessidades de sua comunidade acadêmica.

Os softwares disponíveis na IES são atualizados anualmente ou conforme solicitação do corpo docente. A manutenção dos equipamentos e atualização de programas é feita por funcionários da própria da faculdade, qualificados para esse fim.

12.13.2. Laboratório Interdisciplinar

A Pesquisa Operacional é um ramo da Administração e do Marketing que lida com a otimização de processos e sistemas complexos. Em particular, a Pesquisa Operacional (P.O.) lida com o desenvolvimento, melhoria e implementação de sistemas integrados bem como com as ciências matemáticas, físicas e sociais, juntamente com os princípios e métodos de Marketing. Deste modo, o laboratório, por meio das técnicas de P.O., implementa métodos e avalia os resultados obtidos com a implantação de modelos complexos em problemas reais. No Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB o laboratório contém aproximadamente 7 computadores, instalados os softwares para Marketing. Contém 2 mesas redondas para trabalho em grupos e quadro branco.

12.14. Infraestrutura Tecnológica

Os equipamentos de informática e internet são atualizados e em número adequado para a quantidade de usuários. Os terminais são localizados nas bibliotecas, laboratórios, secretarias, sala dos professores, coordenação e setores administrativos.

Os discentes também utilizam para suas atividades e pesquisas os computadores instalados na sala de estudos da Biblioteca e Laboratórios de Informática. Os equipamentos e materiais disponíveis para os discentes são em quantidade suficiente para o desenvolvimento das atividades acadêmicas, compatíveis com a proposta pedagógica de cada curso.

A acessibilidade de rede internet/intranet em velocidade desejável, tendo em vista que o perfil de alunos do Instituto tem seus próprios equipamentos e quando não, podem fazer uso dos equipamentos disponibilizados na IES, é o foco da infraestrutura de informática.

O Instituto dispõe atualmente de infraestrutura de Tecnologia da Informação - TI com rede de comunicação que interliga computadores e impressoras. Essa rede está conectada à Internet banda larga com fibra ótica de 20 Mb de banda dedicada.

A política de aquisição e atualização de hardwares visa atender a demanda. Todas as compras são feitas periodicamente, e são direcionadas através da apuração das

necessidades, com base nas novas tecnologias, e tendências. Sendo que, em alguns casos opta-se pela locação de equipamentos.

A equipe de TI mantém alguns equipamentos em estoque, caso venha a surgir algum tipo de problema. Portanto, a política de manutenção de equipamentos de tecnologia visa garantir aos cursos a infraestrutura de tecnologia adequada para seu melhor funcionamento.

Todos os equipamentos (computadores, impressoras, teclados, mouses, monitores, roteadores, Datashow, etc.) que são usados para o ensino presencial, são revisados mensalmente, através de manutenção preventiva, e substituídos se necessário.

Considerando a oferta de recursos de Ferramentas e Sistemas Operacionais livres, a Faculdade desenvolve política e disseminação do uso de Software Livre em um dos seus laboratórios de Informática, visando aumentar o conhecimento dos alunos, seus benefícios econômicos e os possíveis resultados em um mercado competitivo. Frente a crescente expansão e atualização dos softwares no mercado, a faculdade vem se reciclando a cada surgimento de uma nova funcionalidade ou ferramenta significativa, desde que as mudanças sejam realmente importantes para o aprendizado dos Discentes nas duas modalidades.

Como também, contemplando a área administrativa, de modo que está tenha uma melhor agilidade no atendimento aos Discentes e melhoria no fluxo de trabalho. A Faculdade disponibiliza computadores nos departamentos de atendimento ao Discente, apoio aos Docentes, e apoio/consulta na biblioteca física.

Além disso, o Instituto vem traçando e aprimorando um plano de contingência que objetiva estabelecer procedimentos de comunicação e mobilização para controle e tratamentos de incidentes, com foco na redução de impacto negativo causado por desastres e no restabelecimento dos serviços de Tecnologia da Informação (TI). Em caso de contingências e emergências que possam ocorrer durante as atividades na execução dos serviços de Tecnologia da Informação, o plano de contingência contém os procedimentos de correção e/ou eliminação dos problemas. Para tanto, esse plano deve assegurar que os processos críticos têm seus riscos identificados, avaliados, monitorados e controlado.

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB vem nos últimos anos se dedicando ao atendimento de acesso à tecnologia e informação destinado a atender as pessoas com necessidades especiais. Desta forma, os serviços de tradutor e intérprete da Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS são contemplados na IES pelo acesso a softwares instalados nos computadores disponibilizados para as pessoas com as necessidades de acessibilidade, por meio das novas tecnologias de informação e comunicação, bem como por recursos didáticos para apoiar a **educação de estudantes surdos ou com deficiência auditiva**, em atendimento ao disposto no art. 14, § 1º, inciso VIII do Decreto nº 5.626/2005, conforme apresentados abaixo:

- BRAILLE TRANSLATOR: trata-se de um site simples que converte o texto

digitado em braile;

- BRAILE VIRTUAL: é um curso online, gratuito, baseado em animações gráficas destinados à difusão e ensino do sistema braile a pessoas que enxergam e também aos alunos. O programa braile virtual pode ser salvo e usado fora da internet de forma gratuita;
- DICIONÁRIO DA LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS: disponibilizado pelo acesso ao site (<https://www.ines.gov.br/dicionario-de-libras/>).

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB buscando condições para o desenvolvimento do pleno potencial dos seus alunos, oferece-se para os **estudantes com deficiência visual e/ou cegos**, os softwares instalados nos computadores disponibilizados para as pessoas com as necessidades de acessibilidade, por meio das novas tecnologias de informação e comunicação, descritas abaixo:

- DOSVOX: sistema operacional, permite que pessoas cegas utilizem um microcomputador comum (PC) para desempenhar uma série de tarefas, adquirindo assim um nível alto de independência no estudo e no trabalho;
- MECDaisy: baseado no padrão internacional Daisy - Digital Accessible Information System - a ferramenta brasileira traz sintetizador de voz (narração) e instruções de uso em português. O software permite converter qualquer texto em formato Daisy e, após a conversão, é possível manusear o texto sonoro de maneira semelhante ao texto escrito;
- NVDA: um sintetizador de voz, que é uma ferramenta em forma de hardware ou software que transforma o texto em voz. É um sistema gratuito que possibilita que usuários com deficiência visual possam acessar e interagir com o sistema operacional Windows e vários outros aplicativos;
- Teclado em Braile, com fone de ouvido;
- Biblioteca Digital (*E-Livro*), conta com áudio-book e mudança de tela;
- FreeCad, Scilab, MiniTab: Software livres para Marketing.

Dando continuidade aos serviços de acessibilidade oferecidos pelo Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB, segue abaixo a o programa de atende os **estudantes com deficiências motoras graves**:

- MOTRIX: é um software que permite que pessoas com deficiências motoras graves, possam ter acesso a microcomputadores, permitindo um acesso amplo à escrita, leitura e comunicação, por intermédio da internet. O acionamento do sistema é feito através de comandos que são falados num microfone.

12.15. Infraestrutura de Execução e Suporte

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB conta com um Departamento de Tecnologia da Informação, o qual é responsável pela manutenção preventiva e corretiva de toda a infraestrutura, contando com colaborador especializado para oferecer suporte tanto para os funcionários e docentes como para os discentes.

12.16. Plano de Expansão e Atualização de Equipamentos

Semestralmente são revistas todas as necessidades de atualização tecnológica do parque de equipamentos e softwares do Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB. Estas revisões são baseadas no orçamento corporativo para investimentos. As revisões acontecem nos meses de janeiro e julho, acompanhando o início dos períodos letivos semestrais.

Para fazer frente aos desafios da prestação de serviços de Tecnologia da Informação o Instituto tem, ao longo do tempo, adequado o Plano Gestor da Tecnologia da Informação, que tem como objetivo fornece diretrizes para a organização, alinhando tecnologia e planejamento e alocando de maneira estruturada os recursos orçamentários de infraestrutura tecnológica.

Este plano abrange os seguintes componentes de Tecnologia da Informação:

- Infraestrutura;
- Hardware;
- Softwares acadêmicos;
- Equipamentos de rede;
- Sistemas Operacionais;
- Comunicações;
- Pessoas (responsáveis pelos serviços);
- Processos.

Com seu parque tecnológico atual, atende satisfatoriamente os cursos e demais atividades acadêmicas da instituição.

12.17. Recursos de Tecnologias de Informação e Comunicação

O Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB conta com o sistema TOTVS. Através do sistema é feito o controle de matrículas, cadastro de alunos, evitando a duplicidade de dados e correspondência; emissão personalizada de certificados, declarações, histórico escolar e outros documentos. Com um sistema de gestão escolar pensado especialmente para o setor, permite entre suas funcionalidades:

- Realizar abertura e acompanhamento de processos acadêmicos, controla também, todo o trâmite de solicitações feitas por aluno, professores e outros colaboradores da Instituição;
- Processo Seletivo: permite o gerenciamento de vestibulares e concursos de bolsas de maneira eficiente, disponibilizando a inscrição dos candidatos através da internet. Os candidatos também podem consultar essas informações no módulo e realizar a impressão de protocolo de inscrição e do boleto de pagamento, no caso de processos com taxa de inscrição;
- Professor: O avanço da tecnologia e a facilidade de acesso à internet têm proporcionado às instituições a oportunidade de maximizar a qualidade dos seus serviços, além de proporcionar agilidade em algumas atividades essenciais para o bom andamento da instituição. Disponibiliza um ambiente online para dar apoio aos docentes da instituição durante as suas atividades acadêmicas de lançamento de notas, de frequência e de controle das turmas. Os principais recursos oferecidos por este módulo são: Lançamento de notas; histórico das notas inseridas e alteradas; Visualização das médias dos alunos; Lançamento da frequência das turmas com listas de chamada por dia, por etapa e por mês; Configuração da composição das notas pelo professor.

Emissão de relatórios sobre: situação acadêmica dos alunos, notas lançadas pelo professor e atas de notas enviadas.

- Permite a disponibilização de diversas informações e serviços a professores e alunos, além de serviços diferenciados por meio da Internet, contendo os seguintes recursos disponíveis neste módulo: Quadro de avisos; Boletim de notas e faltas; Ficha de ocorrência; Ficha financeira e impressão de boletos.

13. INFRAESTRUTURA PLANEJADA PARA DEFICIENTES

O prédio está adaptado e preparado para que deficientes não tenham dificuldades de locomoção, sendo que recursos para deficientes visuais e auditivos estão disponíveis na instituição (quando necessário), atendendo ao que determina a legislação específica.

Entre os requisitos exigidos para atender as deficiências físicas estão os seguintes: rampas de acesso, vagas marcadas no estacionamento, adaptação de portas dos banheiros, barras de apoio. As instalações compõem-se de edificações, espaços livres, áreas de esportes e lazer, serviços e apoios, podendo apresentar um bom índice de aproveitamento das dependências nos dois turnos, além de infraestruturas de apoio ao aluno.

Desta forma, o Instituto de Ensino Superior de Bauru - IESB segue o que está disposto na CF/88, Art. 205, 206 e 208, na NBR 9050/2004, da ABNT, na Lei nº 10.098/2000, nos Decretos nº 5.296/2004, nº 6.949/2009, nº 7.611/2011 e na Portaria nº 3.284/2003, assim há condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, conforme Tipologias apresentadas no Quadro 2.

Bauru-SP, 14 de fevereiro de 2023.

PPC aprovado em 14 de fevereiro de 2023 pela Resolução Conselho Superior nº.

03A/2023

Quadro 2 - Em atendimento ao disposto na Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012, temos determinações específicas para as pessoas com deficiência.

Espectro da Acessibilidade	Definições	Práticas e exemplos relacionados à IES	Práticas efetivamente utilizada na IES
Acessibilidade Atitudinal	Refere-se a percepção do outro sem preconceitos, estigmas, estereótipos e discriminações. Todos os demais tipos de acessibilidade estão relacionados a essa, pois é a atitude da pessoa que impulsiona a remoção de barreiras.	Essa acessibilidade pode ser notada quando existe, por parte dos gestores institucionais, o interesse em implementar ações e projetos relacionados à acessibilidade em toda a sua amplitude. A priorização de recursos para essas ações é um indicativo da existência de acessibilidade atitudinal.	<ul style="list-style-type: none"> • NAP (Núcleo de Apoio Psicopedagógico); • Orientações aos familiares dos alunos com deficiência.
Acessibilidade Arquitetônica (também conhecida como física)	Eliminação das barreiras ambientais físicas nas residências, nos edifícios, nos espaços e equipamentos urbanos.	Os exemplos mais comuns de acessibilidade arquitetônica são a presença de rampas, banheiros adaptados, elevadores adaptados, piso tátil, entre outras.	<ul style="list-style-type: none"> • Rampas de acesso; • Piso tátil; • Banheiros adaptados; • Placas impressas em Braille.
Acessibilidade Metodológica (também conhecida como pedagógica)	Ausência de barreiras nas metodologias e técnicas de estudo. Está relacionado diretamente a concepção subjacente a atuação docente: a forma como os professores concebem conhecimento, aprendizagem, avaliação e inclusão educacional irá determinar, ou não, a remoção de barreiras pedagógicas.	É possível notar a acessibilidade metodológica nas salas de aulas quando os professores promovem processos de diversificação curricular, flexibilização do tempo e utilização de recursos para viabilizar a aprendizagem de estudantes com deficiência, como por exemplo: pranchas de comunicação, texto impresso e ampliado, softwares ampliadores de comunicação alternativa, leitores de tela, entre outros recursos.	<ul style="list-style-type: none"> • Impressões ampliadas; • Interprete de libras; • Aplicativo no celular para a comunicação com surdo - <i>Hand Talk</i>; • Softwares específicos para os níveis de deficiência, tais como auditiva, visual e motora, apresentados na Acessibilidade Digital; • Biblioteca Virtual (<i>E-Livro</i>) e o Ambiente Virtual de Aprendizagem, com acessibilidades que viabilizam a aprendizagem.
Acessibilidade nas comunicações	É a acessibilidade que elimina barreiras na comunicação interpessoal (face a face, língua de sinais), escrita (jornal, revista, livro, carta, apostila, etc., incluindo textos	Um dos exemplos de acessibilidade nas comunicações é a presença de interprete na sala de aula em consonância com a Lei de libras e Decreto de Acessibilidade.	<ul style="list-style-type: none"> • Interprete de libras; • Aplicativo no celular para a comunicação com surdo - <i>Hand Talk</i>;

	em braile, uso do computador portátil) e virtual (acessibilidade digital).		<ul style="list-style-type: none"> • Placas de identificação em Braille.
Acessibilidade Programática	Eliminação de barreiras presentes nas políticas públicas (leis, decretos, portarias, normas, regulamentos entre outros).	Ocorre quando a IES promove processos de sensibilização que envolvem a informação, o conhecimento e a aplicação dos dispositivos legais e políticas relacionadas à inclusão e à acessibilidade de estudantes com deficiência na educação superior. Muitas vezes estes estudantes não têm conhecimento de seus direitos e, em razão disso, não vislumbram a possibilidade de acessar a universidade. Essa acessibilidade se expressa, também, toda vez que novas leis, decretos, portarias são criados com o objetivo de fazer avançar os direitos humanos em todos os seus âmbitos.	<ul style="list-style-type: none"> • Palestras que abordam o tema. • Trabalhos desenvolvidos em sala de aula sobre direitos humanos. • Disponibilidade de documentos legais sobre Inclusão.
Acessibilidade Instrumental	Superação das barreiras nos instrumentos, utensílios e ferramentas de estudo (escolar), do trabalho (profissional), de lazer e recreação (comunitária, turística de esportiva).	Esse tipo de acessibilidade envolve todas as demais e sua materialidade reflete a qualidade do processo de inclusão plena do estudante na educação superior.	<ul style="list-style-type: none"> • Interprete de libras; • Traduções em Braille – aplicativo no celular, que traduz automaticamente texto e áudio (<i>Hand Talk</i>).
Acessibilidade nos transportes	Forma de acessibilidade que elimina barreiras não só nos veículos, mas também nos pontos de paradas, incluindo as calçadas, os terminais, as estações e todos os outros equipamentos que compõem as redes de transportes.	Percebe-se aderência da IES a esse tipo de acessibilidade quando existe transporte coletivo à disposição dos estudantes e aqueles com algum tipo de deficiência física ou mobilidade reduzida conseguem fazer uso do mesmo com segurança e autonomia, sem prejuízo para sua locomoção.	<ul style="list-style-type: none"> • Guias rebaixadas das calçadas; • Linha de ônibus adaptados para deficientes.
Acessibilidade Digital	Direito de eliminação de barreiras na disponibilidade de comunicação, de acessos físicos, de equipamentos e programas adequados, de conteúdo e apresentação da informação em formatos alternativos.	Evidencia-se a existência dessa acessibilidade quando a IES possui acervos bibliográficos dos cursos em formato acessível ao estudante com deficiência (prioritariamente os de leitura obrigatória) e utiliza diferentes recursos e ajudas técnicas para que o estudante tenha acesso a informação e ao conhecimento independentemente de sua deficiência.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema DOSVOX (O sistema operacional DOSVOX permite que pessoas cegas utilizem um microcomputador comum (PC) para desempenhar uma série de tarefas, adquirindo assim um nível alto de independência no estudo e no trabalho); • DICIONÁRIO DA LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS, BRAILE

			<p>TRANSLATOR, BRAILE VIRTUAL, instalados nos computadores específicos para a acessibilidade;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca Virtual (<i>E-Livro</i>): Acessibilidade em voz alta (escutar o livro em voz alta, configurando a velocidade, o volume e a voz - idioma); modo de exibição noturna; • <i>Hand Talk</i> tradutor ou similar (Traduz frases e palavras de português, e áudio para Língua Brasileira de Sinais - Libras); • MECDaisy (ferramenta brasileira traz sintetizador de voz-narração e instruções de uso em português); • NVDA (um sintetizador de voz, que é uma ferramenta em forma de hardware ou software que transforma o texto em voz); • MOTRIX (é um software que permite que pessoas com deficiências motoras graves, possam ter acesso a microcomputadores, permitindo um acesso amplo à escrita, leitura e comunicação, por intermédio da internet); • Teclado em Braille com fone de ouvido.
--	--	--	--

Fonte: Referenciais de Acessibilidade na Educação Superior e a Avaliação *in loco* do Sistema Nacional da Avaliação da Educação Superior - SINAES (INEP, 2013).

REFERÊNCIAS

BERBEL, N. A. N. **A problematização e a aprendizagem baseada em problemas**. Interface - Comunicação, Saúde, Educação, v. 2, n. 2, p. 139-154, 1998.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação - Câmara de Educação Superior. Carga Horária Mínima e Procedimentos Relativos à Integralização e Duração dos Cursos de Graduação, Bacharelados, na Modalidade Presencial. **Resolução CNE/CES nº 2, de 18 de junho de 2007**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 19 jun. 2007. Seção I, p. 6. Republicada em 17 set. 2007. Seção 1, p. 23.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação - Câmara de Educação Superior. Procedimentos a serem Adotados Quanto ao Conceito de Hora-Aula, e dá Outras Providências. **Resolução CNE/CES nº 3, de 2 de julho de 2007**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 3 jul. 2007. Seção I, p. 56.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos. **Resolução nº 1, de 30 de maio de 2012**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 31 maio 2012, Seção I, p. 48.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. **Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 22 jun. 2004, Seção I, p. 11.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Educação Ambiental, Institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá Outras Providências. **Decreto Federal nº 4.281, de 25 de junho de 2002**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 26 jun. 2002.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Estabelece Normas Gerais e Critérios Básicos para a Promoção da Acessibilidade das Pessoas Portadoras de Deficiência ou com Mobilidade Reduzida, e dá Outras Providências. **Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 20 dez. 2000.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências. **Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 19 dez 2018, Seção I, p. 49.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista; e altera o § 3º do art. 98 da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990. **Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 28 dez. 2012.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDB. **Lei Federal nº 9.394, 1996**.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Língua Brasileira de Sinais – Libras. **Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005** – Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Diário Oficial da República Federativa

do Brasil, Brasília, DF, 23 dez. 2005. Seção I, p. 28.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Portaria nº 413, de 11 de maio de 2016**, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia no País. Brasília, DF, 2016.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021** - Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Brasília, DF, 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. **Constituição da República Federativa do Brasil 1988**. Supremo Tribunal Federal, Secretaria de Documentação, 2018.

BRASIL. Senado Federal. **Decreto nº 9.656, de 27 de dezembro de 2018** - Altera o Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005, que regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras. Brasília, 27 de dezembro de 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Município de Bauru: população, 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Município de Bauru: índice de desenvolvimento humano - IDHM, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Município de Bauru: educação, 2020.

LIMA, F. B.; FERNANDES, J. D.; SANTOS, R. M. S.; SANTOS, J. O. Uma abordagem sobre a utilização dos mapas conceituais no ensino de biologia. Revista Latino-Americana de Educação, Cultura e Saúde, v. 1, n. 1, p. 1-10, 2017.

LITTO, F. M.; MATTAR, J. Educação aberta online: pesquisar, remixar e compartilhar. São Paulo: Artesanato Educacional, 2017.

MENEZES, E. T. de; SANTOS, T. H. dos. **Verbete IQCD (Índice de Qualificação do Corpo Docente)**. Dicionário Interativo da Educação Brasileira - Educabrazil. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <<http://www.educabrazil.com.br/iqcd-indice-de-qualificacao-do-corpo-docente/>>. Acesso em: 10 de dez. 2021.

PROJETO DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL - PDI, 2022-2026.

SCHENEIDERS, L. A. O método da sala de aula invertida (flipped classroom). Lajeado: Ed. da Univates, 2018.

**EMENTÁRIOS E BIBLIOGRAFIAS DO CURSO DE TECNOLOGIA EM
MARKETING**

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE BAURU - IESB



BIBLIOGRAFIAS (BÁSICAS E COMPLEMENTARES). Do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing -

UNIDADE: IESB

1) Este Relatório da Bibliografia Básica, Bibliografia Complementar e do Acervo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing visa demonstrar a compatibilidade, em todos os componentes curriculares, entre os títulos, número de exemplares e as 100 vagas anuais solicitadas para o curso, na titulos virtuais disponibilizados que estão previstos em contrato firmado entre a IESB e a fornecedora do acervo de conteúdo e informações digitais, discriminando o quantitativo de acessos simultâneos e a validade do documento;
 2) para titulos virtuais, há disponibilidade total ao acervo da bibliografia básica e complementar virtual por 24 horas, em todos os dias da semana (inclusive sábados, domingos e feriados). A comunidade acadêmica poderá acessar em locais externos à Instituição;
 3) o acervo da bibliografia básica e complementar do curso é adequado e está atualizado, considerando as características dos componentes curriculares e conteúdo que serão desenvolvidos. Este NDE considerou a matriz curricular proposta, o perfil do egresso, os planos de ensino e as DCNs específicas para ratificar a adequação dos títulos e exemplares propostos;

4) ainda para acervo virtual constata-se possibilidade de acesso na IESB, a adequação das instalações disponibilizadas, da estrutura informatizada e a acessibilidade em função da provável demanda. Mas os discentes poderão acessar o acervo, também, por meio de seus equipamentos pessoais, utilizando a rede sem fio da Instituição; Ou seja, será possibilitado ou disponibilizado: (a) acesso livre à internet aos discentes, de modo a permitir navegação adequada às atividades e acesso ao acervo; (b) microcomputadores com configuração e softwares que possibilitam acesso aos títulos referenciados;

5) Quanto à gestão do acervo com relação à atualização da quantidade de exemplares e assinaturas, e Plano de Contingência elaborado para garantia do acesso e do serviço; destaca-se que o acervo é foco constante de atenção, para que não fique obsoleto ou deixe de atender aos discentes em termos da qualidade e quantidade dos títulos e em relação ao total de exemplares ou assinaturas. O olhar é estratégico, o mapeamento dos problemas e as decisões sobre as soluções estão fundamentadas em estudos que sustentaram a elaboração do Plano de Contingência.

PERIÓDICOS SUPLEMENTARES E COMPLEMENTARES

A IESB, assina base de dados de periódicos eletrônicos EBSCO, com mais de 22 mil títulos de periódicos científicos, com acesso simultâneo ilimitado, oferecendo o que há de melhor sobre todas as áreas do conhecimento, abrangendo diretamente todos os cursos ofertados. Exemplares e/ou acesso virtual de periódicos especializados, suplementam e complementam o conteúdo que será administrado nos componentes curriculares do curso.

Relação de Periódicos científicos específicos do curso:

Base: EBSCO, E-I-VROS

Disciplina	Semestre	Bibliografia	Acervo	
EMENTA:		História do curso e regulamentação profissional. Código de ética, portarias e resoluções pertinentes ao exercício profissional. Legislação do exercício profissional. Representações da categoria. Mercado de trabalho. Temas atuais relacionados à formação e exercício profissional.		
História e Exercício Profissional	1º	Básica	GABILAN, C. Publicitário nato. 1. ed. Brasil: Bookwire - Editora Jaguaticara, 2016. 47 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/196882 . Acesso em: 15 Mar 2022	Virtual
		Básica	PIMENTA, D. Como ingressar no mercado publicitário. ed. São Paulo: Difusão Editora, 2011. 193 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/174076 . Acesso em: 15 Mar 2022	Virtual
		Básica	SCHULTZ, R. O publicitário legal II: as antigas regras e algumas mudanças ocorridas no direito da publicidade do Brasil. 1. ed. Porto Alegre: Bookwire - Simplissimo, 2014. 414 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/197267 . Acesso em: 15 Mar 2022	Virtual
		Complementar	KUAZAQUI, E. Gestão de carreiras. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126505 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	ROSA, J. A. CARREIRA: planejamento e gestão. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2011. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126393 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	KANT, I. Lições de Ética. 1. ed. São Paulo: Bookwire - Editora Unesp, 2018. 357 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/212872 . Acesso em: 15 Mar 2022	Virtual
		Complementar	GONCALVES, W. V. Mitos e Equívocos da formação profissional. 1. ed. São Paulo: Bookwire - SENAI-SP Editora, 2018. 70 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/191811 . Acesso em: 15 Mar 2022	Virtual
		Complementar	RUBAN, R. Fui promovido! E agora? Como turbinar e acelerar seu autodesenvolvimento profissional. 1. ed. São Paulo: Bookwire - M.Books, 2020. 180 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198196 . Acesso em: 15 Mar 2022	Virtual
EMENTA:		Compreender os conceitos matemáticos básicos e o seu significado prático aplicado às necessidades do curso. Conjuntos numéricos, produtos notáveis. Frações. Razão. Proporção. Porcentagem; Potenciação; Radiciação. Racionalização. Logaritmo e exponencial. Equações do 1º grau com uma variável. Equações do 2º Grau ou Equações Quadráticas. Inequações do 1º Grau. Medidas de comprimento, massa, capacidade e tempo.		
Matemática básica	2º	Básica	RUSSEL, B. Introdução à filosofia matemática. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2020. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/158517 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	SCHEINERMAN, E. R. Matemática discreta: uma introdução. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126702 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	GOMES, F. M. Pré-cálculo: operações, equações, funções e trigonometria. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126872 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	SANTOS, C. M. D. y Zuin, E. D. S. L. Sistemas de equações lineares: entre a história da matemática e a história da educação matemática. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2019. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126842 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	MUROLO, A. C. y Bonetto, G. Matemática Aplicada a Administração, Economia e Contabilidade. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126223 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	SILVA, L. M. O. D. y Machado, M. A. S. Matemática aplicada à administração, economia e contabilidade: funções de uma e mais variáveis. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2014. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126856 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	FERREIRO LÓPEZ, J. R. Ferramentas para as matemáticas. Madrid: Bubok Publishing S.L. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/51301 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
EMENTA:		SANDOVAL JUNIOR, L. Álgebra linear para ciências econômicas contábeis e da administração. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2011. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126960 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual	
Comportamento Humano nas Organizações	1º	Comportamento organizacional e seus fundamentos (estrutura ambiente e mudança organizacional; valores, atitudes, satisfação com o trabalho, tomada de decisão e motivação; grupos X indivíduos, equipes de trabalho, comunicação, liderança, poder, subjetividade e política). Desenvolvimento de habilidades e competências individuais e grupais para exercício profissional. Feedback 360 graus.		
		Básica	GRIFFIN, R. Comportamento organizacional: gestão de pessoas e organizações. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126889 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	VECCHIO, R. P. Comportamento organizacional: conceitos básicos. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126842 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	MARQUES, J. C. Comportamento organizacional. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126916 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	MACHADO, L. A. D. S. Qualidade nas relações interpessoais: o processo participativo para a melhoria do clima organizacional de uma empresa bancária. Rio de Janeiro: Papel Virtual Editora, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65691 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	FREITAS, M. E. D. y Ofenhejm Mascarenhas, A. (Coord.). Cultura organizacional: evolução e crítica. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126856 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	KROHLING, Kunsch, M. M. Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/174068 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	MILTENBERGER, R. G. Modificação do comportamento: teoria e prática. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126793 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
EMENTA:		LUZ, R. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/172274 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual	
Cenários Econômicos	1º	Conceitos de economia. Demanda. Oferta. Estruturas de mercado. Planejamento, técnicas e análises das empresas frente aos cenários econômicos. Retrospecto e análise da dinâmica da economia mundial contemporânea, evolução dos ciclos econômicos, perspectivas econômicas globais e contexto geopolítico. Tendências do ambiente empresarial.		
		Básica	MANKIW, N. G. Introdução à Economia. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2014. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126130 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	NOGAMI, O. y Martins Passos, C. R. Princípios de economia. 7. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126636 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	MCGUIGAN, J. R. Moyer, R. C. y Harris, F. H. Economia de empresas: aplicações, estratégia e táticas. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126674 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	MANKIW, N. G. Princípios de microeconomia. 4. ed. Cengage Learning Edições Ltda. 2021. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/187539 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	NICHOLSON, W. y Snyder, C. Teoria microeconômica: princípios básicos e aplicações. Cengage Learning Edições Ltda. 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126814 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	HALL, R. E. y Lieberman, M. Microeconomia. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2003. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126848 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
EMENTA:		MANKIW, N. G. Princípios de macroeconomia. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2014. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126433 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual	
EMENTA:		HALL, R. E. y Lieberman, M. Macroeconomia: princípios e aplicações. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2003. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126850 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual	

EMENTA:		Leitura crítica e interpretativa. Elaboração de textos, permeados pela clareza, intencionalidade, coesão e coerência. Conceito de comunicação. Elementos da comunicação: linguagem, língua e fala. Níveis da linguagem. Funções da linguagem. Níveis de leitura, estratégias de leitura, dificuldades de leitura e segmentação textual. Coesão e coerência. A organização do pensamento: objetividade e clareza de ideias. Produção textual: o texto, estrutura do texto, parágrafo e paráfrase. Textos narrativos, descritivos e dissertativos. Novo acordo ortográfico.		
Linguagem e interpretação de Texto	1º	Básica	NETTO, D. F. Produção Textual: Formulando e Reformulando Práticas de Sala de Aula. Jundiaí: Paco Editorial, 2017. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/119091 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	MORETTO, M. A. Produção de Textos em Sala de Aula: Momento de Interação e Diálogo. Jundiaí: Paco Editorial, 2013. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118771 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	RIOLFI, C. Rocha, A. y Canadas, M. A. Ensino de Língua Portuguesa. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2008. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/125969 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	NEVES, M. H. D. M. Guia de uso do português: confrontando regras e usos. 2. ed. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/174957 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	MARCHIORI, M. Linguagem e discurso. São Paulo: Difusão Editora, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/173719 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	EGGER, MOELLWALD, I. Comunicação corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. Disponível em: 2011. p. https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126773 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	OLIVEIRA, J. P. M. D. Como Escrever Textos Técnicos. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126007 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
Complementar	BUSUTH, Ferreira, M. Redação técnica empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2004. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/172338 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual		
EMENTA:		Compreender e identificar os recursos de tecnologia da informação em relação às necessidades organizacionais; identificar a importância da integridade dos dados da empresa; e reconhecer o ganho de eficácia com o uso e o dimensionamento correto dos recursos de tecnologia da informação. Processamento de dados e tecnologia da informação; contexto organizacional e a informática; infraestrutura da tecnologia da informação; conceito de hardware e software; gerenciamento de banco de dados; software aplicativo – editor de texto e apresentações eletrônicas; software aplicativo – planilhas eletrônicas.		
Introdução a informática	1º	Básica	SIPSER, M. Introdução à teoria da computação. Cengage Learning Edições Ltda. 2007. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126876 . Acesso em: 03 jun. 2021.	Virtual
		Básica	REQUENA PELAEZ, J. M. Informática básica. Editorial ICB, 2013. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/117747 . Acesso em: 02 jul. 2021.	Virtual
		Básica	GARCIA-CUEVA, Roque E. Principios básicos de informática, 2007. Disponível em: Dykinson. https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/35699 . Acesso em: 14 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	CALLEJAS, Elizondo R. A. Informática 2. Grupo Editorial Patria, 2015. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/39507 . Acesso em: 04 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	GUEVARA, Hoyos A. J. D. y Marco Rosini, A. Tecnologías Emergentes. Cengage Learning Edições Ltda. 2008. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/125966 . Acesso em: 09 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	VERAS, M. Computação em Nuvem. Brasport Livros e Multimídia Ltda. 2015. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/174849 . Acesso em: 03 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	VASCONCELOS, Santillán, J. Informática 1. Grupo Editorial Patria, 2015. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/39508 . Acesso em: 09 jul. 2021.	Virtual
Complementar	VELLOSO, Fernando de Castro. Informática: conceitos básicos. São Paulo: Elsevier, 2014. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/mform%3%A1tica_Conceitos_B%C3%A1sicos/yFcaBQAAQBAI?hl-pt-BR&gbpv=0 . Acesso em: 07 jul. 2021.	Virtual		
EMENTA:		Introdução à Teoria Geral da Administração: o que é o seu papel. Antecedentes e influenciadores do pensamento administrativo. Escola Clássica de Administração e o movimento da Administração Científica. Escola de Relações Humanas. Teorias sobre Motivação. Processos decisórios nas organizações e o modelo de racionalidade limitada. Teoria da Burocracia e Abordagem Estruturalista.		
Teorias de Administração	2º	Básica	WILLIAMS, C. ADM: Princípios de administração. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2017. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126808 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	AUGUSTO, R. (Coord.) y Leal, A. G. (Coord.). Administração e o foco: tópicos relevantes para gestores e empreendedores. Jundiaí: Paco Editorial, 2014. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118782 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	RODRIGUES, T. K. D. A. y Boas, A. A. V. Ferramentas de gestão nas microempresas brasileiras. Paco Editorial, 2013. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/117416 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	CHU, R. A. Modelo contemporâneo da gestão à brasileira. Cengage Learning Edições Ltda. 2010. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126947 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	DAFT, R. L. Administração. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2017. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126673 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	VERN, Lewton Burity. Dicas Rápidas Para O Administrador Eficaz. São Paulo: Lewton Burity Vern, 2009. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Dicas_R%C3%A1pidas_Para_O_Administrador_Eficaz/wLJBQAAQBAI?hl-pt-BR&gbpv=1 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	BUSCHBAUM, P. y Buchsbaum, M. Negócios S/A: administração na prática. Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126753 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
Complementar	BRUE, S. L. y Grant, R. R. História do pensamento econômico. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126751 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual		
EMENTA:		Análise de Dados. Distribuição de Frequência. Descrição de Dados. Probabilidades. Regressão e Correlação. Séries Temporais. Representação Gráfica. Números índices. Teoria da Amostragem. Testes de Hipóteses.		
Probabilidades e Estatística	2º	Básica	WILLIAMS, T. A. Sweeney, D. J. y Anderson, D. R. Estatística aplicada a administração e economia (Sa. ed.). Cengage Learning Edições Ltda. 2021. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/187538 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	Vieira, S. Estatística básica. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126758 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	CASELLA, G. y Berger, R. L. Inferência estatística. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2010. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126780 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	CRUZ, J. R. y Diniz, I. C. Probabilidade: exercícios comentados. Volume 1. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2017. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/160464 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	CRUZ, J. R. y Diniz, I. C. Probabilidade: exercícios comentados. Volume 2. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2019. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/160487 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	LIMA, C. N. D. Uma introdução aos fatoriais fracionários. Jundiaí: Paco Editorial, 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/108120 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	BARROS, M. Probabilidade: um curso introdutório - primeira edição revista e atualizada - março de 2001. Rio de Janeiro: Papel Virtual Editora, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65935 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
Complementar	REZENDE, J. D. Estatística aplicada a finanças. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2013. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/172326 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual		
EMENTA:		O papel do marketing na empresa. Gestão e desenvolvimento de produtos, serviços e da inovação. Estratégias baseadas em produto, preço, ponto de venda e promoção. Administração de vendas e venda pessoal. Gestão estratégica de distribuição. Comunicação integrada.		
Gestão de Marketing	2º	Básica	BOONE, L. E. y Kurtz, D. L. Marketing Contemporâneo. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126828 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	CZINKOTA, M. R. Marketing internacional. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2008. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126853 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	CHURCHILL, G. A. Brown, T. J. y Suter, T. A. Pesquisa Básica de Marketing. Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126216 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	KUAZAGUI, E. Marketing e suas aplicações. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126919 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	ZIKMUND, W. G. y Babir, B. J. Princípios da Pesquisa de Marketing. Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126221 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	PRIDE, W. M. y Ferrel, O. C. Fundamentos de marketing: conceitos e práticas. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126640 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	HUTT, M. D. y Speh, T. W. B2B: gestão de marketing em mercados industriais e organizacionais. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2010. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126771 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
Complementar	REEDY, J. Marketing eletrônico: integrando recursos eletrônicos no processo de marketing. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. Disponível em: 2007. p. https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126849 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual		
EMENTA:		Conceitos básicos. Juros Simples e Compostos. Capitalização e Descontos. Séries de Pagamento. Correção Monetária e Inflação. Sistemas de Amortização. Análise de Investimentos. Utilização de Calculadora Financeira (HP12C).		
Matemática Financeira	2º	Básica	MUROLO, A. C. Matemática Aplicada a Administração, Economia e Contabilidade. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126223 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	CASTELO BRANCO, A. C. Matemática financeira aplicada: método algébrico, HP-12C Microsoft Excel. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126939 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Básica	BOULLOSA, Torrecilla A. Matemática financeira. Santa Clara: Editorial Feijóo, 2017. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/71685 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	LEITE, A. Aplicações da matemática: administração, economia e ciências contábeis. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126938 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	LORENZATO, S. Para aprender matemáticas. Campinas, São Paulo: Editora Autores Associados Ltda. 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/174583 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	ARANZABAL, Mine J. Matemática financeira. Madrid, etc: McGraw-Hill España, 2005. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/50297 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	SILVA, A. C. D. Matemática financeira para administração, economia, contábeis, turismo e concursos públicos. Rio de Janeiro: Publit Soluções Editoriais, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65751 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
Complementar	SILVA, L. M. O. D. Matemática aplicada à administração, economia e contabilidade: funções de uma e mais variáveis. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2014. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/12678 .	Virtual		

EMENTA:		Conhecimento científico: conceito de ciência. A evolução da ciência. Tipos de conhecimento. Produção de conhecimento: seminário. Métodos de pesquisa. Formas de comunicação. Noções de texto, resumo, resenha crítica. Artigo de opinião. Artigo científico. Relatório técnico-científico. Monografia.		
Metodologia do Trabalho Acadêmico	R	Básica	SANTOS, J. A. y Parra Filho, D. Metodologia científica. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126014 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	APPOLINÁRIO, F. Metodologia científica. Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126504 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	BERTOLINI, S. M. M. G. Pesquisa Científica: Do Planejamento à Divulgação. Jundiaí: Paco Editorial, 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/119074 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	Nascimento, L. P. D. Elaboração de projetos de pesquisa: monografia, dissertação, tese e estudo de caso, com base em metodologia científica. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126764 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	SENNA, L. A. G. Orientações para elaboração de projetos acadêmicos de pesquisa-ação em educação. Rio de Janeiro: Papel Virtual Editora, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65719 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	RUBNER, M. M. Guia para Elaboração de Monografias e Projetos de Dissertação de Mestrado e Doutorado. Cengage Learning Edições Ltda. 2011. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126244 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MOREIRA, M. A. Metodologias de pesquisa em ensino. Editora Livraria da Física, 2011. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/158476 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MACEDO, B. Cultura científica: um direito de todos. Rio de Janeiro: Edições UNESCO Brasil, 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/69598 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
EMENTA:		Bases históricas da construção dos direitos civis, políticos e sociais no Brasil. A formação e a construção da cidadania. Inclusão e exclusão social. Análise dos processos de responsabilidade socioambiental, inclusão social e sustentabilidade. Ética e a sua relação com a inclusão social. O uso das ferramentas do planejamento e do sistema de informação como bases para a construção e avaliação de projetos sociais e ambientais. A Declaração Universal dos Direitos do Homem. Os direitos da criança e do adolescente. Direitos da mulher. Direitos Humanos. Direitos das minorias.		
Ética, Cidadania e Inclusão Social	R	Básica	OLIVEIRA, A. F. D. (Coord.) y Magalhães, A. D. P. (Coord.). Filosofia e ética: abordagens em tecnologia, ambiente e sociedade. Jundiaí: Paco Editorial, 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/108159 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	BURSZTYN, M. Ciência, Ética e Sustentabilidade: Desafios ao Novo Século. Brasília: UNESCO Brasil, 2003. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/104687 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	PEREIRA, J. A. Ética, Fenomenologia e Gestão do Conhecimento nas Organizações. Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118919 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	BLANCO, L. A. Ética Integral. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2013. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/69262 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MANICA, L. E. y Calman, G. Inclusão das pessoas com deficiência na educação profissional e no trabalho. Paco Editorial, 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/108175 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
		Complementar	VARELA, G. Fregoso. Ética. México: Instituto Politécnico Nacional, 2010. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/74754 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	VALENANI, C. B. Inclusão no Ensino Superior: especificidades da prática docente com estudantes surdos. Universidade Casias do Sul, 2012. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/171387 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	BATALIOTTI, S. E. Profissionalização de pessoas com deficiência no contexto atual I. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126749 . Acesso em: 01 jul. 2021.	Virtual
EMENTA:		Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing. Elaboração de cenários, diagnóstico e controle, necessários para o planejamento estratégico da organização. Apresenta diversas tendências esperadas nos usos de seus instrumentos e práticas. Planejamento estratégico corporativo, unidades de negócios. Natureza e conteúdo de um plano de marketing.		
Planejamento Estratégico de Marketing	R	Básica	RIES, A. ; TROUT, J. Marketing de guerra: edição histórica - 20 anos. 1. ed. São Paulo: Bookwire - M.Books, 2020. 238 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198198 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	VALLET BELLMUNT, A. ; VALLET BELLMUNT, I. Principios de marketing estratégico. ed. Castelló de la Plana: D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2016. 200 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/5178	Virtual
		Básica	MARÍN SÁNCHEZ, C. E. ; PÉREZ CABAÑERO, C. Fundamentos de marketing estratégico. ed. Las Rozas (Madrid): Delta Publicaciones, 2008. 181 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/170129 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	CANALICHO, P. Smart Marketing: análisis estratégicos en entornos complejos. ed. Buenos Aires: LID Editorial Empresarial, 2021. 265 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/199884 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	CARRÍO FIORE, J. Marketing estratégico: referencia a productos industriales. ed. Barcelona: Marcombo, 2009. 134 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/45875 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	ORERO-BLAT, M. REY MARTÍ, A. ; PALACIOS MARQUÉS, D. Un enfoque práctico del marketing estratégico, operativo y digital. 1. ed. [S. l.] : Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia, 2021. 133 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198198 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	HORTMANN, C. D. O. Inteligência Artificial no Mercado de Trabalho: ideias para a prevenção de impactos e implementação de políticas públicas. 1. ed. Brasil: Bookwire - Editora Dialética, 2020. 152 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/172282 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	RODRIGUEZ, M. V. Gestão do conhecimento e inovação nas empresas. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2013. 432 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/172282 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
Complementar	MARTINS, M. A. P. Gestão Educacional: planejamento estratégico e marketing. ed. Rio de Janeiro: Brasport Livros e Multimídia Ltda. 2007. 180 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/175580 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual		
EMENTA:		Fundamentos de marketing. Análise qualitativa e quantitativa do mercado consumidor. Estudo do composto mercadológico.		
Gestão da Informação e Inteligência de Mercado	R	Básica	HORTMANN, C. D. O. Inteligência Artificial no Mercado de Trabalho: ideias para a prevenção de impactos e implementação de políticas públicas. 1. ed. Brasil: Bookwire - Editora Dialética, 2020. 152 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/172282 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	AVENDAÑO CÁRDENAS, E. HENAO PÉREZ, A. A. ; PUENTE PACHECO, M. A. D. L. Inteligência de mercados: una visión integral e interdisciplinaria para la internacionalización de las pymes. 1. ed. Barranquillo, Colombia: Universidad del Norte, 2019. 133 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/179078 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	FERNANDES SOUTO, L. [Org.]. Gestão da informação e do conhecimento: práticas e reflexões. ed. Rio de Janeiro: Editora Interciência, 2013. 314 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/179078 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	AUTORES, V. Gestão da segurança da informação em uma microempresa. RECIMA 21, 2 (6), 441. Jundiaí, SP, v. n. 12 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/185566 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	ANGELONI, M. T. Gestao Do Conhecimento No Brasil. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2008. 216 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/172277 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	RODRIGUEZ, M. V. Gestão do conhecimento e inovação nas empresas. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2013. 432 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/172282 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	BORGES, M. E. N. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. ed. Brasília DF (Brasil): IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2004. 9 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198188 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	GÁLVEZ, Á. E-market: revista de inteligencia de mercados (1). ed. Lima: B - PROMPERU, 2011. 22 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/82816 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
EMENTA:		Pesquisa em marketing. Tipos de Pesquisa: Quantitativas e Qualitativas. Elaboração de projeto de pesquisa. Formas de coleta de dados. Amostragem: tamanho e processo. Elaboração de instrumentos de coleta de dados. Análise de dados. Apresentação dos Resultados.		
Pesquisa de Marketing	R	Básica	KUAZAQUI, E. Marketing e suas aplicações. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. 104 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126919 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Básica	FARIA, I. S. D. ; FARIA, M. D. Pesquisa de marketing: teoria e prática. 1. ed. São Paulo: Bookwire - M.Books, 2021. 176 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198206 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	CHURCHILL, G. A. BROWN, T. J. ; SUTER, T. A. Pesquisa Básica de Marketing. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. 508 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126216 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	RIES, A. ; TROUT, J. Marketing de guerra: edição histórica - 20 anos. 1. ed. São Paulo: Bookwire - M.Books, 2020. 238 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198198 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	JUNIOR, E. D. Administração de marketing: os caminhos e desafios do profissional. 1. ed. Londrina: Bookwire - EDUEL, 2013. 165 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/195792 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	KOLKO, J. Do design thinking ao design doing: como usar a empatia para criar produtos que as pessoas amam. 1. ed. São Paulo: Bookwire - M.Books, 2018. 208 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198188 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	MESA HOLGUÍN, M. Fundamentos de marketing. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2012. 289 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/69209 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	PIMENTA, D. Como ingressar no mercado publicitário. ed. São Paulo: Difusão Editora, 2011. 193 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/174076 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
EMENTA:		Comportamento do consumidor na área de marketing - ligação teórica. Conceito de comportamento do consumidor e evolução dos paradigmas organizacionais (visão qualitativa e quantitativa). Segmentação de mercado. Modelo de comportamento do consumidor. Motivações do consumidor. Os fatores que influenciam o comportamento do consumidor. O processo de decisão de compra. O envolvimento e a experiência de compra do consumidor. Variáveis do comportamento do consumidor: satisfação, intenção, inovação, preço, atitude dentre outras. O comportamento do consumidor nos setores econômicos como na indústria de transformação, no varejo físico, varejo online, dentre outros setores: comércio eletrônico. Pesquisas sobre o comportamento do consumidor.		
Comportamento do Consumidor	R	Básica	TOLENTINO, R. D. S. D. S. ; FILHO, C. G. O Poder da Ética nas Marcas, Como o Comportamento Ético da Empresa influencia no Relacionamento com o Consumidor. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2020. 74 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/118836 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	SILVA, H. R. D. Comportamento do Consumidor de Produtos Verdes ou Ecológicos. ed. Jundiaí: Bookwire - Paco e Littera, 2018. 154 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/118836 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	COUTINHO, D. A. O Consumidor e modulação algorítmica de comportamento: a influência da Inteligência Artificial por meio de algoritmos no poder decisório do consumidor. 1. ed. Belo Horizonte: Bookwire - Editora Dialética, 2020. 183 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/118836 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	BRIDGER, D. ; DA SERRA, A. C. (Trad.). Neuromarketing: Como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. 1. ed. São Paulo: Bookwire - Autêntica Business, 2018. 313 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/118836 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	FERIGATO, E. ; SOUZA, S. M. N. L. D. Fatores psicológicos que interferem no comportamento de compra do consumidor, através do estudo da Teoria Motivacional de Maslow. RECIMA 21, 3 (2), 1193. [S. l.], v. n. 24 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/33480 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	BAENA GRACIÁ, V. Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial. ed. Barcelona: Editorial UOC, 2011. 211 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/33480 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	SEGUNDO, W. A. Sociedade de Consumidores e a Perversão do Animal Laborans: uma análise de Hannah Arendt sobre nossos tempos sombrios. 1. ed. [S. l.]: Bookwire - Editora Dialética, 2021. 183 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/33480 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	SILVA, A. C. S. L. D. O Neuromarketing e a Hipervulnerabilidade dos Consumidores: proteção constitucional, legal e autorregulamentar no Brasil. 1. ed. Belo Horizonte: Bookwire - Editora Dialética, 2020. 91 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/33480 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
EMENTA:		Reflexões sobre os aspectos caracterizadores da formação cultural brasileira: história e memória dos povos afro-brasileiros e indígenas. As diversidades culturais delineadas através das singularidades nas línguas, nas religiões, nos símbolos, nas artes e nas literaturas.		

História e Cultura Afro-Brasileira	B	Básica	PIMENTEL, C. S. Memória Brasileira em África: Da Convivência à Narrativa Ficcional em Comunidades Afro-Brasileiras. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118996 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	BRITO, E. J. D. C. Leituras Afro-Brasileiras. Volume 1: Resignificações Afrodiaspóricas Diante da Condição Escravizada no Brasil. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118984 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	BRITO, E. J. D. C. Leituras afro-brasileiras. Volume 2: Contribuições Afrodiaspóricas e a Formação da Sociedade Brasileira. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118985 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	DOS SANTOS, S. A. Educação: um pensamento negro contemporâneo. Paco Editorial, 2014. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/120466 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	SILVA, A. D. A. Representações e marcadores territoriais dos povos indígenas do corredor etnoambiental Tupi mundi. Jundiaí: Paco Editorial, 2019. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/119102 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	VIGEVANI, T.; LIMA, T. Diversidade étnica, conflitos regionais e direitos humanos. Fundação Editora UNESP. 2008. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/174961 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	SANGLALLI, A. Teóka Ka aguy: Diálogos Entre Saberes Guarani e Kaowá e o Ensino de Ciências da Natureza. Jundiaí: Paco Editorial, 2017. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/119127 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
Complementar	CAMPO A. A. L. Dicionário básico de antropologia. Quito: Ediciones Abya-Yala, 2013. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/79954 . Acesso em: 20 abr. 2022.	Virtual		
EMENTA:		Princípios e conceitos fundamentais de meio ambiente e sustentabilidade. Impacto ambiental e suas implicações para a sociedade e as organizações. O quadro socioambiental global, regional e local. Responsabilidade social e ambiental no meio empresarial. Tecnologias para o desenvolvimento sustentável: ciclo de vida dos produtos, produção limpa, eficiência energética. Agenda 21 e Carta da Terra.		
Meio ambiente e sustentabilidade	B	Básica	MADARASZ, N. R. Calgaro, C. y Veiga, I. S. Sociedade e ambiente: direito e estado de exceção. Universidade Caxias do Sul, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175474 . Acesso em: 08 ago. 2022.	Virtual
		Básica	ARNOLD, C. D. M. Borilo, G. O. y Pereira, A. O. K. Meio ambiente, novos direitos e a sociedade de consumo. Universidade Caxias do Sul, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175481 . Acesso em: 08 ago. 2022.	Virtual
		Básica	ROGERIO JÚNIOR, T. Educação, meio ambiente e saúde, volume 3: escritos científicos do extremo sul do Piauí. Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112015 . Acesso em: 08 ago. 2022.	Virtual
		Complementar	OLIVEIRO, E. M. D. Temática ambiental, Educação ambiental e ensino: dos limites da lógica formal à necessidade da dialética. Jundiaí: Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112015 . Acesso em: 08 ago. 2022.	Virtual
		Complementar	PERING, E. Integração e meio ambiente no mercosul. Rio de Janeiro: Publitz Soluções Editoriais, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65808 . Acesso em: 2021.	Virtual
		Complementar	CALGARO, C. y Koppe Pereira, H. Consumo, democracia e meio ambiente: os reflexos socioambientais. Universidade Caxias do Sul, 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/171481 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MILLER, G. T. Ciência ambiental. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126887 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
Complementar	MACHADO, V. Diálogos interprofissionais sobre ambiente e sustentabilidade. Universidade Caxias do Sul, 2019. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175487 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual		
EMENTA:		Conceito de canal de marketing. Tipos de intermediários. Fluxos de canal. Desenho de canal. Gestão de canal. Conflitos de canal. Ações comerciais direcionadas aos canais. Canais de distribuição. Características e funções. Estratégias de canais de distribuição. Trade Marketing. Modelos de atuação entre fabricantes e pontos de vendas. O conceito de marketing aplicado aos canais de vendas. A importância de Trade Marketing para as organizações. Medidas para avaliação da logística de Marketing e disponibilidade de produtos.		
Gestão de Canais de Marketing	B	Básica	JUNIOR, E. D. Administração de marketing: os caminhos e desafios do profissional. 1. ed. Londrina: Bookwire - EDUEL, 2013. 165 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/195792 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Básica	SCHNARCH KIRBERG, A. Marketing para empreendedores. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2010. 163 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/69144 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Básica	MONFERRER TIRADO, D. Fundamentos de marketing. ed. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2013. 176 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/51743 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	NOSÉ JUNIOR, A. Marketing internacional. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2004. 351 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/125974 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	KUAZAGUI, E. Marketing e suas aplicações. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. 104 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126919 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	CHURCHILL, G. A. BROWN, T. J. ; SUTER, T. A. Pesquisa Básica de Marketing. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. 508 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126216 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	MARIN SÁNCHEZ, C. E. ; PEREZ CABAÑERO, C. Fundamentos de marketing estratégico. ed. Las Rozas (Madrid): Delta Publicaciones, 2008. 181 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/170129 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
Complementar	PRIDE, W. M. ; FERRELL, O. C. Fundamentos de marketing: conceitos e práticas. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. 658 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126640 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual		
EMENTA:		Evolução da Produção de Bens e Serviços. Excelência em Serviços. Empresas de Manufatura e de Serviços. Gestão de Custos e Eficiência dos Serviços. Tipos de Organizações e Principais Funções. Planejamento Estratégico da Gestão de Serviços. Conceitos de Bens e Serviços. Funções Gerenciais na Produção e Operação. Técnicas e Mandamentos para um Bom Atendimento aos Clientes. 5S – Filosofia japonesa. Gerenciamento da Rotina do dia-a-dia. Just in Time. Gurus da Qualidade. Gestão da Qualidade Total. Gestão da Qualidade em Serviços. Indicadores de Desempenho Atual. Administração de Filas. Oito Princípios da Espera. Administrando Clientes. Falhas de Serviços e Estratégias de Recuperação. Simulação para análise das filas. Gestão com Pessoas e Crescimento do ser Humano em Serviços.		
Gestão de Produtos e Serviços	B	Básica	DAMASCENO, R. K. ; AVALCA, A. K. Gestão de custos e preços para produtos e serviços. 1. ed. Brasil: Bookwire - AS Sistemas, 2015. 85 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/205950 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	PIRAN, F. S. LACERDA, D. P. ; CAMARGO, L. F. R. Análise e gestão da eficiência: Aplicação em sistemas produtivos de bens e serviços. 1. ed. [S. l.] : Bookwire - Folio Digital, 2021. 304 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/208129 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	JANSEN, M. G. Gestão de produtos sob o enfoque do marketing. 1. ed. Porto Alegre: Bookwire - Simplíssimo, 2015. 69 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198650 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	MERWE, R. V. D. Do jeito certo: gestão de produtos no mundo das startups. 1. ed. Brasil: Bookwire - Casa do Código, 2017. 173 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/204029 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	GILMORE, A. Services Marketing and Management. ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications Ltd. 2003. 221 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/130955 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	TOEROE, M. (II.) ; TAM, F. (II). Service Availability: Principles and Practice. ed. [S. l.] : Wiley, 2012. 485 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/185859 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	GOULART, E. R. Marketing sem cera: o sucesso no marketing de serviços. 1. ed. lugar no identificado: Bookwire - Simplíssimo, 2015. 206 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/195258 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
Complementar	KAYNAK, E. (II). Service Industries in Developing Countries. ed. Totowa, NJ: Taylor & Francis Group, 2013. 125 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/143470 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual		
EMENTA:		Branding. Conceitos e fundamentos da gestão de marcas. Gerenciamento estratégico de marcas. Identidade de marca. Brand equity. Posicionamento estratégico e marcas corporativas. Comunicação e Construção de marcas. Relações Públicas e Branding.		
Gestão e Identidade de Marcas	B	Básica	TOLENTINO, R. D. S. ; FILHO, C. G. O Poder da Ética nas Marcas, Como o Comportamento Ético da Empresa influencia no Relacionamento com o Consumidor. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2020. 74 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/197141 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	SATO, S. K. Signos da mobilidade: marcas e consumo na cultura digital. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2017. 291 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/197141 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Básica	KOLKO, J. Do design thinking ao design doing: como usar a empatia para criar produtos que as pessoas amam. 1. ed. São Paulo: Bookwire - M.Books, 2018. 208 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/198188 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	NUNES, P. D. S. Consumidora Consumida: A Mulher em Anúncios de Outdoors. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2021. 113 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/193960 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	PIMENTA, D. Como ingressar no mercado publicitário. ed. São Paulo: Difusão Editora, 2011. 193 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/174076 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	MEDINA AGUIERREBERE, P. Marca y comunicación empresarial. ed. Barcelona: Editorial UOC, 2014. 107 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/33477 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
		Complementar	PINHEIRO BASAN, A. Publicidade digital e proteção de dados pessoais: o direito ao sossego. 1. ed. Indaiatuba, SP: Bookwire - Editora Foco, 2021. 265 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/187151 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual
Complementar	MARTINS, T. G. A Publicidade Comparitável Explicada. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2019. 138 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/uniesp/titulos/192878 . Acesso em: 14 Mar 2022	Virtual		
EMENTA:		Apresentação de métodos, modelos, estruturas, necessários ao desenvolvimento do planejamento de marketing. Introdução à Pesquisa de Marketing. Etapas do Processo de Pesquisa de Marketing. Internet e a comunicação integrada de marketing. A aplicação de tecnologia de CRM.		
Tópicos Especiais em Marketing	B	Básica	JUNIOR, E. D. Administração de marketing: os caminhos e desafios do profissional. 1. ed. Londrina: Bookwire - EDUEL, 2013. 165 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/195792 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Básica	SCHNARCH KIRBERG, A. Marketing para empreendedores. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2010. 163 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/69144 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Básica	MONFERRER TIRADO, D. Fundamentos de marketing. ed. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2013. 176 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/51743 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	NOSÉ JUNIOR, A. Marketing internacional. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2004. 351 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/125974 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	KUAZAGUI, E. Marketing e suas aplicações. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2016. 104 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126919 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	CHURCHILL, G. A. BROWN, T. J. ; SUTER, T. A. Pesquisa Básica de Marketing. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2012. 508 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126216 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
		Complementar	MARIN SÁNCHEZ, C. E. ; PEREZ CABAÑERO, C. Fundamentos de marketing estratégico. ed. Las Rozas (Madrid): Delta Publicaciones, 2008. 181 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/170129 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual
Complementar	PRIDE, W. M. ; FERRELL, O. C. Fundamentos de marketing: conceitos e práticas. ed. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. 658 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126640 . Acesso em: 18 maio. 2022.	Virtual		
EMENTA:		Princípios e conceitos fundamentais de meio ambiente e sustentabilidade. Impacto ambiental e suas implicações para a sociedade e as organizações. O quadro socioambiental global, regional e local. Responsabilidade social e ambiental no meio empresarial. Tecnologias para o desenvolvimento sustentável: ciclo de vida dos produtos, produção limpa, eficiência energética. Agenda 21 e Carta da Terra.		
		Básica	MADARASZ, N. R. Calgaro, C. y Veiga, I. S. Sociedade e ambiente: direito e estado de exceção. Universidade Caxias do Sul, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175474 . Acesso em: 08 ago. 2022.	Virtual

Empreendedorismo e Responsabilidade Social	4º	Básica	ARNOLD, C. D. M. Borile, G. O. y Pereira, A. O. K. Meio ambiente, novos direitos e a sociedade de consumo. Universidade Caxias do Sul, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175481 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	ROGÉRIO JÚNIOR, T. Educação, meio ambiente e saúde, volume 3: escritos científicos do extremo sul do Piauí. Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112015 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	OLIVEIRO, E. M. D. Temática ambiental, Educação ambiental e ensino: dos limites da lógica formal à necessidade da dialética. Jundiaí: Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112018 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	PERING, E. Integração e meio ambiente no mercosul. Rio de Janeiro: Publitt Soluções Editoriais, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65808 . Acesso em: 2021.	Virtual
		Complementar	CALGARO, C. y Koppe Pereira, H. Consumo, democracia e meio ambiente: os reflexos socioambientais. Universidade Caxias do Sul, 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/171481 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MILLER, G. T. Ciência ambiental. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda, 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126887 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MACHADO, V. Diálogos interprofissionais sobre ambiente e sustentabilidade. Universidade Caxias do Sul, 2019. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175487 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
EMENTA:		Conceitos e importância do Agronegócio no Brasil e no mundo. Evolução e cenários atuais do Agronegócio. Agro industrialização e modernização do Agronegócio brasileiro. O crescimento do agronegócio. Agronegócio brasileiro: perspectivas e desafios. Atividades de produção, distribuição e comercialização de produtos e matérias primas agroalimentares. A construção do conceito de "agribusiness" e agronegócio.		
Introdução ao Agronegócio	Eletrônico	Básica	WALLACE, B. Pandemia e agronegócio: doenças infecciosas, capitalismo e ciência. 1. ed. [S. l.]: Bookwire - Editora Elefante, 2020. 481 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/199929 . Acesso em: 12 jun. 2022.	Virtual
		Básica	CRUZ, M. R. D. (Org.); SEVERO, E. A. (Org.); GUIMARÃES, J. C. F. (Org.). Simpósio Internacional de Inovação em Cadeias Produtivas do Agronegócio. ed. Caxias do Sul: Universidade Caxias do Sul, 2016. 503 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175481 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	VASCONCELOS, F. J. M. A valoração e o planejamento em contratos de agronegócio: como estratégias minimizadoras das incertezas nos custos de transação. 1. ed. [S. l.]: Bookwire - Simplíssimo, 2018. 452 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112015 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	TAMARINDO, U. G. F. ; PIGATTO, G. Tributação no agronegócio: uma análise geral dos principais tributos incidentes (2a. ed.). 2. ed. Leme, SP: Bookwire - Editora JH Mizuno, 2020. 584 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176818 . Acesso em: 12 jun. 2022.	Virtual
		Complementar	POLETTI, C. A. A nova lei do agro. Comentários à lei nº 13.986/2020 nas questões do agronegócio. ed. Campo Grande: Editora Contemplar, 2021. 239 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/118940 . Acesso em: 12 jun. 2022.	Virtual
		Complementar	RIBEIRO, H. D. S. Geopolítica e Memória: Uma Discussão do Processo de Desenvolvimento. ed. Jundiaí, São Paulo: Bookwire - Paco e Littera, 2016. 145 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/194222 . Acesso em: 12 jun. 2022.	Virtual
		Complementar	JACOB, L. B. Agroecologia na universidade: entre vozes e silenciamentos. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2016. 179 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/193999 . Acesso em: 12 jun. 2022.	Virtual
EMENTA:		O gerenciamento ambiental nas organizações. Histórico da gestão ambiental no mundo. Contextualização da gestão ambiental no Brasil. O papel das organizações frente aos problemas ambientais. A relação entre sustentabilidade e o meio ambiente. O gerenciamento de resíduos. O custo financeiro do desperdício. Método de gerenciamento de resíduos: Programa Nacional de Produção Mais Limpa (CNL) e implementação. Inserção de normas ambientais nas organizações. Legislação aplicada ao meio ambiente. Indicadores, auditorias e certificações ambientais.		
Ambiental	4º	Básica	MADARASZ, N. R. Calgaro, C. y Veiga, I. S. Sociedade e ambiente: direito e estado de exceção. Universidade Caxias do Sul, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175474 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	ARNOLD, C. D. M. Borile, G. O. y Pereira, A. O. K. Meio ambiente, novos direitos e a sociedade de consumo. Universidade Caxias do Sul, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175481 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Básica	ROGÉRIO JÚNIOR, T. Educação, meio ambiente e saúde, volume 3: escritos científicos do extremo sul do Piauí. Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112015 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	OLIVEIRO, E. M. D. Temática ambiental, Educação ambiental e ensino: dos limites da lógica formal à necessidade da dialética. Jundiaí: Paco Editorial, 2018. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/112018 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual

Gestão A	Ele	Complementar	PERING, E. Integração e meio ambiente no mercosul. Rio de Janeiro: Publit Soluções Editoriais, 2009. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/65808 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	CALGARO, C. y Koppe Pereira, H. Consumo, democracia e meio ambiente: os reflexos socioambientais. Universidade Caxias do Sul, 2016. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/171481 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MILLER, G. T. Ciência ambiental. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda. 2015. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126887 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
		Complementar	MACHADO, V. Diálogos interprofissionais sobre ambiente e sustentabilidade. Universidade Caxias do Sul, 2019. p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/175487 . Acesso em: 08 ago. 2021.	Virtual
EMENTA:		Contexto histórico da educação de surdos. Legislação e políticas de acessibilidade brasileiras. Políticas e programas de acessibilidade. Parâmetros da Língua brasileira de sinais. Estrutura gramatical da língua brasileira de sinais. A aquisição da segunda língua.		
Libras	Eleiva	Básica	DINIZ, H. G. A História da língua de sinais dos surdos brasileiros: um estudo descritivo de mudanças fonológicas e lexicais da Libras, 2011. Disponível em: Editora Arara Azul. https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176053 . Acesso em: 11 jun. 2021.	Virtual
		Básica	AQUINO ALBRES, N. D. Surdos & Inclusão Educacional. Editora Arara Azul, 2009. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176054 . Acesso em: 11 jun. 2021.	Virtual
		Básica	RAMOS, Regina C. Olhar Surdo: Orientações iniciais para estudantes de Libras. Editora Arara Azul, 2014. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176055 . Acesso em: 12 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	QUADROS, Müller R. Estudos Surdos I. Editora Arara Azul, 2006. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/172545 . Acesso em: 05 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	SOARES, M. A. L. A educação do surdo no Brasil. Editora Autores Associados Ltda. 2014. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/174595 . 06 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	VALENANI, C. B. Inclusão no Ensino Superior: especificidades da prática docente com estudantes surdos, 2012. Disponível em: Universidade Caxias do Sul. https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/171387 . Acesso em: 07 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	ABRAMOVAY, M. Lima. Diálogo de surdos: a escola, as novas tecnologias de informação e comunicação e as juventudes. 2016. Disponível em: UNESCO Brasil. https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/31168 . Acesso em: 08 jun. 2021.	Virtual
EMENTA:		LEARNING EDIÇÕES. C. (Ed.). A inclusão social na área educacional. Cengage Learning Edições Ltda, 2016. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126632 . Acesso em: 09 jun. 2021.		
		Conscientização: o que é inglês instrumental. Processo de leitura: roteiro. Gramática da língua inglesa. Gêneros textuais. Estratégias e objetivos de leitura e níveis de compreensão: skimming, scanning. Grupos nominais. Referência pronominal. Marcadores discursivos. Formas verbais.		
Inglês	Eleiva	Básica	NASH, M. G. ; FERREIRA, W. R. Sorria, você está praticando inglês!. 1. ed. Barueri, SP: Bookwire - Disal Editora, 2013. 205 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176053 . Acesso em: 11 jun. 2021.	Virtual
		Básica	NIGRO, C. M. C. ; CENEVIVA, C. M. Xeretando a linguagem em inglês. 1. ed. Barueri, SP: Bookwire - Disal Editora, 2012. 104 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176054 . Acesso em: 11 jun. 2021.	Virtual
		Básica	ROCHA, A. ; MIEN, H. M. Processos seletivos em inglês. 1. ed. Barueri, SP: Bookwire - Disal Editora, 2013. 134 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/2070 . Acesso em: 11 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	ARANCIBIA FIGUEROA, R. Introducción a la Gramática Inglesa (2a. ed.). ed. Santiago de Chile: RIL editores, 2017. 202 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/176055 . Acesso em: 12 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	SALUM, A. C. C. Sociabilidade e Subjetividade de Professores de Inglês na Contemporaneidade. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2019. 185 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/198717 . Acesso em: 08 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	GOMES, J. 5000 palavras bem pronunciadas em inglês. 1. ed. [S. l.]: Bookwire - Simplíssimo, 2015. 219 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/198717 . Acesso em: 08 jun. 2021.	Virtual
		Complementar	IBREJA, J. R. A. Como se diz. Em inglês?: Termos coloquiais, expressões comuns e curiosidades da língua inglesa. 1. ed. Barueri, SP: Bookwire - Disal Editora, 2010. 269 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126632 . Acesso em: 09 jun. 2021.	Virtual
		COLET, A. R. R. Língua Inglesa: A Prática Pedagógica em Sala de Aula. 1. ed. Curitiba: Bookwire - Editora Appris, 2019. 215 p. Disponível em: https://elibro.net/pt/lc/universidadebrasil/titulos/126632 . Acesso em: 09 jun. 2021.		