



**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO (PPC)
DE MARKETING**

**Paracatu – MG
2023**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
PARTE I - CONTEXTO SOCIOECONÔMICO	5
1 MUNICÍPIO DE PARACATU - MINAS GERAIS	5
PARTE II - CONTEXTO INSTITUCIONAL	10
2 CARACTERÍSTICAS DA INSTITUIÇÃO	10
2.1 DADOS GERAIS DA INSTITUIÇÃO	10
2.2 HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO DO UNIATENAS	10
2.3 MISSÃO INSTITUCIONAL	11
2.4 VISÃO	11
2.5 VALORES	12
PARTE III – CONTEXTO DO CURSO	13
3 CARACTERÍSTICAS DO CURSO DE MARKETING	13
3.1 HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO	13
3.2 JUSTIFICATIVA E CONTEXTO EDUCACIONAL	13
3.3 MISSÃO DO CURSO	15
PARTE IV– ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E ADMINISTRATIVA	16
4 ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E ADMINISTRATIVA	16
4.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E INSTÂNCIAS DE DECISÃO	16
PARTE V – ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	29
5.1 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO	29
5.2 OBJETIVO DO CURSO	31
5.3 PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO	32
5.4 ESTRUTURA CURRICULAR	33
5.4.1 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE MARKETING	36
5.4.2 REGIME ESCOLAR DO CURSO	37
5.5 EMENTAS, BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR	38
5.5.1 CONTEÚDOS CURRICULARES	38
5.6 METODOLOGIA	54
5.6.1 BASES METODOLÓGICAS	55
5.6.2 ACESSIBILIDADE METODOLÓGICA	57
5.7 APOIO AO DISCENTE	57

5.8 GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA	59
5.9 ATIVIDADE DE TUTORIA	62
5.10. CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES NECESSÁRIAS ÀS ATIVIDADES DE TUTORIA	62
5.11 TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM	63
5.12 AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM (AVA)	66
5.13 MATERIAL DIDÁTICO	67
5.14 PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO E DE AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM	68
5.15.1 ANÁLISE DAS AVALIAÇÕES ESCRITAS	69
5.15.2 VISTA DE PROVAS	69
5.15.3 APROVAÇÃO DO DISCENTE POR NÚCLEO FORMATIVO	69
5.16 ESTUDO DE VIABILIDADE DE VAGAS	70
5.17 INTEGRAÇÃO COM AS REDES PÚBLICAS DE ENSINO	72
PARTE VI – CORPO DOCENTE E TUTORIAL	73
6.1 ATUAÇÃO DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE)	73
6.1.1 COMPOSIÇÃO DO NDE	73
6.2 EQUIPE MULTIDISCIPLINAR	73
6.3 ATUAÇÃO DA COORDENAÇÃO DE CURSO	74
6.3.1 REGIME DE TRABALHO	76
6.4 CORPO DOCENTE	76
6.5 TUTORES	78
6.6 ATUAÇÃO DO COLEGIADO DE CURSO OU EQUIVALENTE	78
6.7 INTERAÇÃO ENTRE TUTORES, DOCENTES E COORDENADORES DE CURSO A DISTÂNCIA	79
PARTE VII – INFRAESTRUTURA	80
7.1 ESPAÇO DE TRABALHO PARA DOCENTES EM TEMPO INTEGRAL	80
7.2 ESPAÇO DE TRABALHO PARA A COORDENAÇÃO DE CURSO	80
7.3 SALA COLETIVA DE PROFESSORES	81
7.4 SALAS DE AULA	81
7.5 ACESSO DOS ALUNOS A EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	81
7.5.1 LABORATÓRIOS DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	81
7.5.2 AUDITÓRIOS	82

7.6 BIBLIOTECA	82
7.6.1 BIBLIOTECA – INSTALAÇÕES E INFORMATIZAÇÃO	82
7.6.2 BIBLIOGRAFIA BÁSICA POR UNIDADE CURRICULAR (UC)	82
7.7 LABORATÓRIOS	83
7.8 PROCESSO DE CONTROLE DE PRODUÇÃO OU DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO (LOGÍSTICA)	83
7.9 CONDIÇÕES DE ACESSO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E/OU MOBILIDADE REDUZIDA	83
PARTE VIII – COMITÊ DE ÉTICA	85
8.1 COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA (CEP)	85

INTRODUÇÃO

O Projeto Pedagógico de Curso (PPC) é um documento que tem por finalidade apresentar o curso para a comunidade acadêmica. Neste sentido, contém toda a organização didático-pedagógica do curso, o corpo docente, de tutores e a infraestrutura disponibilizada para sua oferta.

Assim, o PPC é o alicerce de todas as ações e decisões de um curso e, por isso mesmo, é a ferramenta que deve orientar e conduzir o seu gerenciamento, por parte da Coordenação de Curso, Colegiado e Núcleo Docente Estruturante (NDE), tanto no presente quanto no futuro, visando uma educação transformadora, norteadas por uma formação integral, humanística e técnico-profissional.

Mas, para que tudo isso seja possível, é indispensável que sejam desenvolvidas estratégias, que segundo Mintzberg, é uma "... forma de pensar no futuro, integrada no processo decisório, com base em um procedimento formalizado e articulador de resultados". Desta maneira, o planejamento se torna de fundamental importância, já que dimensiona de onde se deve partir e aonde se quer chegar. É neste sentido que foram criados planos para o futuro desta IES, com o fim de atingir as suas metas e objetivos.

Nesse viés, um dos objetivos do UniAtenas é ofertar ensino superior em todos os segmentos e modalidades, formas e níveis, nas diversas áreas do conhecimento, conforme previsto na legislação educacional. Para tanto, a oferta desse curso de graduação colabora para a realização da missão Institucional que é contribuir para a construção de uma sociedade mais próspera, justa e solidária, promovendo uma educação transformadora, norteadas por uma formação integral, humanística e técnico-profissional, alinhada à valores éticos e ao exercício da autonomia.

Assim, o Projeto Pedagógico do Curso de Marketing do UniAtenas apresenta um diagnóstico da realidade da IES, expondo claramente os seus objetivos e aquilo que ela pretende de seus egressos. Inclusive, uma das políticas fundamentais da IES é demonstrar aquilo que ela é, não mascarando as falhas, mas sempre buscando o que se acredita, ou seja, o melhor para os discentes, docentes, tutores e o corpo técnico-administrativo.

Assim, busca-se alcançar às metas traçadas pelos idealizadores da Instituição: a de transformar o Curso de Marketing em uma referência para Paracatu e para todas as cidades e estados onde estão instalados os seus polos e, quiçá, para todo o Brasil.

PARTE I - CONTEXTO SOCIOECONÔMICO

1 MUNICÍPIO DE PARACATU - MG

O antigo Arraial do Paracatu pertencia à Comarca do Rio das Velhas, com sede em Sabará e foi elevado à Vila por Alvará Régio de D. Maria, Rainha de Portugal, em 20 de outubro de 1789, passando a ser denominada Vila do Paracatu do Príncipe. No mesmo alvará foi criado na vila o Juiz de Fora, Civil, Crime e Órfãos.

Por Carta régia, de 4 de março de 1799, foi nomeado José Gregório de Moraes Navarro para Juiz de Fora da Vila, que tomou posse em 14 de dezembro de 1799. A primeira Câmara Municipal foi empossada em 18 de dezembro de 1799 fazendo parte os seguintes vereadores: sargento-mor Manuel José de Oliveira Guimarães, Francisco Dias Duarte, o capitão José da Silva Paranhos e o procurador da Câmara Luís José de Carvalho. No ano de 1800, a vila possuía, ao todo, 17.450 habitantes, sendo 1.935 brancos, 6.335 mulatos livres, 3.637 negros livres, 327 mulatos cativos e 5.216 negros cativos.

Em 1840 Paracatu é elevada à condição de cidade e se torna a cabeça da Comarca de Paracatu (capital), que incluía em seu território cidades tais hoje como Uberlândia, no Triângulo Mineiro e cidades ao Norte de Minas.

Na década de 50, ao final do século XX, o município de Paracatu assistiu ao fantástico crescimento econômico e social, devido à construção de Brasília. A estrada de rodagem, ligando Belo Horizonte a Brasília passou por Paracatu, impulsionando o progresso da cidade que está distante da Capital Federal Brasília 235 km e a 482 km de Belo Horizonte.

Em 2010 Paracatu foi intitulada como patrimônio histórico nacional e cultural e reconhecida como berço do ouro, por ser sede da maior Mineradora da América Latina a céu aberto, constituindo a nova corrida do ouro.

Geograficamente, o município de Paracatu se localiza na região Noroeste de Minas Gerais e conta com uma população de 94.539 (noventa e quatro mil, quinhentos e trinta e nove) habitantes, segundo o IBGE Cidades (acesso em 05 abril 2022). Por sua vasta área territorial (3º maior município do Estado), possui limites com uma série de outros municípios. Ademais é polo atrativo educacional e de trabalho devido à presença de várias instituições de ensino e de empresas.

Com relação à economia, a cidade possui um distrito industrial, com área aproximada de 1.020.000m², que está situado às margens da MG-188 e abriga várias empresas. O número total de empresas atuantes em 2019, conforme dados do IBGE, era 2.432 (duas mil, quatrocentos e trinta e duas) gerando 23.174 (vinte e três mil, cento e setenta e quatro) empregos diretos. No município de Paracatu ainda estão instaladas 05 (cinco) instituições financeiras.

Destaca-se na cidade a produção agropecuária (principalmente de produtos como milho, soja e feijão e a criação extensiva de gado nelore) e a extração de minérios, principalmente o ouro, que é explorado pela *Kinross Gold Corporation*, empresa global com sede no Canadá, e uma das maiores mineradoras de ouro do mundo. Esta unidade, em Paracatu, gera o correspondente a 22% (vinte e dois por cento) da produção nacional, produzindo, em média, 17 (dezessete) toneladas de ouro por ano. Importante destacar, ainda, a existência de usinas de álcool e açúcar, de cooperativas agropecuárias e do Projeto Entre Ribeiros, que mediante à construção de canais de irrigação contribui para o aumento da produtividade de grãos.

Predomina em Paracatu a vegetação típica do cerrado, com matas de galeria à beira de rios. Inclusive, o principal Rio do município, o Paracatu, que é importante afluente do Rio São Francisco, deu origem ao nome da cidade. Conta ainda com grutas, cavernas e uma série de lindas cachoeiras. Pela abundância e riqueza da flora e fauna, o ecoturismo vem se mostrando como um grande potencial econômico no local.

O turismo também é uma relevante atividade econômica tendo em vista que seu Centro Histórico, recheado de casarões e igrejas do período colonial, está praticamente intacto. Essa realidade, aliada a impecável gastronomia, e aos demais eventos realizados no local, coloca Paracatu no patamar de um dos municípios mineiros mais ricos cultural e patrimonialmente.

No que se refere aos transportes, o município possui as seguintes rodovias: BR-040, MG-188, GO-020 e 6.700 km (seis mil e setecentos) de estradas vicinais. A cidade conta com aeroporto, hospitais e uma variedade de serviços.

Quanto ao perfil educacional do município de Paracatu, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade, em 2010, era de 97,1%, ocupando a posição de 554º lugar dentro do estado e 15º lugar na região geográfica imediata. Ademais, o IDEB dos anos iniciais do ensino fundamental, em 2019, foi 6,0 e dos anos finais, 4,4. A cidade contava, em 2020, com 41 (quarenta e uma) escolas de ensino fundamental e 12 (doze) de ensino médio, segundo dados do IBGE Cidades (acesso em 05 abril 2022). Atualmente, Paracatu possui 01 (um) Instituto Federal de Educação (ofertando cursos técnicos integrados e concomitantes ao Ensino Médio) e 03 (três) escolas técnicas privadas. Além disso, tem se tornado um polo na formação de educação superior, tendo instalados 01 (um) Instituto Federal de Educação, 01 (uma) Universidade Estadual, 01 (um) Centro Universitário e 02 (duas) faculdades com cursos presenciais, sendo o Centro Universitário e as 02 (duas) faculdades da rede privada, a Universidade da rede estadual, o Instituto da rede federal e outras 09 (nove) instituições, na modalidade a distância, todas da rede privada.

O município ainda tem, em torno de seu território, cinco comunidades quilombolas, os quais ainda preservam sua cultura, sendo estas consideradas uma das

mais ricas do estado de Minas Gerais (fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Paracatu>. Acesso em 05 abril 2022).

Por tudo isso, bem como por sua extensão territorial, posicionamento geográfico estratégico (malha urbana constituída por Belo Horizonte, Brasília, Montes Claros, Unaí, Patos de Minas, Uberlândia e Uberaba), economia e serviços disponibilizados, o município de Paracatu permite que o UniAtenas possa expandir sua área de abrangência de cursos para algumas microrregiões de influência, como demonstram as tabelas a seguir.

TABELA 1 - Microrregião de Patos de Minas

Municípios	População
Arapuá	2.836
Carmo do Paranaíba	30.339
Lagoa Formosa	18.168
Patos de Minas	154.641
Rio Paranaíba	12.356
Tiros	6.369
Total	224.709

Fonte: IBGE Cidades, 2022.

TABELA 2 - Microrregião de Patrocínio

Municípios	População
Abadia dos Dourados	7.022
Coromandel	27.958
Cruzeiro da Fortaleza	3.651
Douradoquara	1.915
Grupiara	1.386
Monte Carmelo	48.049
Patrocínio	92.116
Total	182.097

Fonte: IBGE Cidades, 2022.

TABELA 3 - Microrregião de Paracatu

Municípios	População
Brasilândia de Minas	16.950
Guarda-Mor	6.558
João Pinheiro	47.990
Lagamar	7.588
Lagoa Grande	9.681
Paracatu	94.539
Presidente Olegário	19.680
São Gonçalo do Abaeté	8.527
Varjão de Minas	7.235
Vazante	20.692
Total	239.440

Fonte: IBGE Cidades, 2022.

TABELA 4 - Microrregião de Unai

Municípios	População
Arinos	17.850
Bonfinópolis de Minas	5.397
Buritis	25.179
Cabeceira Grande	7.025
Dom Bosco	3.635
Formoso	9.810
Natalândia	3.306
Unai	85.461
Uruana de Minas	3.256
Total	160.919

Fonte: IBGE Cidades, 2022.

TABELA 5 – Outras Cidades

Cidade	População
Três Marias – MG	33.062
Cristalina-GO	61.385
Luziânia-GO	214.645
Catalão-GO	113.091
Total	422.183

Fonte: IBGE Cidades, 2022.

TABELA 6 - Síntese

Região	População
Microrregião de Patos de Minas	224.709
Microrregião de Patrocínio	182.097
Microrregião de Paracatu	239.440
Microrregião de Unai	160.919
Outras cidades	422.183
Total	1.229.348

Fonte: IBGE Cidades, 2022.

Observando as tabelas acima, pode-se inferir que a população beneficiada pelos cursos oferecidos pelo UniAtenas gira em torno de 1.229.348 (um milhão, duzentos e vinte e nove mil, trezentos e quarenta e oito) habitantes, sem contar com a população dos municípios dos polos de Ensino a Distância (EaD) existentes e aqueles a serem criados.

Assim, é neste cenário que o UniAtenas está inserido para, de acordo com os seus objetivos, contribuir na promoção do desenvolvimento da cidade e região, de modo a atender as necessidades locais, buscando o diálogo com o entorno social, considerando a realidade sociopolítica, econômica e cultural do momento histórico regional.

Conceber o Curso de Marketing nesta perspectiva levou o UniAtenas a estruturar um projeto pedagógico voltado para a formação de profissionais enquanto agentes de transformação social, frente à realidade Minas Gerais brasileira, que possui extremos de pobreza e de concentração de renda, com todas as suas implicações coletivas e individuais.

Desta maneira, a matriz curricular proposta visa a uma formação de excelência, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da população, baseando-se em processos científicos para a atuação do acadêmico e para o exercício pleno de sua cidadania.

PARTE II - CONTEXTO INSTITUCIONAL

2 CARACTERÍSTICAS DA INSTITUIÇÃO

2.1 DADOS GERAIS DA INSTITUIÇÃO

TABELA 2 – Dados da Mantenedora

Nome	Centro Educacional HYARTE-ML Ltda
E-mail	faculdade@atenas.edu.br
Endereço da sede	Rua Euridamas Avelino de Barros
Número	1.400
Bairro	Prado
Cidade	Paracatu
UF	MG
CEP	38602-002
Telefone	(38) 3672-3737
Fax	(38) 3672-3737
Nome do dirigente	Hiran Costa Rabelo

TABELA 3 - Dados da Mantida

Nome	Centro Universitário Atenas (UniAtenas)
E-mail	faculdade@atenas.edu.br
Endereço da sede	Rua Euridamas Avelino de Barros
Número	1.400
Bairro	Prado
Cidade	Paracatu
UF	MG
CEP	38602-002
Nome do dirigente	Hiran Costa Rabelo

2.2 HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO DO UNIATENAS

Em maio de 2002, a então Faculdade Atenas foi credenciada, junto ao MEC, para oferta de cursos superiores de graduação na modalidade presencial, sendo o primeiro curso autorizado o de Direito.

Já no ano de 2005 houve autorização para oferta do curso de Medicina.

Em 2006 foram autorizados três novos cursos: Nutrição, Administração e Sistemas de Informação.

No ano seguinte foram autorizados os cursos de Educação Física, nas modalidades Licenciatura e Bacharelado.

Passados 06 anos, foram (já em 2013), autorizados mais três cursos: Pedagogia, Farmácia e Enfermagem.

Em 2014, passou a ser ofertado o Curso de Engenharia Civil e em 2015, autorizada a oferta do Curso de Psicologia.

Na área técnica, em parceria com o Governo Federal, através do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), a IES ofereceu, no período compreendido entre o 2º semestre de 2013 e o 1º semestre de 2016, os seguintes cursos técnicos sequenciais: Informática para internet, Informática, Programação de Jogos Digitais, Nutrição e Dietética, Multimeios Didáticos, Logística e Alimentação Escolar.

No ano de 2017, a ainda Faculdade Atenas foi credenciada para a oferta de cursos superiores na modalidade a distância, recebendo autorização para oferta do curso em EaD de Administração e Gestão de Recursos Humanos.

Em 2018, a Faculdade Atenas Paracatu transformou-se no Centro Universitário Atenas (UniAtenas), começando, assim, uma nova história para a Instituição, para o município de Paracatu e toda a região. Nesse mesmo ano, o UniAtenas passou a ofertar os cursos de graduação na modalidade a distância de Ciências Contábeis, Engenharia de Produção, licenciatura em Educação Física, Pedagogia, Logística e Processos Gerenciais. Foram criados ainda, os cursos de graduação, na modalidade presencial, de Agronomia e Medicina Veterinária.

No ano de 2019, o UniAtenas criou novos cursos superiores de tecnologia para serem ofertadas na modalidade EaD: Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Estética e Cosmética e Marketing.

Já em 2020, o UniAtenas obteve deferimento para oferta dos cursos técnicos, em Nível Médio, na modalidade presencial, em Administração, Análises Clínicas, Edificações, Marketing, Multimeios Didáticos, Panificação e Segurança no Trabalho.

Por fim, em 05 de junho do mesmo ano (2020), o UniAtenas obteve autorização para oferecer o Curso de Odontologia.

2.3 MISSÃO INSTITUCIONAL

O UniAtenas tem por missão contribuir para a construção de uma sociedade mais próspera, justa e solidária, promovendo uma educação transformadora, norteadas por uma formação integral, humanística e técnico-profissional, alinhada à valores éticos e ao exercício da autonomia.

2.4 VISÃO

O UniAtenas tem por visão ser referência em educação de qualidade, inovadora nas propostas, nas práticas pedagógicas, no uso da tecnologia e líder de mercado na região em que atua.

2.5 VALORES

O UniAtenas tem por valores:

- a) amor pela educação e pelo trabalho: amamos o que fazemos, trabalhamos com prazer e sabemos da capacidade transformadora que a educação promove na sociedade;
- b) respeito às diferenças e à justiça: respeitamos a diversidade, os direitos e a justiça, reconhecemos o valor de cada membro da comunidade acadêmica;
- c) espírito de equipe: sabemos que a união de pessoas trabalhando com cooperação, ética, responsabilidade, respeito e flexibilidade, focadas nos mesmos objetivos, fortalece o trabalho para superação das metas com melhores resultados;
- d) sustentabilidade: trabalhamos para consolidar e manter a instituição com excelente saúde econômica e financeira, assumindo o compromisso com a responsabilidade social e o respeito ao meio ambiente;
- e) atitude de dono: pensamos, falamos e agimos com comprometimento, como parte integrante da instituição.

PARTE III – CONTEXTO DO CURSO

3 CARACTERÍSTICAS DO CURSO DE MARKETING

3.1 HISTÓRICO E DESENVOLVIMENTO

O curso de graduação em Marketing do UniAtenas, grau tecnológico, modalidade EaD foi aberto através da autonomia que o Ministério da Educação concedeu à Instituição, nos termos do Decreto nº 9.235/2017, artigo 40. Assim, como o UniAtenas é um Centro Universitário, credenciado pela Portaria do MEC nº 523, de 06 de junho de 2018, elaborou a Portaria interna nº 11/2019 de 31/05/2019, criando o curso de Marketing que passou a oferecer, desde então, 300 (trezentas) vagas anuais, a serem disponibilizadas na sede, localizada na Rua Euridamas Avelino de Barros, nº 1.400, Bairro Prado, na cidade de Paracatu-MG, bem como nos polos existentes ou nos polos a serem criados.

Com previsão de início das aulas no 2º semestre de 2023 Desde então, o curso vem sendo implementado e, graças ao trabalho conjunto realizado por toda a comunidade acadêmica, Comissão Própria de Avaliação (CPA), Núcleo Docente Estruturante (NDE), Colegiado de Curso, Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e de Acessibilidade (NAPP) e Administração Geral da IES, é plenamente possível acreditar que o UniAtenas encaminhará para o mercado de trabalho um profissional técnico em Marketing bem formado tecnicamente, que estabeleça com o cliente uma relação pautada pela ética, humanização e comunicação eficaz e que busca sua permanentemente atualização.

No ano de 2020 foram realizadas reuniões por parte do Núcleo Docente Estruturante (NDE) e Colegiado de Curso para elaboração da nova matriz curricular do curso, que passou a ser por competência.

3.2 JUSTIFICATIVA E CONTEXTO EDUCACIONAL

O município de Paracatu possui grande relevância na região que se destaca pelo elevado potencial de consumo e pela intensa industrialização e globalização. O desempenho econômico e o número de novas oportunidades claras de negócios são fatores de atenção. Esse fato fez com que o UniAtenas, diante da demanda existente e até crescente, buscasse por um curso superior que pudesse colaborar, ainda mais, na formação e/ou capacitação de mão de obra especializada. Foi quando surgiu a ideia da oferta do curso de Marketing que alia conhecimentos essenciais para atuação na área, isso inclui fundamentos de marketing, marketing digital, comunicação e publicidade, pesquisa de mercado, gestão de produtos e serviços, estratégias de vendas e negociação, e ética e responsabilidade social. Os estudantes também podem explorar áreas especializadas,

como marketing esportivo, internacional e de serviços. O curso proporciona uma base sólida para entender os princípios e práticas do marketing, preparando os estudantes para enfrentar os desafios do mercado atual. Diante dessa realidade, bem como da experiência do UniAtenas na oferta de outros cursos de modalidade presencial, que por vezes, ouviu de possíveis calouros que não poderiam efetivar sua matrícula tendo em vista a dificuldade de conciliar o seu trabalho com o horário das aulas, seja porque trabalhava em sistema de turno, ou ainda, em horário ou parte do horário destinado às aulas.

Ademais, sempre houve aqueles casos em que o aluno até efetivava sua matrícula, cursava alguns semestres, mas, para continuar sustentando a si mesmo ou a família, trancava a matrícula, ou abandonava o curso, por não conseguir conciliar as duas rotinas. Infelizmente, o índice de evasão nas instituições de ensino superior é consideravelmente relevante.

Deste modo e buscando, então, uma alternativa a estas realidades, que não é exclusiva do município de Paracatu, mas que acontece em vários lugares da região, do estado e até mesmo do Brasil, foi que o UniAtenas optou por oferecer o curso de Marketing na modalidade Ensino a Distância (EaD), uma vez que esta permitiria que estudantes conquistassem o tão sonhado título de Engenheiro(a) por intermédio da internet e de outras tecnologias, e ainda, com horário e turnos de aulas flexíveis.

Por outro lado, quando se pensa em um estado, e até um país, com dimensões continentais, como é o nosso caso, a oferta de um curso superior na modalidade EaD, surge como uma alternativa de acesso ao ensino superior, gerando oportunidades de formação para milhares de brasileiros, e, mais do que isso, conecta o país às tendências e inovações tecnológicas mundiais.

Ressalta-se que o técnico em Marketing pode, por exemplo, trabalhar em diversas opções de carreira como em gestão de marketing, marketing digital, pesquisa de mercado, análise de dados, gestão de marca, publicidade e comunicação, e também como consultores de marketing. O campo do marketing oferece várias oportunidades de especialização e permite explorar novas áreas emergentes.

Soma-se a estes fatores a chegada do “novo normal”. A pandemia trouxe para a realidade mundial a necessidade de adaptação para trabalhar e estudar de casa. Assim, mesmo aqueles que ainda tinham alguma resistência ao ensino online cederam aos seus encantos quando perceberam as vantagens de se fazer, por exemplo, uma aula teórica do conforto de casa, sem gastar com combustível ou condução. Há mais comodidade e menos estresse com perda de tempo nos deslocamentos, como afirma Sólon Caldas, diretor executivo da ABMES.

Conceber o Curso de Marketing em EAD, nesta perspectiva, levou o UniAtenas a investir na formação de um tecnólogo generalista, humanista, crítica e reflexiva, capacitado a absorver e desenvolver novas tecnologias, estimulando a sua atuação crítica

e criativa na identificação e resolução de problemas, considerando seus aspectos políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais, com visão ética e humanística, em atendimento às demandas da sociedade.

3.3 MISSÃO DO CURSO

O curso de Marketing do UniAtenas tem por missão proporcionar aos estudantes os conhecimentos, habilidades e competências necessárias para compreender e atuar de forma eficaz no campo do marketing. O curso visa capacitar os alunos a desenvolver estratégias de marketing, analisar o mercado, identificar oportunidades, criar e promover marcas, além de aplicar técnicas de comunicação persuasiva. A missão é formar profissionais capazes de enfrentar os desafios do mercado, promover o crescimento das empresas e alcançar os objetivos de negócio por meio de estratégias de marketing eficazes.

PARTE IV – ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E ADMINISTRATIVA

4 ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E ADMINISTRATIVA

4.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E INSTÂNCIAS DE DECISÃO

A administração geral do UniAtenas é assegurada por órgãos deliberativos e executivos. Assim, a estrutura organizacional é composta por órgãos que possuem competência decisória relativa à sua natureza e finalidades.

São órgãos deliberativos e normativos do UniAtenas:

- a) o Conselho Superior (CONSUP);
- b) o Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEP);
- c) o Colegiado de Curso; e
- d) o Núcleo Docente Estruturante (NDE).

Conselho Superior (CONSUP): órgão máximo de natureza consultiva, deliberativa, normativa e recursal do UniAtenas, constituído pelos seguintes membros:

- a) Reitor, que o preside;
- b) Pró-Reitor Acadêmico;
- c) Pró-Reitor Administrativo e Financeiro;
- d) Pró-Reitor de Infraestrutura e Estratégia;
- e) Até 3 (três) representantes da Entidade Mantenedora, indicados por ela, com mandato de 2 (dois) anos, renovável;
- f) 2 (dois) representantes do corpo docente, escolhidos por seus pares, com mandato de 2 (dois) anos, admitida a reeleição;
- g) 1 (um) representante dos tutores, escolhido por seus pares, com mandato de 2 (dois) anos, admitida uma recondução por igual período;
- h) 1 (um) representante dos servidores técnicos e administrativos, eleito pelos seus pares, dentre os portadores de graduação superior, com mandato de 2 (dois) anos, admitida a reeleição;
- i) 1 (um) representante do corpo discente, escolhido pelos órgãos de representação estudantil. O representante do corpo discente deve estar regularmente matriculado, não estar em dependência, ter frequência e desempenho acima de 80% nas disciplinas/núcleos formativos cursados.

Na criação de novas pró-reitorias no âmbito da administração do UniAtenas os respectivos pró-reitores poderão fazer parte no CONSUP.

O CONSUP reúne-se ordinariamente, uma vez por semestre, e extraordinariamente, quando convocado pelo seu presidente, ou a requerimento de 2/3 (dois terços) de seus membros.

Compete ao Conselho Superior (CONSUP):

- a) exercer, como órgão consultivo, deliberativo e normativo, a jurisdição superior do UniAtenas;
- b) aprovar o Estatuto, suas alterações e emendas;
- c) aprovar o Plano Anual de Trabalho;
- d) deliberar, atendida a legislação em vigor, sobre a criação, incorporação, suspensão e extinção de cursos ou habilitações de graduação, a serem aprovadas pelo Conselho Nacional de Educação, bem como pós-graduação e cursos sequenciais;
- e) deliberar sobre a criação, desmembramento, incorporação ou extinção de Unidades Acadêmicas ou Administrativas, ouvida a Entidade Mantenedora;
- f) deliberar sobre a política de recursos humanos da Instituição, planos de carreira e salários, no âmbito de sua competência, submetendo-a a Entidade Mantenedora;
- g) decidir sobre os recursos interpostos de decisões dos demais órgãos, em matéria didático-científica e disciplinar;
- h) decidir sobre a concessão de títulos acadêmicos e honoríficos e sobre a instituição de símbolos, bandeiras e outros dísticos para uso do UniAtenas e da sua comunidade acadêmica e administrativa; e
- i) referendar, no âmbito de sua competência, os atos do Reitor, praticados na forma *ad referendum*.

Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEP): órgão de natureza deliberativa, normativa e consultiva, em matéria de natureza acadêmica, constituído pelos seguintes membros:

- a) Reitor, que o preside;
- b) Pró-Reitor Acadêmico;
- c) Coordenação de Ensino a Distância (EaD);
- d) Os Coordenadores de Curso;
- e) 2 (dois) representantes do corpo docente, escolhidos por seus pares, com mandato de 2 (dois) anos, admitida uma recondução por igual período;
- f) 1 (um) representante dos tutores, escolhido por seus pares, com mandato de 2 (dois) anos, admitida uma recondução por igual período; e
- g) 1 (um) representante do corpo discente, escolhido pelos órgãos de representação estudantil, que deve estar regularmente matriculado, não estar em dependência, ter frequência e desempenho acima de 80% nas disciplinas/núcleos formativos cursados.

O CONSEP reúne-se ordinariamente, uma vez por semestre, e, extraordinariamente, quando convocado pelo seu presidente, ou a requerimento de 2/3 (dois terços) de seus membros.

Compete ao Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEP):

- a) fixar as diretrizes e políticas de ensino, pesquisa e extensão do UniAtenas;
- b) apreciar e emitir parecer sobre as atividades de ensino, pesquisa, extensão;
- c) deliberar sobre representações relativas ao ensino, pesquisa, extensão, em primeira instância e em grau de recurso;
- d) aprovar o Calendário Escolar;
- e) fixar normas complementares às do Estatuto sobre processo seletivo, diretrizes curriculares e programas, matrículas, transferências, adaptações, aproveitamento de estudos, avaliações e regime especial;
- f) aprovar projetos de pesquisa e programas de extensão;
- g) apreciar as diretrizes curriculares dos cursos de graduação, pós-graduação e sequenciais;
- h) aprovar normas específicas para os estágios supervisionados, elaboração, apresentação e avaliação de monografias e/ou trabalho de conclusão de curso;
- i) propor a concessão de prêmios destinados ao estímulo e à recompensa das atividades acadêmicas;
- j) autorizar acordos e convênios propostos pela Entidade Mantenedora, com entidades nacionais e estrangeiras, que envolvam o interesse do UniAtenas; e
- k) referendar, no âmbito de sua competência, os atos do Reitor.

Das decisões do CONSEP cabe recurso ao CONSUP.

Colegiado de Curso: órgão deliberativo e consultivo, de natureza acadêmica, no âmbito do curso, constituído dos seguintes membros:

- a) coordenador de Curso, que o preside;
- b) professores que ministram disciplinas/núcleos formativos no Curso;
- c) tutores que fazem tutorias no Curso; e
- d) 1 (um) representante do corpo discente do curso, escolhido pelos alunos do curso, que deve estar regularmente matriculado, não estar em dependência, ter frequência e desempenho acima de 80% nas disciplinas/núcleos formativos cursados.

O Colegiado de Curso reúne-se ordinariamente uma vez por semestre e extraordinariamente, quando convocado pelo Coordenador de Curso ou a requerimento de 2/3 (dois terços) dos membros que o constituem.

A ata de cada reunião, após a sua aprovação, deve ser encaminhada a alta gestão do UniAtenas para que possa tomar conhecimento, bem como providencias cabíveis para

auxiliar, no que for necessário, o cumprimento das determinações emanadas deste Colegiado.

Compete ao Colegiado de Curso:

a) pronunciar-se sobre o Projeto Pedagógico do Curso (PPC), programação acadêmica e seu desenvolvimento nos aspectos de ensino, iniciação à pesquisa e extensão, articulados com os objetivos do UniAtenas e com as normas estatutárias;

b) pronunciar-se quanto à organização pedagógico-didática dos Planos de Ensino, elaboração e/ou reelaboração de ementas, definição de objetivos, conteúdos programáticos, procedimentos de ensino, avaliação e bibliografia;

c) apreciar a programação acadêmica que estimule a concepção e prática intradisciplinar entre disciplinas/núcleos formativos e atividades de distintos cursos;

d) analisar resultados de desempenho acadêmico dos alunos e aproveitamento em disciplinas/núcleos formativos com vistas a pronunciamentos pedagógico-didático, acadêmico e administrativo;

e) inteirar-se da concepção de processos e resultados de Avaliação Institucional, padrões de qualidade para avaliação de cursos, avaliação de cursos e avaliação de desempenho e rendimento acadêmico dos alunos no curso, com vistas aos procedimentos acadêmicos;

f) analisar e propor normas para o estágio supervisionado, elaboração e apresentação de monografia e/ou de trabalho de conclusão de curso a serem encaminhados ao CONSEP;

g) acompanhar e executar, em cada reunião, os processos demandados, além de realizar avaliações periódicas sobre seu desempenho, promovendo ajustes para integração e melhorias contínuas.

Núcleo Docente Estruturante (NDE): órgão deliberativo e consultivo, de natureza acadêmica, no âmbito do curso.

Os NDE's dos cursos do UniAtenas são concebidos em conformidade com a legislação vigente, com o objetivo de acompanhar, analisar e atuar em todo o processo de concepção, consolidação e atualização do Projeto Pedagógico do Curso (PPC). A composição inicial será de, no mínimo, cinco docentes, mais o coordenador do curso. O NDE tem como atribuições:

a) elaborar, atualizar e pronunciar-se sobre o PPC definindo sua concepção e fundamentos, realizando estudos e atualização periódica;

b) verificar o impacto do sistema de avaliação de aprendizagem na formação do estudante e analisar a adequação do perfil do egresso, considerando as DCN e as novas demandas do mundo do trabalho;

c) zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;

d) pronunciar-se sobre a programação acadêmica e seu desenvolvimento nos aspectos de ensino, iniciação científica e extensão, articulados com os objetivos da instituição, necessidades do curso, exigências do mercado de trabalho e afinados às políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso e normas internas ou externas;

e) zelar pelo cumprimento da legislação vigente para cada curso;

f) pronunciar-se quanto à organização didático-pedagógica dos Planos de Ensino, elaboração e/ou reelaboração de ementas, definição de objetivos, conteúdos programáticos, procedimentos de ensino e de avaliação e bibliografia;

g) apreciar a programação acadêmica que estimule a concepção e prática intradisciplinar e atividades de distintos cursos;

h) analisar resultados de desempenho acadêmico dos alunos e aproveitamento em disciplinas/núcleos formativos com vistas aos pronunciamentos pedagógico-didático, acadêmico e administrativo;

i) inteirar-se da concepção de processos e resultados de avaliação institucional, padrões de qualidade para avaliação de cursos, avaliação de cursos e de desempenho e rendimento acadêmico dos alunos no curso, observando-se os procedimentos acadêmicos, analisando e propondo normas para as diversas atividades acadêmicas a serem encaminhadas ao CONSEP;

j) analisar a compatibilidade entre a quantidade de livros da bibliografia básica e complementar com o número de vagas autorizadas (do próprio curso e de outros que utilizem os títulos) e a quantidade de exemplares por título (ou assinatura de acesso) disponível no acervo.

A cada 4 (quatro) anos o NDE deve passar por uma renovação parcial na composição dos seus membros.

Este órgão se reúne, ordinariamente, uma vez por semestre e extraordinariamente, quando convocado pelo Coordenador de Curso ou a requerimento de 2/3 (dois terços) dos membros que o constituem. Suas reuniões devem ser registradas através de atas.

São órgãos executivos do UniAtenas:

a) Reitoria;

b) Pró-Reitoria Acadêmica;

c) Pró-Reitoria Administrativa e Financeira;

d) Pró-Reitoria de Infraestrutura e Estratégia;

e) Assessorias;

f) Comissão Própria de Avaliação (CPA);

- g) Instituto Superior de Educação;
- h) Coordenadoria de Ensino a Distância;
- i) Coordenadoria de Curso;
- j) Secretaria Acadêmica;
- k) Núcleo de Inteligência Gerencial;
- l) Núcleo de Apoio ao Ensino a Distância (NAED).

Na realização de seus trabalhos, a Administração conta com núcleos e setores de apoio acadêmicos e administrativos.

Reitoria: é o órgão executivo máximo da administração geral do UniAtenas e é exercida pela Reitoria, que é designada pela Entidade Mantenedora, para mandato de 02 (dois) anos, renovável.

O Reitor é auxiliado nas suas funções pelos Pró-Reitores.

Em suas ausências e impedimentos eventuais e legais, o Reitor designará seu substituto dentre os Pró-Reitores.

Compete ao Reitor:

- a) representar o UniAtenas interna e externamente ou promover-lhe a representação, no âmbito de suas atribuições;
- b) promover, em conjunto com o Pró-Reitor Acadêmico, Pró-Reitor Administrativo e Financeiro e Pró-Reitor de Infraestrutura e Estratégia, a integração no planejamento e harmonização na execução das atividades;
- c) conferir graus, expedir diplomas e títulos honoríficos, presidir a solenidade de formatura e demais atos acadêmicos em que estiver presente;
- d) convocar e presidir o CONSUP e CONSEP;
- e) promover a elaboração do Plano Anual de Trabalho, submetendo-o à aprovação do CONSUP;
- f) promover a elaboração do calendário escolar encaminhando-o ao CONSEP;
- g) designar os Pró-Reitores, os Coordenadores e seus substitutos, bem como dar-lhes posse;
- h) autorizar, previamente, pronunciamento público e as publicações que envolvam a responsabilidade do UniAtenas;
- i) encaminhar ao CONSUP e à Entidade Mantenedora o relatório anual das atividades;
- j) constituir comissões e grupos de trabalhos, designar assessorias permanentes e temporárias, com finalidades específicas de implementação das políticas educacionais da Instituição;
- k) firmar acordos, convênios, planos de cooperação técnico-científica em cumprimento aos objetivos do UniAtenas; e

l) decidir sobre matéria de natureza urgente ou omissa, "ad referendum" do colegiado competente.

Integra a Reitoria o Núcleo de Inteligência Gerencial.

A Reitoria poderá promover fusões, extinções ou criar outras Pró-Reitorias, coordenadorias, setores e núcleos, visando a melhor adequação da gestão acadêmica e administrativa do UniAtenas.

Pró-Reitoria Acadêmica: órgão executivo para assuntos de natureza acadêmica, que é exercido pelo Pró-Reitor Acadêmico.

A Pró-Reitoria Acadêmica supervisiona as atividades relacionadas ao processo de ensino-aprendizagem, iniciação científica, graduação, pós-graduação, extensão, estágios e convênios, publicação e divulgação acadêmica, núcleo de apoio psicopedagógico e profissional e a outras que vierem a ser criadas nos seus respectivos âmbitos acadêmicos.

O Pró-Reitor Acadêmico, em seu impedimento e em sua ausência legal, é substituído por um Assessor, designado pelo Reitor.

Compete ao Pró-Reitor Acadêmico:

- a) assessorar o Reitor no exercício das atividades acadêmicas do UniAtenas;
- b) gerenciar as ações de programação acadêmica, execução e avaliação dos currículos plenos dos cursos, objetivando articulação das diversas áreas do conhecimento e integração da coordenação de cursos de graduação, pós-graduação e sequenciais às diretrizes, políticas e objetivos educacionais do UniAtenas e dos cursos;
- c) coordenar e implementar as atividades de informatização do UniAtenas e do desenvolvimento e aprimoramento de seus sistemas de informação e comunicação;
- d) supervisionar a gestão da qualidade do ensino oferecido;
- e) propor medidas para incentivar o rendimento dos professores;
- f) supervisionar e integrar as atividades das Coordenações de áreas dos cursos;
- g) exercer o poder disciplinar em sua área de competência;
- h) estimular a participação docente, de tutores e discente na programação cultural, técnico-científica, didático-pedagógica e desportiva; e
- i) cumprir e fazer cumprir as disposições do Estatuto e as deliberações dos órgãos colegiados.

Integram a Pró-Reitoria Acadêmica: Assessoria(s), Coordenações de Cursos, Setor de Inteligência Estratégica, Setor de Pesquisa, Iniciação Científica e Extensão, Setor de Publicação e Divulgação Acadêmica, Setor de Provas, Revisão Linguística e Semântica, Setor de Estágios e Convênios, Setor de Secretaria Acadêmica, Setor da Biblioteca, Setor de Tecnologia, Setor de Comunicação (Publicidade, Propaganda, Marketing, Jornalismo e Eventos), Setor Comercial (Comissão Permanente de Vestibular, transferências e aproveitamento de alunos com diploma de nível superior), Setor de Laboratórios de Ensino

e Habilidades, Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e Acessibilidade (NAPP) e Comitê de Ética em Pesquisa (CEP/ATENAS).

Pró-Reitoria Administrativa e Financeira: órgão executivo para assuntos de natureza administrativa e financeira, exercida pelo Pró-Reitor Administrativo e Financeiro.

A Pró-Reitoria Administrativa e Financeira supervisiona as atividades relacionadas a recursos humanos, recursos contábeis, orçamentários e financeiros, recursos patrimoniais e materiais e serviços de administração geral.

O Pró-Reitor Administrativo e Financeiro, em suas ausências e impedimentos legais, é substituído por servidor designado pelo Reitor.

Compete ao Pró-Reitor Administrativo e Financeiro:

a) auxiliar o Reitor na formulação e execução da política administrativo-financeira do UniAtenas;

b) suprir as necessidades de material e de serviços indispensáveis ao funcionamento do UniAtenas;

c) coordenar as ações de planejamento, execução e avaliação da Administração Geral em seus aspectos de recursos humanos, contábeis, orçamentários, financeiros, patrimoniais, materiais e serviços gerais; e

d) cumprir e fazer cumprir as disposições do Estatuto e as deliberações dos órgãos colegiados.

Integram a Pró-Reitoria Administrativa e Financeira: o Setor de Tesouraria, Setor de Contabilidade, Setor de Recursos Humanos e Segurança no Trabalho, Setor de Suprimentos, Patrimônio e Almojarifado, Setor de Logística (Lanchonete, Restaurante e Reprografia), Setor de Recepção e Telefonia e Setor de Segurança Patrimonial.

Pró-Reitoria de Infraestrutura e Estratégia: órgão executivo para assuntos de natureza de infraestrutura e estratégia. É exercida pelo Pró-Reitor de Infraestrutura e Estratégia.

A Pró-Reitoria de Infraestrutura e Estratégia supervisiona as atividades relacionadas à manutenção e limpeza, obras e edificações, jardinagem e paisagismo e serviços de estratégia em geral.

O Pró-Reitor de Infraestrutura e Estratégia, em suas ausências e impedimentos legais, é substituído por servidor designado pelo Reitor.

Compete à Pró-Reitoria de Infraestrutura e Estratégia:

a) auxiliar o Reitor na formulação e execução da política de Infraestrutura e Estratégia do UniAtenas;

b) coordenar e implementar as atividades de expansão física do UniAtenas;

- c) coordenar as ações de planejamento, execução e avaliação em seus aspectos de manutenção, limpeza, obras, edificações, jardinagem, paisagismo e estratégia; e
- d) cumprir e fazer cumprir as disposições do Estatuto e as deliberações dos órgãos colegiados.

Integram a Pró-Reitoria de Infraestrutura e Estratégia o Setor de Conservação (manutenção, limpeza, jardinagem e paisagismo) e Setor de Obras e Edificações.

Assessorias: órgãos especializados nas mais diversas áreas do conhecimento, diretamente vinculados às Pró-Reitorias. São exercidas por Assessores, designados pelo Reitor.

Compete ao Assessor, principalmente, prestar aconselhamento e assistência as Pró-Reitorias sobre a sua área de experiência, visando a formulação, programação e implementação de diretrizes e metas articuladas com as políticas e objetivos educacionais do UniAtenas, tanto na esfera acadêmica quanto administrativa.

Comissão Própria de Avaliação (CPA): órgão de atuação autônoma em relação a conselhos e demais órgãos colegiados existentes na instituição de educação superior, que tem o objetivo de conduzir o processo de avaliação interna da instituição, de sistematização e de prestação das informações solicitadas pelo INEP, no âmbito do SINAES. De acordo com a legislação brasileira, é constituída pelos seguintes membros:

- a) 01 (um) Presidente;
- b) 01 (um) representante do Corpo Docente;
- c) 01 (um) representante do Corpo de Tutores;
- d) 01 (um) representante do Corpo Técnico-Administrativo;
- e) 01 (um) representante do Corpo Discente;
- f) 01 (um) representante da Sociedade Civil Organizada.

O presidente da CPA deve ser indicado pela Reitoria do UniAtenas. Os representantes do corpo docente, de tutores, técnico-administrativo e do corpo discente são escolhidos por seus pares. E o representante da sociedade civil organizada deve ser indicado por órgãos ou serviços relevantes do município. Todos os membros devem ser nomeados por ato do Reitor para um mandato de 3 (três) anos, admitida uma recondução por igual período.

Compete a CPA:

- a) elaborar o seu regulamento e submetê-lo à apreciação do CONSUP;
- b) formular a proposta de Autoavaliação Institucional, com base nas diretrizes do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES e da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior – CONAES;

- c) operacionalizar o desenvolvimento das atividades de coleta de dados e prestação de informações;
- d) gerenciar o processo de sistematização, tratamento e análise dos dados;
- e) promover reuniões, debates e seminários na área de sua competência para favorecer a participação dos segmentos da comunidade acadêmica;
- f) criar mecanismos e instrumentos para divulgação das atividades da CPA e publicação dos resultados e experiências;
- g) definir a estrutura de apoio para o desenvolvimento do trabalho da Comissão;
- h) propor ações que promovam a melhoria contínua do processo avaliativo da IES.

Instituto Superior de Educação: o Instituto Superior de Educação organiza-se como uma coordenadoria única de todos os cursos oferecidos na modalidade licenciatura, responsável pela articulação, execução e avaliação do projeto institucional de formação de professores. O coordenador é designado pelo Reitor.

O Instituto Superior de Educação tem regulamento próprio, aprovado pelo CONSUP. Na realização de seus trabalhos, a coordenação conta com os setores e núcleos de apoio às atividades acadêmicas e administrativas, identificados no Estatuto desta IES.

Coordenadoria de Ensino à Distância: Órgão de assessoramento, planejamento e execução de políticas da Educação a Distância (EaD). É conduzido pelo coordenador de ensino a distância, designado pelo Reitor.

O Coordenador de Ensino a Distância deve ter experiência profissional no Ensino a Distância e pertencer ao quadro técnico-administrativo da IES. Está diretamente vinculada à Pró-Reitoria Acadêmica.

Compete ao Coordenador de Ensino a Distância:

- a) assessorar a Pró-Reitoria Acadêmica na formulação, programação e implementação de diretrizes e metas articuladas com as políticas e objetivos educacionais dos cursos de Ensino a Distância do UniAtenas;
- b) supervisionar as atividades competentes aos Coordenadores de Curso do Ensino a Distância;
- c) supervisionar as atividades competentes ao Núcleo de Apoio ao Ensino a Distância (NAED);
- d) adotar "*ad referendum*" em caso de urgência e no âmbito de sua competência, providências indispensáveis ao funcionamento do EaD;
- e) cumprir e fazer cumprir as disposições do Estatuto e as deliberações dos órgãos colegiados.

Coordenadoria de Curso: órgão de assessoramento e execução de políticas e objetivos educacionais do UniAtenas, diretamente vinculado à Pró-Reitoria Acadêmica, que é exercida por Coordenadores de Cursos, designados pelo Reitor.

O Coordenador do Curso deve ter qualificação profissional na área do curso que coordena e pertencer ao quadro docente da Instituição. Em seus impedimentos e ausências legais, é substituído por um professor, designado pelo Reitor.

Compete ao Coordenador de Curso:

a) assessorar a Pró-Reitoria Acadêmica na formulação, programação e implementação de diretrizes e metas articuladas com as políticas e objetivos educacionais do UniAtenas e do Curso;

b) gerenciar o desenvolvimento do PPC e propor sua revisão diante das necessidades de mudança, compatibilização e aperfeiçoamento do curso, no âmbito interno da instituição e no âmbito externo;

c) supervisionar a elaboração e a implantação de programas e planos de ensino buscando assegurar articulação, consistência e atualização do ementário e da programação didático-pedagógica, objetivos, conteúdos, metodologia, avaliação e cronograma de trabalho;

d) gerenciar a execução da programação acadêmica do curso, zelando pelo cumprimento das atividades propostas e dos programas e planos de ensino e respectiva duração e carga horária das disciplinas/núcleos formativos;

e) acompanhar o desempenho docente, de tutores e discentes mediante análise de registros acadêmicos, da frequência, do aproveitamento dos alunos e de resultados das avaliações e de outros aspectos relacionados à vida acadêmica;

f) promover estudos e atualização dos conteúdos programáticos e das práticas de atividades de ensino e de novos paradigmas de avaliação de aprendizagem;

g) elaborar e gerenciar a implantação de horários e a distribuição de disciplinas/núcleos formativos aos professores e tutores, obedecidas à qualificação e as diretrizes gerais do UniAtenas;

h) coordenar a organização de eventos, semanas de estudos, ciclos de debates e outros, no âmbito do curso;

i) fazer cumprir as exigências necessárias para a integralização curricular, providenciando, ao final do curso, a verificação de Histórico Escolar dos concluintes, para fins de expedição dos diplomas;

j) convocar e dirigir reuniões do respectivo colegiado responsável pela coordenação didática do curso;

k) coordenar o processo de seleção de professores e tutores para o curso;

l) planejar a administração do corpo docente e de tutores do curso, favorecendo a integração e a melhoria contínua do mesmo;

- m) emitir parecer conclusivo sobre os pedidos de aproveitamento de estudos realizados em Instituições Superiores de Ensino, legalmente constituídas;
- n) articular-se com ações da CPA, com o setor acadêmico da Mantenedora e com os outros coordenadores de curso, visando a melhoria contínua do curso sob gestão;
- o) adotar, "*ad referendum*", em caso de urgência e no âmbito de sua competência, providências indispensáveis ao funcionamento do curso;
- p) exercer o poder disciplinar, no âmbito do curso;
- q) cumprir e fazer cumprir as disposições do Estatuto e as deliberações dos órgãos colegiados.

Secretaria Acadêmica: é o órgão responsável pela matrícula e movimentação discente, pela documentação, pelos registros e controles acadêmicos. A Secretaria Acadêmica é coordenada pelo Secretário Acadêmico, designado pelo Reitor.

Compete ao Secretário Acadêmico:

- a) responsabilizar-se pela guarda e conservação de documentos, diários de classe e outros meios de registro e arquivo de dados;
- b) orientar e acompanhar a execução do atendimento, do protocolo e dos registros acadêmicos;
- c) autorizar e controlar o fornecimento de cópias de documentos aos interessados;
- d) expedir, por autorização do Reitor, certidões e declarações relativas à vida acadêmica dos alunos;
- e) emitir e registrar, por autorização do Reitor, diplomas dos cursos oferecidos pelo UniAtenas.

A Secretaria Acadêmica mantém sob sua guarda todos os registros de escrituração escolar, arquivos, prontuários dos alunos e demais documentos direta ou indiretamente relacionados ao funcionamento regular do UniAtenas. E, para auxiliar na prestação dos seus serviços conta com os seguintes setores:

- a) Atendimento e Protocolo: setor responsável pela realização do atendimento ao público, interno e externo, e controle e registro de entrada e saída de documentos;
- b) Matrícula e Transferência: setor responsável pela matrícula, renovação de matrícula, cancelamento, trancamento, registro de abandono, transferência interna de curso e transferência externa;
- c) Controle dos Discentes, Tutores e Docentes: setor responsável pelo controle da pasta dos alunos, frequência de alunos, tutores e professores, notas por ciclo avaliativo, provas, provas optativas, ausências justificáveis e dependências;
- d) Certificados, Diplomas e Histórico Escolar: setor responsável pela emissão do histórico escolar, certificado e diplomas dos diversos cursos de graduação, pós-graduação e outros ministrados pelo UniAtenas, além do registro do diploma;

e) Arquivo: setor responsável por classificar e guardar documentos que comprovem os fatos relativos à vida do estabelecimento de ensino, de modo a possibilitar a fácil localização e a reconstituição do passado, bem como a organização dos arquivos;

f) Dados Estatísticos: setor responsável pelo controle estatístico de todos os dados do UniAtenas: dos vestibulares, matrículas, aprovações, dependências, reprovações, abandonos e outros dados, conforme planejamento e solicitação dos setores responsáveis.

Núcleo de Inteligência Gerencial: órgão de assessoramento da Reitoria para atividades Administrativas, Financeiras, Econômicas, Jurídicas, Contábeis, Articulação Geral, Avaliação, Estatística, Planejamento e outras.

Compete ao Núcleo de Inteligência Gerencial:

- a) assessorar o Reitor na formulação da política institucional;
- b) coordenar a elaboração e implantação do Plano Anual de Trabalho e avaliação institucional;
- c) promover articulação com organismos regionais, nacionais e internacionais com vistas a programas de intercâmbio e cooperação institucional;
- d) elaborar o Relatório Anual de Atividades a ser encaminhado à Reitoria; e
- e) desempenhar atribuições que lhe forem delegadas pelo Reitor.

Núcleo de Apoio ao Ensino à Distância (NAED): órgão de assessoramento e execução de políticas e objetivos educacionais do Ensino a Distância, diretamente vinculada à Coordenação do EaD.

Compete ao Núcleo de Apoio ao Ensino a Distância (NAED) a promoção da gestão acadêmico-operacional da modalidade de educação a distância, em parceria com as demais unidades e setores da instituição. Integram este Núcleo as equipes multidisciplinares e profissionais do UniAtenas.

PARTE V – ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

A organização didático-pedagógica do curso de Marketing do UniAtenas consiste em um plano de ação que propicia de maneira adequada o seu desenvolvimento. Neste planejamento, a IES indica as Eixos Profissionais e Núcleos Formativos e demais atividades de pesquisa, iniciação científica e extensão, que compõem o currículo pleno, e como ocorre o seu desenvolvimento ao longo do curso.

O Projeto Pedagógico do Curso (PPC) também indica como o aluno alcança o perfil proposto e como são desenvolvidas, nos discentes, as competências e habilidades que lhes são exigidas para a atuação na sua área. Isso significa dizer que através de métodos e metodologias adequadas, o aluno é situado ao seu contexto de atuação profissional, desenvolvendo as técnicas aprendidas em consonância com seu comprometimento para que possa ser capaz de desenvolver habilidades de análise de mercado, identificar oportunidades, criar e gerenciar marcas, planejar campanhas de marketing, utilizar ferramentas digitais, compreender o comportamento do consumidor e aplicar técnicas de comunicação persuasiva.

Neste sentido, o Projeto Pedagógico do Curso de Marketing do UniAtenas apresenta um currículo definido nas Diretrizes Curriculares Nacional, com as respectivas ementas, a listagem das demais atividades obrigatórias e suas regulamentações. Este currículo acompanha o contexto social e as transformações tecnológicas, proporcionando ao estudante uma formação continuada, sendo um agente transformador.

O projeto também define a concepção, os objetivos gerais e específicos, o perfil e o acompanhamento dos egressos, bem como outros componentes imprescindíveis a organização didático-pedagógica do curso de Marketing do UniAtenas.

Ademais, o desenvolvimento do curso é promovido e acompanhado pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), Coordenação e Colegiado de Curso, Coordenação do Ensino a Distância, Supervisão Pedagógica, Comissão Própria de Avaliação (CPA), Assessoria e pela pró-Reitoria Acadêmica, visando garantir as condições para o seu desempenho com os melhores resultados e o mais alto padrão de qualidade. Para tanto, o planejamento de investimento e ampliação é revisado periodicamente, de forma que os estudantes tenham todo o suporte necessário ao longo do curso.

5.1 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

O Centro Universitário Atenas (UniAtenas) destaca-se ao estabelecer como premissa a qualidade da gestão acadêmica e administrativa, empreendendo as políticas institucionais contidas no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). Para tanto, implementa suas políticas de ensino, pesquisa e extensão fundamentadas nos princípios

filosóficos e teórico-metodológicos gerais para nortear suas práticas acadêmicas, visando a promoção de oportunidades de aprendizagem alinhadas ao perfil do egresso.

Neste sentido, o currículo pleno do curso de Marketing foi desenvolvido de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), inclusive aquelas referentes aos Direitos Humanos, História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena e Educação Ambiental, sendo integrado por um conjunto de núcleos formativos que exige do coordenador uma preocupação constante com a busca da integração e interdisciplinaridade entre elas.

O professor é corresponsável pelo programa do núcleo formativo ministrado, devendo conduzir o processo didático pedagógico a fim de desenvolver, em seus alunos, conhecimentos e habilidades, articulando teoria e prática, oferecendo-lhes formação técnica e princípios que formem o cidadão.

Para que o aluno obtenha a formação desejada, o UniAtenas disponibiliza vários programas. Ademais, no Estatuto e Manual Específico estão definidos os seus direitos e deveres, bem como as condições de participação nas atividades acadêmicas da Instituição.

A política de Pesquisa e Iniciação Científica do UniAtenas valoriza a produção do conhecimento a partir de problemas da realidade local e regional.

Ademais, essa política ainda é operacionalizada como recurso metodológico, afinal, no decorrer das aulas, o professor e o tutor, provoca a investigação sistemática de um determinado domínio da realidade, através de fundamentação teórica e levantamento rigoroso de dados empíricos, de modo a permitir uma teorização que resulte, por meio da comprovação, na ampliação dos conhecimentos sobre a realidade investigada.

A prioridade da iniciação à pesquisa está vinculada aos eixos temáticos que estruturam o curso e as linhas de pesquisa refletem a relação entre as demandas sociais e o PPC.

Quanto às atividades de Extensão, são mais um canal de comunicação do UniAtenas com a comunidade, por meio da aplicação dos resultados que são obtidos no ensino e na pesquisa e iniciação científica à realidade circulante, através de métodos e técnicas, tais como cursos, eventos, programações culturais, serviços e outras atividades.

Para tanto, o UniAtenas assegura, em suas matrizes curriculares, no mínimo, 10% (dez por cento) da carga horária total do curso em atividades de extensão, sendo que a prática dessas atividades devem estar curricularizadas, desde os primeiros períodos e registradas como componente curricular, na modalidade de projetos pautados pelos objetivos da concepção extensionista.

Assim, o estudante do Curso de Marketing presta serviço à sociedade local e regional, pois desenvolve projetos de pesquisa e extensão que são pautados nas necessidades da comunidade onde são desenvolvidas ações que melhoram as condições de vida dos indivíduos que lá residem. Ademais, as atividades extensionistas sistematizam conhecimentos adquiridos pelos discentes durante o desenvolvimento do curso,

integrando-os junto aos desafios da comunidade, o que possibilita o compartilhamento, com o público externo, do conhecimento adquirido por meio do ensino e da pesquisa desenvolvidos na instituição, visando garantir habilidades e competências do acadêmico para o mercado de trabalho e para a vida.

Deste modo, pode-se afirmar que as ações propostas para atender as políticas institucionais de ensino, pesquisa e extensão são decisivas para que ocorra a ampliação do conhecimento ministrado pelo curso de Marketing, promovendo-se assim, oportunidades de aprendizagem alinhadas ao perfil do egresso almejado.

Ademais, o UniAtenas tem a possibilidade de analisar e revisar as políticas de ensino, pesquisa, iniciação científica e extensão, incluindo em suas práticas mudanças que visem cada vez mais oferecer uma educação transformadora. Para tanto, adota a gestão compartilhada com toda a comunidade acadêmica, que participa de forma intensa das ações e do crescimento da Instituição. Assim, são adotadas ações onde se buscam ideias, sugestões ou queixas vinculadas as áreas de ensino, iniciação científica, pesquisa e extensão, infraestrutura física e tecnológica, dentre outros. De posse desses dados, a coordenação de curso, juntamente com o Colegiado, Núcleo Docente Estruturante (NDE) e Administração da IES, passa a analisá-los utilizando a matriz FOFA.

Todo esse processo acontece de forma contínua, como um ciclo, e promove, de forma inovadora e exitosa, a revisão dos processos gerenciais da Instituição, da Academia e do curso de Marketing. Ele também evidencia potencialidades do UniAtenas permitindo a manutenção e evolução daquilo que se é reconhecido.

Portanto, as políticas institucionais de ensino, extensão e pesquisa constantes no PDI do UniAtenas estão implantadas no âmbito do curso de Marketing e, claramente voltadas para a promoção de oportunidades de aprendizagem, alinhadas ao perfil do egresso que a Instituição almeja. Ademais, essas políticas, pelas práticas comprovadamente exitosas ou inovadoras de gestão adotadas pela IES, são constantemente revisadas, possibilitando, assim, a evolução institucional e dos cursos, que preza pela qualidade dos serviços ofertados.

5.2 OBJETIVOS DO CURSO

O UniAtenas tem como um de seus principais objetivos, preparar profissionais éticos e competentes, capazes de contribuir para o desenvolvimento da região, o bem-estar e qualidade de vida de seus cidadãos. Para tanto, ciente de sua responsabilidade social, busca compreender as reais necessidades e caminhos para que esse desenvolvimento ocorra, primando pela inclusão social de seus alunos e egressos e desenvolvendo atividades educacionais de nível superior, condizentes com o que se espera

de uma Instituição cujos princípios, embora sólidos, a permita responder com prontidão e eficiência aos muitos desafios de uma sociedade em constante transformação.

O curso de Marketing do UniAtenas, tendo em vista todo o contexto educacional, econômico, político e social de Paracatu, da região e das cidades e regiões onde o UniAtenas possui Polos tem por objetivo geral fornecer aos estudantes os conhecimentos teóricos e práticos necessários para entender e aplicar estratégias de marketing de forma eficaz. O curso busca capacitar os alunos a desenvolver habilidades de análise de mercado, identificar oportunidades, criar e gerenciar marcas, planejar campanhas de marketing, utilizar ferramentas digitais, compreender o comportamento do consumidor e aplicar técnicas de comunicação persuasiva. O objetivo final é preparar os estudantes para uma carreira bem-sucedida no campo do marketing, onde possam contribuir para o crescimento e sucesso das empresas por meio de estratégias de marketing eficientes e inovadoras.

Portanto, os objetivos do curso de Marketing estão implementados no PPC e tomam por base o perfil profissional do egresso almejado, a estrutura curricular, o contexto educacional, as características locais e regionais e novas práticas emergentes no campo do conhecimento relacionados ao curso, visando sua constante atualização.

5.3 PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

Atualmente, a sociedade brasileira tem a expectativa de contar com um tecnólogo em Marketing bem formado tecnicamente, que estabeleça uma prestação de serviço pautada pela ética, responsabilidade social, desenvolvimento sustentável e comunicação eficaz, que se atualize permanentemente para cada vez mais ser capaz de desenvolver habilidades de análise de mercado, identificar oportunidades, criar e gerenciar marcas, planejar campanhas de marketing, utilizar ferramentas digitais, compreender o comportamento do consumidor e aplicar técnicas de comunicação persuasiva.

Esse anseio vai justamente ao encontro da missão do UniAtenas que visa contribuir para a construção de uma sociedade mais próspera, justa e solidária, promovendo uma educação transformadora, norteada por uma formação integral, humanística e técnico-profissional, alinhada à valores éticos e ao exercício da autonomia. Para tanto, o UniAtenas disponibiliza aos seus educandos, em todos os cenários de ensino-aprendizagem, por meio da utilização das Metodologias Ativas, oportunidades de aquisição de competências e habilidades condizentes com as necessidades da sociedade contemporânea: a formação de um cidadão crítico, reflexivo, ético, responsável, intelectualmente autônomo, com domínio profissional, habilidade para relações interpessoais positivas e sensibilidade para as questões da vida e da sociedade.

Nesse viés, o Curso de Marketing do UniAtenas busca formar um profissional com perfil que inclui amplo conhecimento teórico e prático em marketing, habilidades de

pensamento estratégico, comunicação eficaz, orientação para o cliente, pensamento analítico, criatividade, inovação e adaptabilidade. O profissional de marketing está preparado para enfrentar os desafios do mercado e contribuir para o sucesso das organizações por meio de estratégias de marketing eficazes e voltadas para resultados.

Ademais, como os alunos podem ser avaliados pelo Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE), o curso de Marketing proporciona o desenvolvimento das seguintes competências gerais e específicas em seu processo de formação.

Deste modo, o curso de Marketing do UniAtenas proporciona um perfil que qualifica o discente para a vida, o trabalho e o desenvolvimento da cidadania, oportunizando-lhe plena capacidade para a aprendizagem autônoma, dinâmica e para a atuação, tanto individual como em equipe, no campo da qual eles podem trabalhar em empresas de diferentes setores, agências de publicidade e marketing, consultorias, instituições de ensino, organizações sem fins lucrativos e até mesmo empreender seus próprios negócios. As áreas de atuação incluem gestão de marketing, marketing digital, pesquisa de mercado, branding, publicidade, comunicação, vendas, análise de dados e consultoria. Os profissionais de marketing podem ocupar cargos como gerente de marketing, analista de marketing, especialista em mídia social, consultor de marketing, coordenador de campanhas publicitárias, entre outros. O curso de marketing proporciona uma ampla gama de oportunidades de carreira, permitindo aos profissionais se adaptarem às demandas do mercado e explorarem diversas áreas de interesse.

Para que esses objetivos sejam alcançados, o curso conta com o NDE, Colegiado de Curso, Coordenação de Curso, com a equipe da Supervisão Pedagógica, com o Coordenador de Estágios, dentre outros.

Pelo exposto, percebe-se que o perfil profissional do egresso do curso de Marketing do UniAtenas, está de acordo com as DCN e outras relevantes a sua formação já que as atividades de ensino, pesquisa e extensão oferecidas permitem o desenvolvimento das competências exigidas para o exercício profissional no contexto local, regional e nacional, tornando-o apto, ainda, para as constantes mudanças que o mercado de trabalho exige.

5.4 ESTRUTURA CURRICULAR

Objetivando assegurar uma organização curricular condizente com os conceitos previstos no perfil do egresso e com a concretização das competências nele previstas, o currículo proposto pelo UniAtenas transcende os campos do ensino e da aprendizagem, sendo parte integrante de uma proposta pedagógica ousada e inovadora, embasada na no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia , que instituiu as DCN do curso de

Marketing, as quais foram consideradas como princípios norteadores desta organização curricular.

As organizações didático-pedagógicas dos Cursos do UniAtenas propõem um modelo que objetiva atingir às grandes áreas de competências necessárias à prática profissional de modo a propiciar aos alunos um embasamento prático dos conceitos teóricos adquiridos dentro das expectativas do mercado de trabalho e suas relações.

Os currículos são estruturados em **eixos profissionais**, compreendidos como conjuntos de áreas de atuação profissional que visam a aquisição de competências no mundo do trabalho e no aprimoramento das relações sociais, e subdivididos em **núcleos formativos**, constituídos de unidades didáticas, ou seja, conjuntos de estudos teóricos e práticos, previstos num plano de ensino e desenvolvidos dentro de um período letivo. Sendo que, cada núcleo formativo é dividido em semanas, com duração variável, de acordo com sua carga horaria estabelecida.

Os núcleos formativos são ordenados, obedecendo a uma sequência lógica e sistematizada de conhecimentos, habilidades e atitudes a serem adquiridos pelo aluno. Para fins de que sejam atingidas as competências, existem princípios e conceitos importantes a serem estudados durante a graduação de forma que o aluno entenda as particularidades da formação profissional e possa gradativamente crescer no seu aprendizado. Nesse viés, pode-se pontuar princípios e conceitos distintos de acordo com o núcleo formativo e com o seu eixo profissional, todavia, nestes são contidos os conteúdos que revelam inter-relações com a realidade nacional e internacional, segundo uma perspectiva histórica e contextualizada de sua aplicabilidade, através da utilização de tecnologias inovadoras e que atendam campos interligados de formação, conforme descrito e apregoadado nas DCNs do curso de Marketing.

Isso implica que para cada núcleo formativo que compõe o eixo profissional da matriz curricular tem-se um Plano de Ensino Profissional (PEP) que contempla os objetivos e as competências ensejadas diante da etapa em que o aluno se encontra.

As competências inseridas a serem trabalhadas em cada eixo profissional se baseiam no que é recomendado pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso, além daquilo que é exigido pelo mercado de trabalho.

Ainda atendendo as DCN, têm que os temas Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena, Educação e as Políticas de Educação Ambiental estão contempladas em diversos núcleos formativos do curso.

O **ensino por competências** implica desenvolver no estudante a capacidade de mobilizar conhecimentos, habilidades e atitudes para lidar com situações, problemas e dilemas da vida real, e sua inserção no currículo como um todo, por meio de articulação de tarefas, de metodologias ativas e de um processo avaliativo abrangente, capaz de

priorizar a formação do técnico em Marketing com melhor compreensão das necessidades da sua região e mais capacitados para o desempenho de suas atividades profissionais.

Assim as ações/tarefas previstas no curso de Marketing por currículo por competências do UniAtenas, são organizadas em núcleos de conhecimentos específicos, tomando por base as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso, assim como as demandas existentes no mercado de trabalho.

Ainda atendendo as DCN, têm-que os temas Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena estão contemplados em núcleos formativos listados na matriz curricular.

Em respeito a Resolução vigente, o currículo do curso de Marketing contém uma carga horária de 1600 horas-relógio, o que corresponde a 1920 horas-aula de 50 minutos, e duração de, no mínimo 2 (dois) anos e 6 (seis) meses e, no máximo, em 5 (cinco) anos.

O curso oferece, ainda, 10% do total de sua carga horária para atividades de extensão, conforme preconiza a Resolução CNE/CES nº 07/2018, que estabelece as Diretrizes da Extensão na Educação Superior. Ressalta-se que essas atividades estão curricularizadas dentro de cada Eixo Profissional.

Outro ponto importante dessa estrutura curricular é a sua flexibilidade já que possibilita ao estudante dar ênfase a sua formação através dos núcleos formativos Optativos e de atualizações. Essa flexibilidade do curso ainda se dá pelas atividades complementares, participação em programas e projetos de extensão, pesquisas e realização de estágios.

Há ainda a oferta do núcleo formativo Libras onde o aluno tem a opção de cursá-la a qualquer momento do curso, sendo contabilizada, nestes casos, como carga horária extra.

Já a interdisciplinaridade é corriqueira no decorrer do curso pelo próprio formato da sua estrutura curricular, já que os núcleos formativos são formados por unidades de aprendizagem advindas de diferentes áreas do conhecimento que se conversam a todo momento, além de os professores promoverem atividades que exigem dos alunos a habilidade de dialogar com as diversas ciências, fazendo entender o saber como um todo, e não como partes ou fragmentações, tal qual é exigido na vida prática profissional.

Visando a constante integração entre teoria e prática, o UniAtenas adota Metodologias Ativas nos diversos cenários do processo de ensino-aprendizagem que se baseiam em formas de desenvolver o processo de aprender, utilizando experiências reais ou simuladas, para que o egresso consiga resolver, com sucesso, os desafios advindos da vida profissional, em diferentes contextos.

Os alunos ainda realizam atividades extraclases, fundamentadas em situações com maior prevalência na comunidade local.

A estrutura curricular relatada neste item é materializada através do processo de ensino, iniciação científica, pesquisa e extensão, que conta com a assistência Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e Acessibilidade (NAPP), que tem como missão contribuir para o engrandecimento e desenvolvimento integral do ser humano, das suas potencialidades individuais e sociais, na prevenção de transtornos psicoemocionais, psicossociais e profissionais. A assistência ao estudante abrange as áreas de orientação psicológica, pedagógica, profissional e acessibilidade.

Quanto aos elementos inovadores da estrutura curricular, destacam-se as seguintes circunstâncias que fazem desse curso único e singular, dentre outros:

- a) ser formada por um currículo por competências profissionais e socioemocionais;
- b) ter eixos voltados para as grandes áreas, abordando o desenvolvimento de competências e habilidades capazes de formar um profissional crítico, ético, reflexivo, generalista e humanista;
- c) contar com um corpo docente e tutorial, experiente e capacitado para desenvolver as habilidades e competências almejadas.

5.4.1 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE MARKETING

Eixo Profissional: Impulsão de Negócios	
Núcleos Formativos	Carga Horária
NF1 - Classificação dos Tipos de Marketing e Mensuração da Satisfação do Cliente	80
NF2 - Aplicação dos Compostos de Marketing: 4P'S e a Comunicação Integrada	80
NF3 - Gestão de Produtos e Marcas: Indicadores e Desempenho	80
NF4 - Gestão Empreendedora e Elaboração de Plano de Negócios	80
NF5 - Projeto Integrador I	80
Carga Horária Total do Eixo	400

Eixo Profissional: Planejamento de Marketing	
Núcleos Formativos	Carga Horária
NF1 - Avaliação do Cenário Econômico	160
NF2 - Gestão de Custos e Precificação	160
NF3 - Projeto Integrador II	80
Carga Horária Total do Eixo	400

Eixo Profissional: Gestão E-Commerce	
Núcleos Formativos	Carga Horária
NF1 - Planejamento de Vendas, Princípios de Liderança e Gestão de Equipes	120
NF2 - Planejamento Estratégico e Novos Modelos de Negócios	120
NF3 - Projeto Integrador III	80
Carga Horária Total do Eixo	320

Eixo Profissional: Marketing Digital	
Núcleos Formativos	Carga Horária
NF1 - Gestão de Campanhas em Redes Sociais e Design de Interação	80
NF2 - Atualizações e Estratégias Inovadoras em Marketing I	80
NF3 - Optativo I	40
NF4 - Profissional do WEB Marketing, Estratégia Digital e o Comportamento do Consumidor	60
NF5 - Projeto Integrador IV	80
Carga Horária Total do Eixo	340

Eixo Profissional: Marketing e Vendas	
Núcleos Formativos	Carga Horária
NF1 - Atualizações e Estratégias Inovadoras em Marketing II	80
NF2 - Optativo II	40
NF3 - Aplicações do Direito Empresarial e Direito do Consumidor ao Marketing	68
NF4 - Projeto Integrador V	80
Carga Horária Total do Eixo	268

Outro Componente Curricular Obrigatório	
Componentes	Carga Horária
Libras (Opcional e carga horária extra)	40

Quadro Resumo	
Componentes	Carga Horária
Núcleos Formativos Teórico-práticos	1728
Extensão Acadêmica	192
Carga Horária Total Geral	1920

5.4.2 REGIME ESCOLAR DO CURSO

Regime de matrícula: Seriado semestral;

Número de vagas: 300 (trezentas) vagas anuais

Processo seletivo: Vestibular, nota do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio), FIES e PROUNI;

Integralização do curso: Tempo mínimo: 2 (dois) anos e 6 (seis) meses ;
 Tempo máximo: 5 (cinco) anos.

5.5 EMENTAS, BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR

5.5.1 CONTEÚDOS CURRICULARES

EIXO PROFISSIONAL: Impulsão de Negócios

NF1 - CLASSIFICAÇÃO DOS TIPOS DE MARKETING E MENSURAÇÃO DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

EMENTA: Marketing direto. Marketing indireto. Marketing social. Marketing de relacionamento. Endomarketing. Marketing de nicho. Marketing de fidelização. Outbound marketing. Marketing pessoal. Marketing digital. Marketing de conteúdo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Elsevier, 2009.

FARIAS, C. V. S.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Estratégia de marketing**. Porto Alegre: Sagah, 2016.

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GREWAL, D.; LEVY, M. **Marketing**. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

HAIR JR., J. F.; *et al.* **Fundamentos de pesquisa de marketing**. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2014.

BERKOWITZ, E. N. *et al.* **Marketing**. 8. ed. São Paulo: MacGraw-Hill, 2007.

ROSSI, J. C.; *et al.* **Marketing de relacionamento**. Porto Alegre: SAGAH, 2022.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2005.

NF2 - APLICAÇÃO DO COMPOSTO DE MARKETING: 4 P'S E A COMUNICAÇÃO INTEGRADA

EMENTA: Mix de marketing. Preço. Praça. Produto. Promoção. Cliente. Custo. Conveniência. Comunicação. Análise, Adaptação. Ativação. Avaliação. Estratégias de marketing. Estratégias de comunicação integrada ao marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Elsevier, 2009.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2008.

KERIN, R. A.; *et al.* **Marketing**. 8. ed. Porto Alegre: AMGH, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FARIAS, C. V. S.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Estratégia de marketing**. Porto Alegre: Sagah, 2016.

FARIAS, C.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Marketing aplicado**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZEITHAML, V. A.; BRITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2014.

REVILLION, A. S. P.; *et al.* **Marketing digital**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

SCHIAVINI, J. M.; MARANGONI, E. **Marketing digital e sustentável**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

NF3 - GESTÃO DE PRODUTOS E MARCAS: INDICADORES E DESEMPENHO

EMENTA: O portfólio de produtos e negócios, análise do produto no mercado, visibilidade dos produtos, sistema de distribuição, pesquisa de posicionamento de mercado, estratégia de comunicação, identidade da marca, Dising de marca, marca digital

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MELO, B.; *et al.* **Gestão de marcas**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

KOTLER, P.; PFOERTSCH, W. **Gestão de marcas em mercados B2B**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Elsevier, 2009.

FARIAS, C. V. S.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Estratégia de marketing**. Porto Alegre: Sagah, 2016.

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

FARIAS, C. V. S.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Estratégia de marketing**. Porto Alegre: Sagah, 2016.

FARIAS, C.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Marketing aplicado**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

NF4 - GESTÃO EMPREENDEDORA E ELABORAÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIOS

EMENTA: Empreendedorismo. Funções administrativas e ambiente organizacional. A Importância do plano de negócios. Criando um plano de negócio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão:** Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Campus, 2005.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração:** da revolução urbana à revolução digital. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão**. São Paulo: Atlas, 2002.

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. **Plano de Negócios**. São Paulo: Manole, 2005.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 2. ed. São Paulo: Cultura, 2006.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para Empreendedores:** Fundamentos da Criação de Gestão de Novos Negócios. Rio de Janeiro: Person Education, 2006.

Fundamentos de administração: manual compacto para as disciplinas de TGA e introdução à administração. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NF5 – EXTENSÃO ACADEMICA I

EMENTA: Criando valor para o cliente. Branding. Classificação dos tipos de marketing. Gerenciamento de redes sociais. Elaboração de trabalhos científicos e acadêmicos. Pesquisa científica. Circunstâncias e relações entre as ideias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANDRADE, M. M. de; HENRIQUES, A. **Língua Portuguesa:** noções básicas para cursos superiores. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Elsevier, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

REVILLION, A. S. P.; *et al.* **Marketing digital**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

FARIAS, C. V. S.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Estratégia de marketing**. Porto Alegre: Sagah, 2016.

HAIR JR., J. F.; *et al.* **Fundamentos de pesquisa de marketing**. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2014.

MEDEIROS, J. B. **Português Instrumental**: Contém técnicas de elaboração de Trabalho de conclusão de curso (TCC). 10. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

SCHIAVINI, J. M.; MARANGONI, E. **Marketing digital e sustentável**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

EIXO PROFISSIONAL: PLANEJAMENTO DE MARKETING

NF1 - AVALIAÇÃO DO CENÁRIO ECONÔMICO

EMENTA: Introdução à microeconomia. Demanda e o comportamento do consumidor. Oferta, produção e custos. Equilíbrio e a formação de preços. Elasticidades e sua importância. Estruturas de mercado. A firma abordagens alternativas. Acumulação de capital, firmas gigantes e oligopolização. Comportamento estratégico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel. **Microeconomia**. 6. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2006.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: Princípios Básicos**. 7. ed. São Paulo: Campus, 2006.

VASCONCELLOS, M. S.; BENEVIDES, D. P. (Org.). **Manual de Economia dos Professores USP**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BROWNING, Edgar K.; ZUPAN, Mark A. **Microeconomia: Teoria e Aplicações**. 7. ed. São Paulo: LTC, 2004.

MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Economia: Fundamentos e Aplicações**. São Paulo: Makron Brooks, 2003.

THOMPSON, Arthur A.; FORMBY, John P. **Microeconomia da Firma: Teoria e Prática**. 6. ed. São Paulo: LTC, 2003.

VASCONCELLOS, M. A.; GARCIA, M. E. **Fundamentos da Economia**. São Paulo: Saraiva, 1998.

VASCONCELOS, Marco Antônio Sandoval de. **Economia: Micro e Macro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

NF2 – GESTÃO DE CUSTOS E PRECIFICAÇÃO

Ementa: Introdução ao estudo da gestão de custos. Conceito e classificação dos custos, dentro de uma gestão administrativa. Análise de custos como ferramenta para o processo decisório. Os métodos de custeio como ferramenta de gestão. A gestão de custos e a formação do preço de venda

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVESE, C. L. **Curso Básico Gerencial de Custos**. 2. ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

WERNKE, R. **Análise de Custo e Preço de Venda**. São Paulo: Saraiva, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FRANCO, H. **Contabilidade Geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

IUDÍCIBUS, S. de; MARION, J. C. **Curso de Contabilidade para não Contadores**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PEREZ JUNIOR, J. H. **Gestão Estratégica de Custos**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, J. P. da. **Análise Financeira das Empresas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

NF3 – EXTENSÃO ACADÊMICA II

EMENTA: Projeto teórico prático contextualizado a partir de uma situação real, integrando os conteúdos do eixo formativo de Planejamento de Marketing. Apresentação dos resultados do trabalho. Mundo do mercado e práticas inovadoras.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CORTINA, A.; *et al.* **Fundamentos da língua portuguesa**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

BES, P.; CAVAVERDE, C. B. **Planejamento em gestão de pessoas**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FRANCO, H. **Contabilidade Geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

IUDÍCIBUS, S. de; MARION, J. C. **Curso de Contabilidade para não Contadores**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PEREZ JUNIOR, J. H. **Gestão Estratégica de Custos**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, J. P. da. **Análise Financeira das Empresas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

EIXO PROFISSIONAL: GESTÃO E-COMMERCE

NF1 - PLANEJAMENTO DE VENDAS, PRINCÍPIOS DE LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPES

EMENTA: Conceitos, princípios, funções e sistemas da Administração. Introdução ao estudo da Administração aspectos Conceituais sobre a Motivação – Teoria e Prática. Ambiente organizacional. Processos e estrutura da organização. Desenvolvimento gerencial e profissional. Conceitos iniciais sobre liderança. Principais estilos de liderança e suas consequências na organização. Novos caminhos sobre a liderança nas Organizações. Tendências na Ética Contemporânea. Grupos e Equipes de Trabalho.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

OLIVEIRA, L. O. **Gestão estratégica de recursos humanos**. 2. ed. Porto Alegre: Sagah, 2017.

BATEMAN, T. S.; SNELL, S. A. **Administração**. 2. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2012.

BITENCOURT, C. **Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

OLIVEIRA, L. Y. M.; *et al.* **Gestão de pessoas**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

Rossi, J. C.; *et al.* **Desenvolvimento gerencial e liderança**. Porto Alegre: SAGAH, 2021.

PINEDA, E. S.; MARROQUIN, J. A. C. **Ética nas empresas**. Porto Alegre: AMGH, 2009.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

NOE, R. A. **Treinamento e desenvolvimento de pessoas**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2015.

NF2 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

EMENTA: Modelo de negócios em cenários de mudança, canvas, empresa Star-up,

Star-up tecnologia, valore ideias de negócios, gestão da inovação, criação de valor, estratégia e gestão de negócio, performance de modelo de negócio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SCHIAVINI, J. M. *et al.* **Modelos de negócios**. Porto Alegre: SAGAH, 2020.

GUAZZELLI, A. M.; XARÃO, J. C. **Planejamento estratégico**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BES, P.; CAPIVERDE, C. B. **Planejamento em gestão de pessoas**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

RUWER, L. M. E.; REIS, Z. C. **Estratégias organizacionais**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

BOOG, M.; BOOG, G. **Manual de gestão de pessoas e equipes**. 3. ed. São Paulo: Gente, 2002.

OLIVEIRA, L. O. **Gestão estratégica de recursos humanos**. 2. ed. Porto Alegre: Sagah, 2017.

NEWSTROM, J. W. **Comportamento organizacional: o comportamento humano no trabalho**. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2008.

NF3 – EXTENSÃO ACADÊMICA III

EMENTA: Projeto teórico prático contextualizado a partir de uma situação real, integrando os conteúdos do eixo formativo de Planejamento de Marketing. Apresentação dos resultados do trabalho. Mundo do mercado e práticas inovadoras.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CORTINA, A.; *et al.* **Fundamentos da língua portuguesa**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

BES, P.; CAPIVERDE, C. B. **Planejamento em gestão de pessoas**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

OLIVEIRA, L. Y. M.; *et al.* **Gestão de pessoas**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

Rossi, J. C.; *et al.* **Desenvolvimento gerencial e liderança**. Porto Alegre: SAGAH, 2021.

PINEDA, E. S.; MARROQUIN, J. A. C. **Ética nas empresas**. Porto Alegre: AMGH, 2009.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos**: do operacional ao estratégico. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

NOE, R. A. **Treinamento e desenvolvimento de pessoas**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, Bookman, 2015.

EIXO PROFISSIONAL: MARKETING DIGITAL

NF1 - GESTÃO DE CAMPANHAS EM REDES SOCIAIS E DESIGN DE INTERAÇÃO

EMENTA: O marketing e a internet, marketing digital, mix de marketing digital, estratégia de marketing digital, canais de marketing digital, canais de marketing digital, redes sociais, mídias sociais, inbound marketing, motores de busca, automação de marketing, plano de marketing digital, métricas do marketing digital, análise de dados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

REVILLION, A. S. P.; *et al.* **Marketing digital**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

KERIN, R. A.; *et al.* **Marketing**. 8. ed. Porto Alegre: AMGH, 2007.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GREWAL, D.; LEVY, M. **Marketing**. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

CATEORA, P. R.; GILLY, M. C.; GRAHAM, J. L. **Marketing internacional**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

MELO, B.; *et al.* **Gestão de marcas**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

NF2 - ATUALIZAÇÕES E ESTRATÉGIAS INOVADORAS EM MARKETING I

EMENTA: Canais de Marketing online. Profissionais de WEB marketing. O consumidor digital. Web marketing, escrevendo para WEB. Gerenciamento de redes sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

REVILLION, A. S. P.; *et al.* **Marketing digital**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2008.

LAS CASAS, A. L. **Administração de Marketing**: Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SCHIAVINI, J. M.; MARANGONI, E. Marketing digital e sustentável. Porto Alegre: Sagah, 2019.

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

SILVA, R. S.; *et al.* **Análise de cenários e planejamento mercadológico**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

FARIAS, C.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. **Marketing aplicado**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

GREWAL, D.; LEVY, M. **Marketing**. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

NF4 - PROFISSIONAL DO WEB MARKETING, ESTRATÉGIA DIGITAL E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

EMENTA: Fundamentos do comportamento do consumidor, o processo de tomada de decisão, Sistema CRM, Fatores sociais, Fatores demográficos, Fatores Psicológico, influencia culturais sobre o comportamento do consumidor, as mídias sociais e influenciadores digitais, marketing de relacionamento, programa de fidelidade, satisfação do consumidor e desempenho de produto, tendências em comportamento de consumo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

REVILLION, A. S. P.; *et al.* **Marketing digital**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

LIMA, A. P. L.; *et al.* **Comportamento do consumidor**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca:** guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GREWAL, D.; LEVY, M. **Marketing**. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

CATEORA, P. R.; GILLY, M. C.; GRAHAM, J. L. **Marketing internacional**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

MELO, B.; *et al.* **Gestão de marcas**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

NF5 – EXTENSÃO ACADÊMICA IV

EMENTA: Pesquisa científica. Diretrizes organizacionais. Planejamento estratégico. Diagnóstico estratégico. Análise de matrizes organizacionais. Gestão de riscos. Mapa e cenários estratégicos. Elaboração do planejamento estratégico da organização estudada.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

AAKER, D. A. **Administração estratégica de mercado**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012

AFFONSO, L. M. F.; RUWER, L. M. E.; GIACOMELLI, G. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AAKER, D. A. **Administração estratégica de mercado**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

DERESKY, H. **Administração global: estratégica e interpessoal**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GUAZZELLI, A. M.; XARÃO, J. C. **Planejamento estratégico**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

ROGERS, S. **Finanças e estratégias de negócios para empreendedores**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

THOMPSON JR., A. A.; STRICKLAND II, A. J.; GAMBLE, J. E. **Administração estratégica**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2008.

EIXO PROFISSIONAL: MARKETING E VENDAS

NF1 - ATUALIZAÇÕES E ESTRATÉGIAS INOVADORAS EM MARKETING II

EMENTA: Aprofundar debates relativos aos campos de conhecimento e atuação do profissional do marketing, por meio do estudo das tendências atuais e das últimas pesquisas na área.

Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena. Educação em Direitos Humanos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PORTER, MICHAEL E.. **Estratégia competitiva:** técnicas para análise de indústria e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

GREWAL, D.; LEVY, M. **Marketing**. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

GALLO, Silvio (Coord.). **Ética e Cidadania:** caminhos da filosofia- elementos para o ensino da filosofia. 20. ed. Campinas: Papirus, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALEXANDRE, Ricardo. **Direito Tributário Esquemático**. 9. ed. São Paulo: Método, 2015.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

GHOSHAL, SUMANTRA. **Estratégia e gestão empresarial:** construindo empresas brasileiras de sucesso estudos de casos. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2008.

NF3 - APLICAÇÕES DO DIREITO EMPRESARIAL E DIREITO DO CONSUMIDOR AO MARKETING

EMENTA: Introdução ao direito digital, direitos fundamentais na área da informática, regulação e nova tecnologias, tributação 40, proteção de dados pessoais, inteligência artificial e poder judiciário, processos eletrônicos, governo dital, crime digital.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SILVA, L. S. H. T. *et al.* **Direito digital**. Porto Alegre: SAGAH, 2021.

LIMA, A. P. L.; *et al.* **Comportamento do consumidor**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

SOUSA, C. V. S.; *et al.* **Direito administrativo**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALEXANDRE, Ricardo. **Direito Tributário Esquematizado**. 9. ed. São Paulo: Método, 2015.

CATEORA, P. R.; GILLY, M. C.; GRAHAM, J. L. **Marketing internacional**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

VELHO, A. G.; *et al.* **Marketing público**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

MELO, B.; *et al.* **Gestão de marcas**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

NF4 - PROJETO INTEGRADOR

EMENTA: Criação de projetos. As primeiras decisões. A seleção do projeto, ciclo de vida. Formação da equipe, o *start up* do projeto. A programação do projeto. A execução, avaliação e controle. Fechamento do projeto. Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena. Educação em Direitos Humanos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PORTER, MICHAEL E.. **Estratégia competitiva:** técnicas para análise de indústria e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SOBRAL, FILIPE. **Administração:** teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

GALLO, Silvio (Coord.). **Ética e Cidadania:** caminhos da filosofia- elementos para o ensino da filosofia. 20. ed. Campinas: Papyrus, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALEXANDRE, Ricardo. **Direito Tributário Esquematizado**. 9. ed. São Paulo: Método, 2015.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

GHOSHAL, SUMANTRA. **Estratégia e gestão empresarial:** construindo empresas brasileiras de sucesso estudos de casos. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2008.

SCARANO, Renan Costa Valle; et al. **Direitos Humanos e Diversidade**. Recurso eletrônico. Porto Alegre: SAGAH, 2018. Disponível em: <<https://viewer.biblioteca.binpar.com/viewer/9788595028012>>

5.6 METODOLOGIA

Buscando a excelência do ato de ensinar como meta, a proposta pedagógica do Curso de Marketing do UniAtenas, disponibiliza aos seus educandos oportunidades de aquisição de competências e habilidades condizentes com as necessidades da sociedade contemporânea: a formação de um cidadão crítico, reflexivo, ético, responsável, intelectualmente autônomo, com domínio profissional, habilidade para relações interpessoais positivas e sensibilidade para as questões da vida e da sociedade.

A organização didático-pedagógica dos Cursos do UniAtenas propõe um modelo que objetiva atingir às grandes áreas de competências necessárias à prática profissional de modo a propiciar aos alunos um embasamento prático dos conceitos teóricos adquiridos dentro das expectativas do mercado de trabalho e suas relações.

Assim, os currículos são estruturados em eixos profissionais, compreendidos como conjuntos de áreas de atuação profissional que visam a aquisição de competências no mundo do trabalho e no aprimoramento das relações sociais, e subdivididos em núcleos formativos, constituídos de unidades didáticas, ou seja, conjuntos de estudos teóricos e práticos, previstos num Plano de Ensino Profissional (PEP), e desenvolvidos dentro de um período letivo. Além do PEP, são previstos, também, Planos de Projetos de Extensão (PPE's) que contemplam os objetivos, competências e habilidades a serem alcançadas com aquele projeto/atividade. Cada núcleo formativo é dividido em semanas, com duração variável, de acordo com sua carga horaria estabelecida.

Os núcleos formativos são ordenados, obedecendo a uma sequência lógica e sistematizada de conhecimentos, habilidades e atitudes a serem adquiridos pelo aluno. Para fins de que sejam atingidas as competências, existem princípios e conceitos importantes a serem estudados durante a graduação de forma que o aluno entenda as particularidades da formação profissional e possa gradativamente crescer no seu aprendizado. Nesse viés, pode-se pontuar princípios e conceitos distintos de acordo com o núcleo formativo e com o seu eixo profissional.

As competências a serem trabalhadas em cada eixo profissional se baseiam no que é recomendado pelas DCN do Curso de Marketing, além daquilo que é exigido pelo mercado de trabalho.

Por consequência, tem-se um currículo que se compromete a desenvolver nos futuros profissionais, autonomia de trabalho, capacidade crítica e ação reflexiva, capacitando o aluno a aprender continuamente, em uma abordagem interdisciplinar e

gradativa, de modo que desde o primeiro Eixo este tenha contato com a realidade social, aprendendo a mobilizar conhecimentos para enfrentar situações novas com segurança e resolver problemas reais.

Para tanto, busca-se utilizar Metodologias Ativas em todos cenários de ensino-aprendizagem, que propõem para o aluno ter iniciativa, agindo de forma cooperativa, baseando-se na aprendizagem colaborativa.

Essa metodologia destaca-se por dar maior ênfase às ações do aluno, em contraposição às formas de ensino passivas, pautadas na transmissão de conhecimentos. Nas aulas de metodologia ativa, o aprendizado acontece muito mais na articulação transversal entre os alunos, enquanto o professor/tutor é um facilitador da discussão e propositor de desafios.

Por se tratar de uma aprendizagem colaborativa, descreve-se uma situação na qual se objetiva a interação dos componentes do grupo, de forma particular, tornando-os capazes de desencadear mecanismos de aprendizagem. Assim, através de atividades de pesquisa, comunicação e partilha, o sujeito da aprendizagem constrói ativamente seu próprio conhecimento de forma crítica e reflexiva.

Assim, a tecnologia se torna uma aliada neste tipo de metodologia. Nesse aspecto, o planejamento institucional prevê incorporações, reflexões e experimentações para o uso de inovações tecnológicas, dentro e fora das salas de aula do UniAtenas. Ademais, é sensível ao uso das tecnologias, não como única fonte do processo, mas a sua totalidade, no que se refere a atuação enquanto mediadora de aprendizagem, na medida em que possibilita a interação, fora de sala de aula, entre alunos, tutores e professores para o desenvolvimento de atividades, no cumprimento de um papel importante no processo de avaliação, disseminação de informações e conteúdos por outros meios, como vídeos, por exemplo.

Para tanto, é disponibilizado o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) por meio da plataforma D2L. Dentro desse ambiente há diversas ferramentas que contribuem para a excelência das aulas e da aprendizagem. No AVA, ficam disponíveis videoaulas, material temático, slides, aprofundamento de estudos, avaliações de checagem e de progressão geral, chats on-line, fóruns para dúvidas e debates, dentre outras.

5.6.1 BASES METODOLÓGICAS

O UniAtenas institucionalizou encontros para a reflexão sobre a metodologia de ensino, para a troca de experiências e a discussão de novas estratégias e recursos essenciais à inovação didática e pedagógica. Compromisso que se faz constantemente, uma vez que o processo de aprendizagem é vivo e requer a adoção de metodologias de ensino/aprendizagem que possam revelar não só inovações didáticas e pedagógicas

pautadas na ética pessoal e profissional, mas que este processo seja atento as questões culturais, políticas, econômicas e sociais do Brasil e do mundo.

Assim, chegou-se à conclusão de que, para se trabalhar com metodologias ativas como as que são propostas pelo UniAtenas, deve ser levado em conta algumas características principais, como:

a) o aluno ser responsável por seu aprendizado, logo é oportunizada a ele a flexibilidade da organização do seu tempo;

b) o currículo ser integrado e integrador e fornecer uma linha condutora geral, no intuito de facilitar e estimular o aprendizado. Essa linha se traduz nas unidades educacionais temáticas do currículo e nos problemas, que devem ser discutidos e resolvidos pelos grupos;

d) o aluno ser precocemente inserido em atividades práticas, ainda que simuladas;

e) o aluno ser constantemente avaliado em relação ao desenvolvimento de habilidades necessárias à profissão;

f) o trabalho em grupo e a cooperação interdisciplinar e multiprofissional serem estimulados;

g) a assistência ao aluno ser individualizada, de modo a possibilitar que ele discuta suas dificuldades com profissionais envolvidos com o gerenciamento do currículo e outros, quando necessário;

h) o modelo pedagógico permitir a incorporação de novas metodologias de ensino-aprendizagem, capacitando e estimulando a educação continuada.

Logo, são utilizadas de forma sistemática e contínua, durante o desenvolvimento do curso, algumas estratégias educacionais consideradas como Metodologias Ativas de Ensino-Aprendizagem, das quais é possível citar:

a) Problematizações – Arco de Maguerez;

b) Aprendizagem Baseada em Projetos;

c) Gamificação;

d) Think-Pair-Share (Estratégia Cooperativa);

e) *Web Quest*;

f) *Minute Paper*;

g) Gincana Virtual;

h) Sala de Aula invertida;

i) dentre outras inovações.

Portanto, as metodologias ativas aqui sugeridas utilizam diferentes estratégias, buscando, concomitantemente, ensinar conteúdos e formar cidadãos críticos e reflexivos, aptos a viverem em sociedade, buscando sempre por melhorias sociais, através de atividades interativas e prazerosas, que possam auxiliar o acadêmico a adquirir competência para formar opiniões críticas e habilitá-lo à vida profissional.

5.6.2 ACESSIBILIDADE METODOLÓGICA

Visando a participação plena e efetiva de todos os acadêmicos nas estratégias de aprendizagem citadas anteriormente, o UniAtenas conta, além do professor e tutor, com Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e Acessibilidade (NAPP), a quem cabe o desenvolvimento de subsídios para o aprimoramento do processo de ensino e aprendizagem e da humanização das relações, além de identificar e minimizar lacunas que os alunos trazem em sua formação anterior.

Neste sentido, o setor de acessibilidade do NAPP, que tem a atribuição de analisar, organizar, e operacionalizar o cumprimento da legislação vigente e das orientações pedagógicas emanadas da política de inclusão no atendimento educacional especializado, objetiva:

- a) promover a inclusão, a permanência e o acompanhamento de pessoas com deficiência e necessidades específicas, garantindo condições de acessibilidade na IES;
- b) articular-se na promoção de ações voltadas às questões de acessibilidade e inclusão educacional, nos eixos da infraestrutura; comunicação e informação; ensino, pesquisa e extensão;
- c) oferecer Atendimento Educacional Especializado (AEE), a partir de uma equipe multidisciplinar, voltado para seu público-alvo.

Para tanto, conta com as Tecnologias de Informação e Comunicação instaladas nos computadores dos diversos setores da IES; com a presença de ledores para atuarem no processo seletivo e nas avaliações ou com fontes ampliadas, de acordo com as necessidades do discente; equipamentos e materiais adaptados as mais diversas deficiências e equipe profissional multidisciplinar.

Portanto, as metodologias ativas propostas pelo UniAtenas oferecem plenas condições para o desenvolvimento de conteúdos, utilizando-se, para tanto, de diversas estratégias de aprendizagem, contínuo acompanhamento das atividades desenvolvidas, acessibilidade metodológica, autonomia dos discentes, coadunando, tudo isso com práticas pedagógicas capazes de estimular uma relação teoria-prática, mediante recursos que proporcionam aprendizagens diferenciadas dentro da área de formação do curso.

5.7 APOIO AO DISCENTE

O UniAtenas conta com um Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e Acessibilidade (NAPP) que tem como missão contemplar aspectos estruturantes do perfil profissional pretendido pela instituição, atuando no campo do relacionamento interpessoal e distúrbios comportamentais e cognitivos que afetam o desempenho acadêmico, assim como garantir a acessibilidade metodológica.

Esse Núcleo, que é formado por uma equipe multidisciplinar, tem como atribuição o desenvolvimento de subsídios para o aprimoramento do processo ensino e aprendizagem e da humanização das relações, além de identificar e minimizar lacunas que os alunos trazem em sua formação anterior.

O NAPP dá apoio e assessoramento didático-pedagógico, psicológico e profissional aos docentes, tutores, coordenadores e discentes. O Núcleo é composto pelos seguintes setores, dentre outros:

O Setor de Supervisão Pedagógica, que tem a função de orientar o grupo de professores, capacitar, desafiar, instigar, questionar, motivar, despertando neles o desejo, o prazer, o envolvimento com o trabalho a ser desenvolvido e os resultados a serem obtidos.

O Setor de Orientação Pedagógica tem como premissa o comprometimento com a construção do indivíduo para o exercício da cidadania, buscando fortalecer a relação entre a realidade acadêmica e a realidade da comunidade. Tendo em foco que a visão contemporânea de orientação educacional aponta para o aluno como centro da ação pedagógica, compete ao orientador atender a todos os alunos em suas solicitações e expectativas, não restringindo a sua atenção apenas aos alunos que apresentem dificuldades de aprendizagem.

O setor de Psicologia, que é responsável por ofertar apoio psicológico a todos os discentes do UniAtenas, além de docentes e corpo técnico-administrativo. Os atendimentos, que podem ser presenciais ou mediados por Tecnologias de Informação e Comunicação, são realizados em horários flexíveis que se adaptem as necessidades dos envolvidos e tem como principal objetivo atuar sobre os desequilíbrios e dificuldades emocionais e fornecer a comunidade acadêmica o suporte psicológico necessário à boa execução de suas atividades acadêmicas e profissionais. A inserção do aluno no programa psicológico ocorre através de iniciativa própria ou encaminhamento de professores, tutores ou coordenadores de seus cursos.

O Setor de Ouvidoria é o canal de comunicação entre a instituição e seus usuários já que recebe reclamações, críticas, sugestões, elogios e outros relatos, dando credibilidade, agilidade e sigilo às informações. Suas ações visam à melhoria e o aperfeiçoamento dos serviços prestados pela instituição. Para tanto, o setor registra a informação, identifica os principais problemas, avalia o funcionamento de todos os setores, produz relatórios estratégicos e dá o tratamento/encaminhamento adequado às informações.

O setor de Acessibilidade tem como objetivo analisar, organizar, e operacionalizar o cumprimento da legislação vigente e das orientações pedagógicas emanadas da política de inclusão no Atendimento Educacional Especializado. Concebe acessibilidade em seu amplo espectro, proporcionando ações articuladas entre o ensino, à iniciação científica e a

extensão no desenvolvimento de projetos educacionais e práticas inclusivas, envolvendo docentes, tutores e acadêmicos da IES.

O UniAtenas tem como rotina a realização do processo de recepção e acolhimento dos calouros que se inicia, desde o momento da captação e matrícula. Assim, há uma grande preocupação do UniAtenas em proporcionar um apoio incondicional a esse estudante. Logo esse aluno pode contar com o NAPP que visa dar o suporte e acolhimento para alunos, professores, tutores e corpo técnico-administrativo, auxiliando na melhoria do desempenho acadêmico e o desenvolvimento pleno da pessoa humana.

O UniAtenas ainda disponibiliza, como meio de apoio aos seus discentes, dentre outros, Programas de Nivelamento, Monitoria, Tutorias, Prouni, FIES, além de bolsas parciais e integrais da própria instituição e bolsas do Sindicato dos Professores e funcionários para docentes e técnico-administrativos.

São oferecidas, ainda, as mais variadas formas de atividades complementares, extensão acadêmica curricularizada, apoio a realização de eventos promovidos pelos discentes, incentivo para participação em eventos como congressos, simpósios, seminários e qualquer outros de natureza científica, no âmbito local, nacional ou internacional, viagens de estudo e visitas técnicas assistidas.

O apoio à iniciação científica é uma prioridade, por isto, conta com revistas para divulgação dos trabalhos acadêmicos.

O UniAtenas desenvolve, ainda, uma política de acompanhamento de egresso que busca meios para que este possa restabelecer e manter o contato com seus colegas de curso, tutores e professores, integrando-os às ações na área de ensino, iniciação científica e extensão. Ademais, a IES avalia o perfil do egresso visando formar profissionais cada vez mais qualificados para o exercício de suas atribuições.

O UniAtenas apoia a participação dos estudantes em órgãos de representatividade estudantil como: Diretório Acadêmico, CONSUP, Colegiado de Curso, CONSEP, CPA, COLAP e CSPA.

5.8 GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA

A gestão do curso de do UniAtenas é realizada com o uso de ferramentas administrativas que garantam sua qualidade, de modo que seus egressos estejam preparados para os desafios da profissão. Para tanto, o gestor tira o melhor proveito das estruturas, das tecnologias, do capital e das pessoas para alcançar as metas da organização no curto, no médio e no longo prazo e, para isso, pauta sua gestão em quatro pilares: planejamento, organização, liderança e controle.

Nessa perspectiva, a autoavaliação é um fator fundamental para a garantia da qualidade. Somente através de um rigoroso e contínuo processo de autoavaliação as

instituições podem “Conhecer-se a si mesmo” e realizar seu planejamento. Através desse conhecimento, processos, pessoas, organizações ou instituições podem definir objetivos, direcionar ações, atuar sobre o presente e projetar o futuro.

Compreender a autoavaliação tendo objetivos claros, como saber para que se deve avaliar, faz com que se tenha um poderoso instrumento na gestão institucional e conseqüentemente na gestão do curso oferecido pela IES: um instrumento capaz de nortear o trabalho da gestão educacional, fornecendo insumos que contribuam no processo de melhoria da qualidade dessa IES.

É nessa perspectiva que o projeto de Avaliação Institucional e de Curso do UniAtenas realiza uma série de avaliações internas, análises de outras avaliações externas e também a verificação de vários documentos para que de forma segura e eficaz, subsidie a tomada de decisões.

A gestão do curso, em particular, é realizada considerando a autoavaliação institucional, o resultado das avaliações externas e inúmeras outras práticas avaliativas que servem como insumo para o aprimoramento contínuo do planejamento, organização e controle do curso e acontece com ampla divulgação e conhecimento por parte da comunidade acadêmica.

O coordenador de curso lidera o processo de gestão considerando um diagnóstico amplo, estruturado por meio da ferramenta administrativa chamada Análise SWOT ou Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Esta ferramenta permite uma visão ampliada para análise de cenário, sendo usada como base para gestão e planejamento estratégico do curso.

Deste modo, a análise situacional compreende o diagnóstico da realidade que é objeto da intervenção pretendida. Visa identificar os principais problemas relativos ao curso, permitindo, assim, a definição de prioridades, metas a alcançar e ações a serem desenvolvidas.

Para identificação das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, é utilizado o SINAES, que é formado por três componentes principais: a avaliação das instituições, a avaliação de cursos e a avaliação do desempenho dos estudantes. É realizado, ainda, um diagnóstico preciso que revele a situação da instituição e do curso, o que é feito através das ferramentas de aferição para montagem da matriz FOFA:

a) Avaliação Institucional de credenciamento e reconhecimento da IES: Como resultado desta avaliação tem-se um conceito institucional de 1 a 5 e um relatório com as justificativas dos conceitos que constituem em fonte riquíssima de informações sobre as fragilidades e potencialidades da instituição;

b) Autoavaliação: permite o conhecimento da opinião da comunidade sobre as atividades acadêmicas desenvolvidas. Para tanto, são utilizadas avaliações semestrais e anuais realizadas pela CPA, direcionadas ao corpo docente, coordenador de curso, corpo

discente, tutores, setores da IES, pesquisa com egressos e outras. Os instrumentos de Avaliação seguem a métrica 1 insuficiente, 2 fraco, 3 Bom, 4 ótimo e 5 excelente. Os dados obtidos são analisados e apropriados pelos atores da instituição, culminando no planejamento e na execução das ações que visem à melhoria das atividades acadêmicas e de gestão do curso e da instituição. Esse trabalho da CPA ainda subsidia à confecção de um relatório anual de autoavaliação que é postado anualmente.

c) Avaliação externa de autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos. Os resultados destas avaliações geram os conceitos de curso de 1 a 5 e um relatório com as justificativas dos conceitos que também constituem fonte riquíssima de informações sobre os cursos;

d) ENADE, que avalia o rendimento dos concluintes dos cursos de graduação, em relação aos conteúdos programáticos, habilidades e competências adquiridas em sua formação;

e) Indicadores de qualidade emitidos pelo INEP;

f) Reuniões com os Discentes;

g) Reuniões com os Docentes e tutores;

h) Reuniões com Coordenador, Orientadores e Supervisores de estágio;

i) Reuniões semestrais dos órgãos colegiados;

j) Avaliações das aulas assistidas pela supervisão pedagógica;

k) Atendimentos individuais a alunos, professores, tutores e técnico-administrativos;

l) Visitas realizadas pela coordenação de cursos a biblioteca, laboratórios e estágios;

m) Canais de comunicação: Relatórios de Não conformidade, Ouvidoria, Fale Conosco, via site, Redes Sociais;

Ainda há espaço para discussões e reflexões com vistas à gestão da qualidade através de reuniões com os órgãos: DA, COLAP, CSPA e Comissão de Acompanhamento do Cred Atenas.

De posse dos dados oriundos do diagnóstico situacional, o coordenador de curso, juntamente com sua equipe de trabalho, monta/adequa a matriz FOFA, identificando as fragilidades e potencialidades. O que estiver bom pode ser melhorado e o que estiver ruim precisa de melhoria, sendo que o método para analisar, resolver problemas e atingir metas de qualidade é o PDCA.

Neste método, é possível, além de resolver problemas, criar, manter ou melhorar processos. O método ainda permite o desdobramento em procedimentos e estabelecimento de itens de controle ou medição para garantir a qualidade do serviço.

Assim, entende que este processo avaliativo permite o levantamento e sistematização de dados e informações que certamente contribuem para o processo de

planejamento e gestão da instituição e dos cursos, objetivando o alcance da excelência acadêmica.

5.9 ATIVIDADE DE TUTORIA

A atividade de tutoria é aquela realizada por profissional de nível superior vinculado à IES, que dá suporte às atividades dos docentes, de forma presencial ou a distância.

A tutoria a distância visa mediar o processo pedagógico junto a estudantes geograficamente distantes. Para tanto, o UniAtenas disponibiliza tutores (a distância) que tenham domínio do conteúdo específico dos núcleos formativos sob sua responsabilidade, a fim de auxiliar os estudantes no desenvolvimento de suas atividades individuais e em grupo, fomentando o hábito da pesquisa e esclarecendo dúvidas em relação ao conteúdo específico. Esse tutor participa do processo de Autoavaliação Institucional avaliando o material didático e o procedimento realizado na tutoria e também é avaliado pelos estudantes e equipe pedagógica do curso.

Por outro lado, cabe à tutoria presencial atender aos estudantes, orientando sobre o uso das tecnologias disponíveis nos polos, procedimentos administrativos, acesso ao material bibliográfico, supervisionar e aplicar provas presenciais. O tutor presencial também participa do processo de Autoavaliação Institucional já que é avaliado pelos estudantes e equipe pedagógica do curso, visando constantes melhorias.

5.10 CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES NECESSÁRIAS ÀS ATIVIDADES DE TUTORIA

O corpo de tutores do curso de Marketing do UniAtenas é selecionado de acordo com as orientações emanadas de seu Estatuto, prezando sempre pela qualificação profissional, para que o trabalho desenvolvido em suas funções seja executado com qualidade, visando à formação integral do discente.

Dessa maneira, o processo seletivo leva em consideração a titulação na área do conhecimento da vaga disponível, bem como a averiguação de habilidades, atitudes e competências. De acordo com o projeto pedagógico do curso e analisando-se as atividades que devem ser desenvolvidas pelo tutor, principalmente as expostas no presente curso, o tutor do UniAtenas deve ser capacitado a:

- a) conhecer os fundamentos, estruturas, possibilidades e metodologia da educação a distância;
- b) participar de atividades de formação e promover estudos sobre educação a distância, com o intuito de manter-se constantemente atualizado;

- c) conhecer e operacionalizar o ambiente virtual de ensino e aprendizagem;
- d) conhecer e avaliar os materiais de estudo, possibilitando a melhoria destes;
- e) ter sensibilidade e comunicação efetiva para conhecer os alunos, entendendo as diferenças individuais como condicionantes do ritmo de aprendizagem;
- f) ser perceptivo e atuante para apontar falhas no sistema de tutoria;
- g) sugerir melhorias no sistema de educação a distância, seja por observação de falhas ou mediante críticas feitas pelos alunos;
- h) fomentar um sentimento de autorresponsabilidade, proporcionando a permanência do aluno no curso;
- i) detectar com antecedências as possíveis dificuldades e problemas de aprendizagem que poderão surgir, possibilitando a busca de soluções.

Uma vez selecionado, o tutor passa por processo de integração e capacitações internas complementares para que melhor possa desenvolver suas atividades, e assim colaborar para o êxito do processo de ensino-aprendizagem e permanência e êxito dos discentes na IES. Para tanto, conta com o indispensável apoio do Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e Acessibilidade (NAPP), que disponibiliza um supervisor pedagógico por curso, que tem como função assessorar e dar apoio didático-pedagógico para o exercício competente, criativo, interativo e crítico da tutoria.

Inclusive, as capacitações citadas podem ser derivadas do processo avaliativo, periodicamente realizado pela instituição, que revela as fragilidades e potencialidades do tutor, do corpo docente, da infraestrutura física e tecnológica, do curso e da IES. Esse processo avaliativo é feito por intermédio do corpo discente e os dados obtidos servem como insumos para CPA, Coordenações de curso, Ensino a Distância e Pró-Reitoria Acadêmica.

5.11 TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM

A Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) é composta por recursos didáticos constituídos por diferentes mídias e tecnologias, síncronas e assíncronas.

O UniAtenas institucionalizou recursos de TICs para o desenvolvimento de métodos e práticas de ensino aprendizagem inovadoras, visando criar uma cultura acadêmica que considere tais recursos como instrumentos otimizadores da aprendizagem individual e em grupo. A rede de sistemas de informação e comunicação funciona em nível acadêmico, administrativo e social, objetivando o pleno desenvolvimento institucional, proporcionando a todos os integrantes do sistema a dinamização do tempo.

As salas de aulas contam com suporte de modernos televisores ou smart TVs, computadores e ainda rede *wireless* de internet para todo o campus e para uso de toda comunidade acadêmica, favorecendo a comunicação e o acesso à informação.

Ademais, é disponibilizado aos alunos 04 laboratórios de informática, além do Laboratório de informática itinerante. Os laboratórios fixos ainda contam com televisores/Smart TVs com computadores acoplados como recursos audiovisuais para auxiliar no processo de ensino-aprendizagem.

O UniAtenas conta com equipamentos para o desenvolvimento de atividades de videoconferência.

Os laboratórios de habilidades são compostos por simuladores que propiciam ao aluno o treinamento real de procedimentos médicos. Alguns deles aliam a Tecnologia da Informação com as práticas clínicas por meio de softwares..

Os laboratórios multidisciplinares de Biologia Celular, Histologia e Embriologia, destaca-se a utilização do **Microscópio Biológico Digital com Câmera e Vídeo**.

A IES fornece total assistência para o desenvolvimento de conteúdos educacionais e materiais didáticos por meio da utilização de recursos. É constante a mediação pedagógica, buscando abrir um caminho de diálogo permanente com as questões atuais, trocando experiências, debatendo dúvidas, apresentando perguntas orientadoras, orientando nas carências e dificuldades técnicas ou de conhecimento, propondo situações problemas e desafios, desencadeadores e incentivadores de reflexões, criando intercâmbio entre a aprendizagem e a sociedade real.

É oportunizado o relacionamento acadêmico do aluno com a instituição, o professor e o tutor via *web* e também por dispositivos móveis.

Todo esse processo é possível porque a IES, por meio de sua rede de computadores interna, opera com *backbones* de 10/100/1000 bits/segundo, conectada via fibra óptica a internet, por link dedicado com velocidade de 600 Mbps e comunica com a comunidade acadêmica por meio de seus portais, com software de Gestão da TOTVS, que disponibiliza o software eduCONNECT para dispositivos móveis, objetivando o acesso eletrônico aos dados acadêmicos e administrativos.

O software da TOTVS, com conceito de ERP, permite o relacionamento acadêmico do aluno com a instituição, tutor e professor via *web* e *mobile*, para realização da renovação de matrícula, emissão de histórico, dentre outras possibilidades.

A TOTVS ainda oferece aos coordenadores de curso o suporte na tomada de decisões por meio de relatórios gerenciais, permitindo-lhe acompanhar a vida acadêmica de seus alunos da sua própria sala, facilitando, assim, todo o apoio a comunidade acadêmica e gestão do curso como um todo.

O relacionamento do aluno com a instituição, o professor e o tutor ainda acontece através das plataformas / aplicativos Microsoft Teams, Zoom, whatsapp business e redes

sociais. Todas essas ferramentas são utilizadas também pelo corpo docente e técnicos administrativos para se relacionar com a instituição.

O UniAtenas dispõe do software da D2L, que oferece a plataforma *Brightspace*, que é um Ambiente Virtual de Aprendizagem. É oferecido, ainda, o *Microsoft Teams*, que é uma ferramenta de colaboração e comunicação que funciona como um *hub* digital entre professores, tutores, alunos e coordenação de curso, reunindo, em um só lugar, conversas, conteúdos e aplicativos.

A biblioteca ainda disponibiliza a seus alunos, tutores e professores os acervos digitais da Biblioteca do Grupo A, além da base de dados de pesquisa EBSCOhost.

Também são construídos pelos professores conteudistas ou adquiridos, pela IES, todo o material didático instrucional digital necessário as aulas.

Por sua vez, a comunidade acadêmica ainda conta com diversos programas e softwares de computadores destinado a execução de seus trabalhos.

As TIC são utilizadas pelos docentes e tutores continuamente nos processos de ensino aprendizagem visando o desenvolvimento dos núcleos formativos previstos no PPC, de modo a propiciar nos discentes o domínio e autonomia na utilização destes recursos, ficando claro o quão importante é o seu uso para que se tenha uma formação de qualidade.

As TIC's favorecem significativamente a interatividade entre toda a comunidade acadêmica que tem assegurado o acesso a materiais ou recursos didáticos a qualquer hora e lugar, possibilitando experiências diferenciadas de aprendizagem baseadas em seu uso.

Todo esse arcabouço tecnológico disponibilizado acabar por exigir a oferta de apoio técnico remoto. Esse apoio, que visa oferecer auxílio para a utilização dos mais variados recursos tecnológicos, se dá mediante equipe própria, especializada e preparada para atuar, tanto presencialmente, quanto à distância, utilizando, para tanto, qualquer dos recursos já citados.

A gestão administrativa e acadêmica conta com sistema de telefonia e rede de computadores em todas as salas, relatórios de não conformidades, sugestões, ouvidorias, relatórios de autoavaliação, dentre outros instrumentos.

A comunicação externa acontece por meio diversos meios.

Pensando no item ouvidoria, o UniAtenas tem total autonomia e independência, pois é o porta-voz da sociedade, dos docentes, dos tutores, discentes e pessoal administrativo em atos que mereçam elogios ou em irregularidades praticadas pelos alunos, professores, tutores e funcionários desta Instituição de Ensino. Importante destacar que as ouvidorias são responsáveis pelo fortalecimento das relações com a comunidade acadêmica, pela transparência das ações e pela garantia da melhoria da qualidade dos serviços oferecidos pela IES.

Quanto à questão de acessibilidade atitudinal, pedagógica e de comunicação, a Instituição tem instalado em seus computadores softwares livres que facilitam a realização de suas atividades pelo acadêmico.

As soluções tecnológicas inovadoras ficam por conta, dentre outros:

- a) dos aplicativos utilizados para realização de chamada virtual, abertura de chamados para recebimento de apoio/suporte técnico; preenchimento dos questionários eletrônicos do processo de autoavaliação; acompanhamento de notas e comunicação direta com o corpo discente, tutorial e docente por meio de aplicativos para dispositivos móveis;
- b) do trabalho com computação nas Nuvens (*Cloud Computing*);
- c) do uso de aplicativo para assinatura digital das documentações da IES;
- d) da ferramenta da DreamShaper.

5.12 AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM (AVA)

Com o objetivo de atender ao modelo pedagógico de Educação a Distância ou a oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância (EaD) nos cursos de graduação presenciais, o UniAtenas utiliza a plataforma da D2L, que oferece o *Brightspace*, um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) que permite ao aluno flexibilidade de acesso considerando-se a esfera temporal (qualquer dia e hora) e a esfera espacial/geográfica (de qualquer local), além de flexibilidade na organização dos estudos. É oferecido, ainda, o *Microsoft Teams*, que é uma ferramenta que funciona como um *hub* digital entre professores, tutores, alunos e coordenação de curso, reunindo, em um só lugar, conversas, conteúdos e aplicativos.

O AVA, que está totalmente integrado ao sistema acadêmico institucional, pode ser acessado por diferentes mídias (celular, tablete, notebook, computador), suportes e linguagens), mediante senha disponibilizada logo após a realização da matrícula. Nele podem ser realizadas atividades como: atividades individuais ou coletivas a distância, utilização de recursos como material didático online; fóruns; exercícios de fixação; vídeos-aulas; biblioteca virtual; sala de aula virtual; mural; e-mail interno e cronograma do núcleo formativo.

Essas atividades possibilitam a cooperação e interação entre tutores, discentes e docentes, o que é indispensável para a harmonia e excelente condução das aulas, vez que permite a constante reflexão e revisão sobre o conteúdo dos núcleos formativos ministrados.

Importante destacar que o UniAtenas oferece a acessibilidade metodológica, instrumental e comunicacional a todos os seus usuários. Assim sendo, uma vez identificada a necessidade de materiais diferenciados, basta acionar a empresa responsável pela

elaboração dos materiais (Grupo A) para que esta cadastre o aluno para receber a versão adaptada do conteúdo.

5.13 MATERIAL DIDÁTICO

Cada núcleo formativo prevista na matriz curricular conta com um conjunto de materiais instrucionais que auxiliam no processo de construção do conhecimento e na interação entre os envolvidos (supervisão pedagógica, docentes, tutores e discentes).

Esses materiais instrucionais ou didáticos são produzidos/fornecidos pelos professores conteudistas do UniAtenas ou adquiridos do Grupo A, mediante contrato específico.

No caso dos professores conteudistas contam com total apoio da IES para a produção do material autoral.

Em qualquer dos casos, o material produzido é supervisionado e validado pelos professores e equipe técnica multidisciplinar. Ressalta-se que essa validação leva em consideração os objetivos do curso, a acessibilidade metodológica e instrumental, o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso, a atualização da área e a adequação da bibliografia de modo que melhor possa ser explorada a sua abrangência, aprofundamento e coerência teórica.

Neste sentido, cada núcleo formativo é dividido em semanas e cada uma destas é composta por conteúdos e atividades, criteriosamente selecionados, que viabilizam ao aluno um papel ativo no processo de construção do conhecimento. Neste sentido, compõe a trilha de aprendizagem do UniAtenas Videoaula, Slides, Material Temático, Aprofundamento de estudos e Avaliações de Checagem.

No que se refere ao material produzido pelo Grupo A, este é mais um recurso de suporte oferecido ao acadêmico e ao docente, com a trilha da Sagah, Solução Educacional inovadora, baseada em metodologias ativas de aprendizagem e conteúdos didáticos e interativos, cuja trilha é composta por Introdução, Desafio de Aprendizagem, Infográfico, Conteúdo do livro, Dica do professor, Exercícios, Na Prática e Saiba Mais.

Todo esse material produzido, por ser virtual, atende satisfatoriamente a demanda acadêmica existente, uma vez que, sempre que um novo aluno ingressa no curso, recebe, logo após a efetivação da matrícula, login e senha para acesso.

Além disso, precisa ser ressaltado que, a cada momento que os núcleos formativos forem novamente ofertados, passarão por um processo de reanálise para aprovação e/ou possíveis atualizações.

No que se refere ao material impresso, a plataforma possibilita a impressão de todo o material disponibilizado virtualmente, com configuração adequada, caso seja da necessidade particular do discente.

5.14 PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO E DE AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM

A avaliação compreende um recurso pedagógico útil e necessário para auxiliar cada educador e cada educando na busca e na construção de si mesmo, do ensino e da aprendizagem. Não é mais permitido que a avaliação seja um instrumento de tirania da prática pedagógica, um instrumento de ameaça.

O ato de avaliar deve estar a serviço da obtenção do melhor resultado possível, um recurso que é utilizado para verificar não o que o aluno não sabe, e sim o conhecimento que ele foi capaz de construir. Assim, é imprescindível que o docente tenha em mente o que se propôs a ensinar. E quais competências e habilidades quer desenvolver. Deve investigar os conhecimentos dos discentes, utilizar diferentes instrumentos de avaliação, redirecionar seu trabalho a partir dos levantamentos de dados obtidos sobre seus alunos, e deixar isso claro para eles. E acima de tudo, não considerar o produto final apenas, mas ver a avaliação como um processo de aprendizagem contínuo e cumulativo, que inclusive avalie o desenvolvimento e a autonomia do discente.

Nesse viés, o acompanhamento e a avaliação, para atingir sua finalidade educativa, devem ser coerentes com os princípios psicopedagógicos e sociais do processo de ensino-aprendizagem adotados pelo UniAtenas.

O processo avaliativo dos cursos de graduação do UniAtenas acontece através de ferramentas síncronas e assíncronas e está pautado em um caráter processual, dinâmico, co-participativo e integrado ao processo de ensino e aprendizagem, abordando aspectos cognitivos (saber), habilidades e destrezas (fazer) e atitudinais (ser).

A verificação dos desempenhos, parte visível da competência, estabelece-se em:

a) Avaliação Formativa entendida como prática de avaliação contínua, portanto com uma relação cíclica e reflexiva de análise do dia a dia do caminhar do ensino aprendizagem do aluno, sendo intrinsecamente interligada à ação docente;

b) Avaliação Somativa é utilizada ao final de uma etapa de aprendizagem, seja esta etapa curta (semanalmente) ou longa (mês) com objetivo de avaliar o resultado da aprendizagem, observando que:

I - a avaliação somativa apresenta característica informativa e verificadora das competências e habilidades desenvolvidas ao final daquela etapa;

II - a avaliação somativa é classificada em 4 (quatro) modalidades:

- Avaliação de Progressão Geral;
- Avaliação de Checagem;
- Avaliação Optativa;
- Avaliação de Exame Especial.

Dessa forma o sistema de avaliação do UniAtenas é construído processualmente, tomando como base os resultados das avaliações que são realizadas nas etapas de implantação da proposta curricular.

5.15.1 ANÁLISE DAS AVALIAÇÕES ESCRITAS

O setor de provas é responsável pela sistematização do processo das avaliações cognitivas. Esse processo se inicia com a entrega de um pen-drive para cada professor para que este coloque o arquivo digital da avaliação e o entregue ao coordenador do curso. De posse da avaliação, o coordenador faz a análise técnica, passa para o supervisor pedagógico responsável pelo curso, que faz a análise pedagógica. O setor de provas faz a revisão linguística e a avaliação é repassada para o coordenador e o professor validarem as possíveis alterações antes da aplicação. Ao voltar o arquivo para o setor de provas, este irá zelar pela padronização da formatação e impressão quando avaliação física, ou alimentação no portal, quando digital.

5.15.2 VISTA DE PROVAS

O professor, após a correção das avaliações, entrega estas aos alunos e neste momento realiza, oralmente, a análise de questão por questão junto a eles, em um processo de *feedback* e reforço das habilidades e competências a serem alcançadas.

5.15.3 APROVAÇÃO DO DISCENTE POR NÚCLEO FORMATIVO:

O cálculo da nota final do processo avaliativo do núcleo formativo é obtido mediante a aplicação da seguinte fórmula:

Nota Final = (Avaliação de Progressão I) + (Avaliação de Progressão II + (Avaliações de Checagem) + (Avaliação Formativa).

Considera-se aprovado, o aluno que obtiver nota final igual ou superior a 60 (sessenta) pontos.

A Avaliação de Exame Especial compreende as competências e habilidades que foram trabalhadas no decorrer do núcleo formativo. Para tanto, o Exame Especial será ofertado após o fechamento do núcleo formativo, para o aluno que tenha alcançado nota final entre 40 (quarenta) e 59,9 (cinquenta e nove vírgula nove) pontos.

Na avaliação de Exame Especial a nota final é recalculada pela fórmula:

$NF = \frac{CA + (EE \times 2)}{3}$, em que

3

• **NF** representa a nota final;

- **CA** é o resultado obtido no núcleo formativo antes da recuperação;
- **EE** representa a nota do exame especial.

É promovido ao eixo profissional seguinte o aluno aprovado nos núcleos formativos cursados no período letivo. Admite-se, ainda, a promoção com dependência(s), sem limite de quantidade, que deverá (ão) ser cursada (s) posteriormente, observadas as situações de existência de pré-requisitos previstos na matriz curricular ou em Regulamento de Estágio/Internato próprios do curso.

É atribuída nota zero (0) ao aluno que utilizar meios ilícitos ou não autorizados pelo professor/tutor quando da elaboração de trabalhos de verificação parcial, provas, ou qualquer outra atividade que resulte na avaliação de conhecimento, por atribuições de notas, sem prejuízo de aplicação de outras sanções previstas no Estatuto.

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

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

Os critérios de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem Estágios Supervisionados obedecem às regras previstas no Regulamento específico.

Ressalta-se que todo o procedimento ora narrado está sistematizado na IES, sendo disponibilizado e esclarecido aos acadêmicos por várias formas, como por exemplo, no início do curso, através das atividades de acolhimento, no PPC e Manual do Aluno, acessíveis nas diversas plataformas digitais institucionais.

5.16 ESTUDO DE VIABILIDADE DE VAGAS

O curso de Marketing do UniAtenas oferece 300 (trezentas) vagas totais anuais,. Esse número de vagas está pautado em estudos periódicos, quantitativos e qualitativos e em pesquisas com a comunidade acadêmica que comprovam que tanto o corpo docente quanto a infraestrutura física e tecnológica disponibilizada para o ensino, pesquisa, iniciação científica e extensão estão adequados para a oferta de um ensino de qualidade.

Inclusive, essa adequação é ratificada por estudos e pesquisas permanentes, concretizadas por uma série de ferramentas de aferição.

Importante ressaltar que as fragilidades encontradas nestas aferições são administradas pelo UniAtenas utilizando-se o método do PDCA. Com isso, a IES busca a melhoria contínua dos processos relacionados a organização didático-pedagógica, do corpo

docente e das condições de infraestrutura física e tecnológica para o ensino, a iniciação à pesquisa e extensão.

Tudo isso, com certeza, favorece o alcance dos objetivos institucionais que visam a consolidação do UniAtenas como centro de excelência na Educação e Negócios de referência nacional, estimulando o desenvolvimento do conhecimento e habilidades de seus acadêmicos e oferecendo-lhes não somente formação técnica, mas também princípios que formem o cidadão, com a colaboração de capacitados docentes e utilização de modernas tecnologias didático-pedagógicas.

Ainda tendo em mente esse objetivo, precisa ser trazido à tona as muitas negativas que o UniAtenas recebeu de calouros que afirmavam não se matricularem por não conseguirem conciliar o horário de trabalho com o horário das aulas disponibilizadas para o curso.

Somado a estes, ainda existem aqueles que evadiram-se de um curso por terem tido que escolher entre estudar e trabalhar.

Deste modo e buscando, então, uma alternativa a estas realidades, que não é exclusiva do município de Paracatu, mas que acontece em vários lugares da região, do estado e até mesmo do Brasil, foi que o UniAtenas optou por oferecer o curso de Marketing na modalidade Ensino a Distância (EaD), uma vez que esta permitiria que estudantes conquistassem o tão sonhado título de tecnológico em Marketing, por intermédio da internet e de outras tecnologias, e ainda, com horário e turnos de aulas flexíveis.

Por outro lado, quando se pensa em um estado, e até um país, com dimensões continentais, como é o nosso caso, a oferta de um curso superior na modalidade EaD, especialmente o curso de Marketing, tão almejado por tantos jovens e adultos, surge como uma alternativa de acesso ao ensino superior, gerando oportunidades de formação para milhares de brasileiros, e, mais do que isso, conecta o país às tendências e inovações tecnológicas mundiais.

Aliado a estes fatores, ainda tem-se a realidade mercadológica que revela que as oportunidades para quem optou pela graduação, em Marketing, cresceram rapidamente. Inclusive, uma demonstração clara dessa afirmação é a consulta rápida ao LinkedIn (www.linkedin.com.br), a rede social mais utilizada sob o aspecto profissional. Uma pequena busca por vagas a procura, em maio de 2023, retornou mais de 15.000 resultados, demonstrando que o mercado ainda necessita de técnico em Marketing para atuação.

Ademais, a carreira do técnico em Marketing, tem diversos ramos de atuação e quem se forma neste curso pode optar por atuar em um amplo campo, eles podem trabalhar em empresas de diferentes setores, agências de publicidade e marketing, consultorias, instituições de ensino, organizações sem fins lucrativos e até mesmo empreender seus próprios negócios. As áreas de atuação incluem gestão de marketing,

marketing digital, pesquisa de mercado, branding, publicidade, comunicação, vendas, análise de dados e consultoria. Os profissionais de marketing podem ocupar cargos como gerente de marketing, analista de marketing, especialista em mídia social, consultor de marketing, coordenador de campanhas publicitárias, entre outros. O curso de marketing proporciona uma ampla gama de oportunidades de carreira, permitindo aos profissionais se adaptarem às demandas do mercado e explorarem diversas áreas de interesse.

Desta maneira, a oferta do Curso de Marketing do UniAtenas é reconhecida pelos envolvidos e por toda a comunidade acadêmica e evidencia a preocupação da IES em ofertar uma formação de excelência, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida, baseando-se em processos científicos para a atuação do acadêmico e para o exercício pleno de sua cidadania.

5.17 INTEGRAÇÃO COM AS REDES PÚBLICAS DE ENSINO

O UniAtenas, por meio de sua mantenedora, celebrou convênios com diversas entidades, públicas e privadas, visando a realização do estágio obrigatório e atividades extracurriculares aos licenciados do curso de Marketing. Tais atividades têm o condão de possibilitar que os conteúdos vistos ao longo do curso sejam aplicados na prática, observando e executando rotinas que farão parte de sua futura atuação profissional.

Deste modo, os convênios firmados promovem a integração com a rede pública de ensino, e particular também, permitindo a execução de ações, propostas e práticas pedagógicas que viabilizam o desenvolvimento, a testagem, a execução e a avaliação de estratégias didático-pedagógicas, inclusive com o uso de tecnologias educacionais disponibilizadas pela IES.

Todas estas atividades e experiências são documentadas em relatórios específicos, sendo que o orientador de estágio avalia cada um deles, observando sua abrangência, consolidação e, é claro, se os resultados foram relevantes, tanto para os discentes, quanto para as escolas de educação básica, especialmente aquelas ações consideradas exitosas ou inovadoras.

PARTE VI – CORPO DOCENTE E TUTORIAL

6.1 ATUAÇÃO DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE)

6.1.1 COMPOSIÇÃO DO NDE

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso de Marketing do UniAtenas foi concebido em conformidade com a Resolução CONAES nº 01, de 17 de junho de 2010, com o objetivo de acompanhar, analisar e atuar em todo processo de concepção, consolidação e atualização do Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

Esse Núcleo é constituído de 5 (cinco) docentes e mais o coordenador de curso. A escolha dos representantes docentes foi feita pelo colegiado de curso para um mandato de 4 (quatro) anos, com possibilidade de recondução.

O NDE se reúne, ordinariamente, pelo menos, uma vez por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo coordenador ou a requerimento de 2/3 dos membros que o constituem. Suas reuniões são registradas através de atas.

O NDE tem caráter de instância autônoma, colegiada e interdisciplinar, possuindo atribuições consultivas, propositivas e de assessoria sobre matéria de natureza acadêmica, sendo corresponsável pela elaboração, implementação, acompanhamento, atualização e consolidação do PPC de Marketing.

6.2 EQUIPE MULTIDISCIPLINAR

Tendo em vista a necessidade que se tem de oportunizar o contato dos discentes com a interdisciplinaridade e diferentes olhares sobre um mesmo objeto estudado, fazendo-o entender o saber como um todo, e não como partes ou fragmentações, os cursos de graduação do UniAtenas contam com uma equipe de trabalho multidisciplinar, constituída por profissionais de diferentes áreas do conhecimento.

Essa equipe, de relevada importância para os cursos, é responsável pela concepção, produção e disseminação de tecnologias, metodologias e de recursos educacionais para o ensino a distância, bem como pelo suporte pedagógico e operacional no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atendendo aos alunos quanto às dúvidas no ambiente acadêmico, mediando fóruns, postando avisos, provas, questionários e demais informações pertinentes, assim como trabalham em conjunto em diferentes fases da execução da disciplina/núcleo formativo, quando for o caso, partindo da análise, planejamento, desenvolvimento, implementação e avaliação. Logo, a referida equipe, juntamente com o Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Profissional e Acessibilidade (NAPP), Setor de Tecnologia da Informação e Comunicação, NDE, Colegiado e Coordenador de

Curso são os grandes responsáveis para que o curso alcance os seus objetivos e os alunos adquiram as competências e habilidades previstas no Projeto Pedagógico.

Diante de sua grande responsabilidade, a equipe multidisciplinar do Ensino a Distância do UniAtenas conta com um plano de ação que prevê atividades que favorecem a formulação, programação e implementação de diretrizes e metas articuladas com as políticas e objetivos educacionais da IES e também do Curso, sempre em parceria com a supervisão pedagógica, Colegiado e o NDE, o que possibilita a administração das possíveis fragilidades e potencialidade do corpo docente e de tutores do seu curso, favorecendo a integração e a melhoria contínua. Ressalta-se que para tanto utiliza-se do método do PDCA.

Conta, também, com documento que formaliza todo o processo de trabalho da equipe, devidamente aprovação pela Pró-Reitoria Acadêmica.

6.3 ATUAÇÃO DA COORDENAÇÃO DE CURSO

A Coordenação de Curso, neste ato representada pela professora Viviane Gomes Carvalho exerce a função de principal gestor do curso, sendo que suas atribuições, dentre outras, são:

a) assessorar a Pró-Reitoria Acadêmica na formulação, programação e implementação de diretrizes e metas articuladas com as políticas e objetivos educacionais da IES e do Curso;

b) gerenciar o desenvolvimento do PPC, em parceria com o colegiado de curso e o NDE, e propor sua revisão diante das necessidades de mudança, compatibilização e aperfeiçoamento do curso no âmbito interno da instituição e no âmbito externo;

c) supervisionar a elaboração e a implantação de programas e planos de ensino buscando assegurar articulação, consistência e atualização do ementário e da programação didático-pedagógica, objetivos, conteúdos, metodologia, avaliação e cronograma de trabalho;

d) gerenciar a execução da programação acadêmica do curso zelando pelo cumprimento das atividades propostas e dos programas e planos de ensino e respectiva duração e carga horária dos núcleos formativos;

e) acompanhar o desempenho docente, do do tutor e discente mediante análise de registros acadêmicos, da frequência, do aproveitamento dos alunos e de resultados das avaliações e de outros aspectos relacionados à vida acadêmica;

f) promover estudos e atualização dos conteúdos programáticos, das práticas de atividades de ensino e de novos paradigmas de avaliação de aprendizagem;

g) elaborar e gerenciar a implantação de horários e a distribuição de núcleos formativos aos professores e tutores, obedecidas à qualificação e às diretrizes gerais do UniAtenas;

O relacionamento do coordenador de curso com os docentes e tutores, dentre inúmeros momentos, ocorre através da atuação efetiva no NDE, com o objetivo de acompanhar, analisar e atuar em todo processo de concepção, consolidação e atualização do PPC; por meio da sua presidência no Colegiado do Curso, nas reuniões pedagógicas semanais, nas capacitações pedagógicas, jornadas temáticas, seminários e diversos outros canais de comunicação e interação existentes no UniAtenas.

Ademais, o coordenador de curso ainda se relaciona com toda a equipe do estágio, mediante reuniões periódicas, visando ao bom andamento das atividades práticas.

O relacionamento também ocorre, ainda, com a equipe multidisciplinar do UniAtenas visando acompanhar de perto, todo o processo de concepção, produção e disseminação de tecnologias, metodologias e recursos educacionais. Assim, periodicamente reuniões são realizadas visando a melhoria contínua do processo de ensino aprendizagem.

Ainda falando em relacionamento, precisa ser destacado aquele envolvendo o corpo discente, já que a gestão acadêmica dos cursos do UniAtenas realiza reuniões periódicas com os representantes de turma. A interação acontece também nas mais diversas atividades acadêmicas como: acolhimento nos primeiros dias de aula, atendimentos individuais, seminários, jornadas temáticas, ouvidoria e outros tantos canais de comunicação disponibilizados pela IES.

Convém ressaltar que colabora para um bom desempenho do papel do coordenador do curso de Marketing do UniAtenas, a presença de um supervisor pedagógico para o curso, bem como sua formação e experiência profissional do coordenador.

Ademais, visando uma gestão com qualidade satisfatória, pautada nos princípios adotados pela instituição, os coordenadores de cursos do UniAtenas adota um plano de ação que possui atividades e indicadores que favorecem a formulação, programação e implementação de diretrizes e metas articuladas com as políticas e objetivos educacionais do UniAtenas e também do Curso, sempre em parceria com a supervisão pedagógica, Colegiado, NDE e equipe multidisciplinar, o que possibilita a administração das possíveis fragilidades e potencialidade do corpo docente e de tutores do seu curso, favorecendo a integração e a melhoria contínua. Ressalta-se que, para tanto, utiliza o método do PDCA já citado anteriormente.

6.3.1 REGIME DE TRABALHO

Pensando no desempenho eficaz de uma coordenação de curso, o Regime de Trabalho do Coordenador do curso de Marketing do UniAtenas é de Tempo Integral (TI) de 40 (quarenta) horas semanais, sendo 4 (quatro) horas em sala de aula e as demais focadas para gestão e coordenação do curso. Esta disponibilidade de horas oportuniza uma relação estreita com o corpo discente, tutores e equipe multidisciplinar, e docente, assim como a representatividade nos colegiados de curso e no CONSEP, favorecendo dessa maneira a integração e melhoria do processo de forma contínua.

Ressalta-se que este processo de gestão do coordenador de curso é acompanhado, de perto, por superiores hierárquicos que, através de indicadores, verificam o seu desempenho. Para tanto, utilizam, dentre outras ferramentas, da avaliação do coordenador de Curso, realizada pela CPA e apresentada dentre os instrumentos citados no indicador "Gestão do Curso e os Processos de Avaliação interna e Externa", bem como dos princípios fundamentais nas Coordenadorias dos Cursos, previstos no PDI: legalidade; mercadológica; conhecimento científico da área do curso; organização educacional em que o curso estiver inserido e liderança.

6.4 CORPO DOCENTE

O corpo docente do UniAtenas é composto de professores integrantes da carreira do magistério superior, constituído de três categorias: Professor Especialista, Mestre e Doutor e, eventualmente, de professores substitutos, visitantes e colaboradores.

Esses professores são contratados com o regime de trabalho integral, parcial ou horista necessário para suprir as demandas da IES e do curso.

Os docentes selecionados pelo UniAtenas devem possuir formação e titulação compatível com a função a ser exercida. Além disso, devem possuir experiência profissional no mundo do trabalho, o que permite apresentar exemplos contextualizados com relação a problemas práticos, de aplicação da teoria ministrada em diferentes núcleos formativos em relação ao fazer profissional.

Também é desejável que o corpo docente tenha experiência no exercício da docência do ensino superior, assim como na docência na educação a distância, uma vez que estas permitirão o desenvolvimento de um perfil crítico, reflexivo, humanístico e ético.

6.5 TUTORES

O tutor é o profissional de nível superior, vinculado à IES, que atua na área de conhecimento de sua formação, dando suporte às atividades dos docentes. Esse suporte tanto pode se dar de forma presencial quanto mediado por tecnologias (a distância).

O tutor presencial é aquele que atende e orienta os estudantes acerca do uso das tecnologias disponíveis, procedimentos administrativos, acesso ao material bibliográfico, bem como supervisiona e aplica provas presenciais.

Por outro lado, o tutor a distância faz a mediação do processo pedagógico junto aos estudantes geograficamente distantes. Para tanto, é indispensável que tenha domínio do conteúdo específico dos núcleos formativos sob sua responsabilidade, a fim de auxiliar os estudantes no desenvolvimento de suas atividades individuais e em grupo, fomentando o hábito da pesquisa e esclarecendo dúvidas em relação ao conteúdo específico.

É desejável que o corpo de tutores tenha experiência em educação a distância.

6.6 ATUAÇÃO DO COLEGIADO DE CURSO OU EQUIVALENTE

O UniAtenas opta por uma gestão democrática e participativa. Nesse viés, oportuniza os diferentes segmentos acadêmicos a entenderem a importância da participação na gestão institucional.

Nesse viés, o Colegiado do curso de Marketing, por exemplo, é um órgão deliberativo e consultivo, de natureza acadêmica, constituído dos seguintes membros: coordenador de curso, professores ministram núcleos formativos no curso, tutores que fazem tutorias no curso e um representante do corpo discente do curso, escolhido pelos seus pares, que deve estar regularmente matriculado, não estar em dependência e ter desempenho acima de 80% nas núcleos formativos cursados.

Esse colegiado tem como dirigente o Coordenador de Curso e, em seu impedimento e/ou ausência, é designado um substituto dentre os professores do curso. Suas reuniões ocorrem, ordinariamente, uma vez por semestre e, extraordinariamente, quando convocado pelo Coordenador de Curso ou a requerimento de 2/3 (dois terços) dos membros que o constituem. A cada reunião, o supervisor pedagógico do curso elabora uma ata na qual se registra todas as decisões discutidas pelo Colegiado. Assim, após a aprovação da mesma (da ata), é coletada assinatura de todos os participantes para, conforme fluxo determinado, ser encaminhada, através da coordenação do curso, para que a Assessoria e Pró-Reitoria Acadêmicas do UniAtenas possam tomar conhecimento, bem como providências cabíveis para auxiliar, no que for necessário, o cumprimento de tais determinações. Ressalta-se que o coordenador do curso é o responsável, ainda, pelo acompanhamento da execução de todos os processos decisórios vinculados ao citado colegiado.

6.7 INTERAÇÃO ENTRE TUTORES, DOCENTES E COORDENADORES DE CURSO A DISTÂNCIA

A interação entre os tutores, docentes e coordenador do curso de Marketing do UniAtenas acontece por intermédio de reuniões periódicas onde esses profissionais, juntamente com a supervisão pedagógica, tem a oportunidade de conversarem sobre o núcleo formativo que estão sob suas responsabilidades. Assim, podem trocar experiências, esclarecer dúvidas, enriquecer o material didático, tratar as fragilidades encontradas, planejar ações futuras, enfim, analisar e tratar questões relacionadas ao curso e, se for o caso, encaminhar para os setores competentes. Para essa mediação e articulação de atividades, podem ser realizados encontros presenciais ou ainda, via plataforma AVA.

PARTE VII – INFRAESTRUTURA

O *campus* do UniAtenas, localizado na Rua Euridamas Avelino de Barros, nº 1.400, bairro Prado, na cidade de Paracatu-MG, funciona no horário das 07h às 23h00min.

Esse espaço conta com uma infraestrutura ampla, construída em blocos, com espaços padronizados, fiéis a identidade visual da Mantenedora. Além disso, em toda sua extensão, o UniAtenas atende às questões de acessibilidade, conforto e segurança necessários para que o corpo social possa realizar as atividades acadêmicas propostas nos respectivos projetos pedagógicos dos cursos, além de disponibilizar conforto, iluminação, ventilação, climatização, acústica, acessibilidade, recursos e equipamentos para garantir o alcance de seus objetivos.

Na área de segurança, conta com pessoal treinado e distribuído nas dependências do *Campus* em tempo integral, além de Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e o Programa de Controle de Saúde Ocupacional (PCMSO).

Dessa forma, a infraestrutura física da Instituição está adequada para os cursos em funcionamento e comporta, confortavelmente, toda a sua comunidade acadêmica.

A IES conta, além da sede, com 07 (sete) polos de Educação a Distância, todos próprios, muito bem estruturados, padronizados, arejados, acessíveis e devidamente equipados e preparados para as atividades para as quais foram planejados. Ressalta-se que, atualmente, os polos estão localizados nas cidades de João Pinheiro, Passos, Sete Lagoas e Vazante, em Minas Gerais, nas cidades de Valença e Porto Seguro, na Bahia e, no estado do Mato Grosso, na cidade de Sorriso. A infraestrutura física e de pessoal de cada Polo consta em documentação anexa.

7.1 ESPAÇO DE TRABALHO PARA DOCENTES EM TEMPO INTEGRAL

Os docentes em Tempo Integral (TI) e os membros do NDE possuem instalações adequadas para realização de seu trabalho. Para tanto, contam com um ambiente composto por uma recepção, gabinetes de trabalho individual para professores/tutores, sala de arquivo, sala de reuniões e sala para a coordenação do Setor de Pesquisa e Iniciação Científica. O espaço conta, ainda, com mobiliário para guardar materiais e equipamentos, inclusive pessoais, com total segurança.

7.2 ESPAÇO DE TRABALHO PARA A COORDENAÇÃO DE CURSO

A sala O coordenador do curso de Marketing oferece infraestrutura adequada para a realização das atividades acadêmico-administrativas, além de inteira privacidade para reuniões com docentes, tutores, discentes e demais pessoas, tanto em caráter individual

quanto em grupo. Inclusive, se necessário, poderá utilizar as diversas salas de reuniões existentes no campus.

7.3 SALA COLETIVA DE PROFESSORES

Os docentes e tutores do curso de Marketing do UniAtenas contam com uma sala de professores, conjugada com ambiente de reuniões. O espaço dispõe de apoio técnico-administrativo próprio e disponibilidade de recursos de tecnologias da informação e comunicação adequados às atividades a serem desenvolvidas.

7.4 SALAS DE AULA

Visando ao alcance dos objetivos institucionais, o UniAtenas conta com ambientes (salas de aula) destinados aos discentes que facilitam o trabalho com as metodologias ativas adotadas pela instituição, propiciando aos acadêmicos espaços adequados, acessíveis, confortáveis, equipados com recursos de tecnologias da informação e comunicação e com flexibilidade às configurações espaciais para a execução das atividades do curso, especialmente o trabalho com metodologias ativas e atividades que valorizem a inovação, tais como a sala de aula invertida, Problematização, Aprendizagem baseada em projetos, Estudos de casos, entre outras.

Neste contexto, são disponibilizadas salas de aula, com tamanhos variados.

7.5 ACESSO DOS ALUNOS A EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA

7.5.1 LABORATÓRIOS DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

O UniAtenas conta com 04 (quatro) laboratórios de informática, todos com máquinas atualizadas e acesso à internet banda larga, além de 01 (um) laboratório Itinerante que alcança toda a extensão do campus.

Esses laboratórios de Informática têm como objetivo servir de ambiente tecnológico para o desenvolvimento de atividades ligadas aos núcleos formativos dos Cursos, como facilitadores para o domínio das ferramentas de informática e de simulações para as demais disciplinas/núcleos formativos técnicos, sendo também um local fomentador de recursos para o desenvolvimento de projetos de pesquisa e de prática.

Ademais, esses espaços são usados pelos alunos regularmente matriculados durante o período letivo, professores, tutores e pesquisadores vinculados a projetos em prol da comunidade acadêmica.

As atividades desenvolvidas pelos usuários dos laboratórios são:

- a) aulas práticas;
- b) atividades extraclasse, ou seja, resolução de exercícios e trabalhos propostos pelos professores/tutores responsáveis pelos núcleos formativos ministrados no curso;
- c) desenvolvimento de atividades aprovadas em projetos de pesquisa e iniciação científica.

Os laboratórios de informática contam com computadores, normas de funcionamento, utilização e segurança, tribunas, quadros de avisos, bancadas com cadeiras estofadas e reguláveis, dentre outros.

A IES ainda disponibiliza, em sua biblioteca, secretaria e tesouraria vários computadores conectados à internet, que ficam à disposição dos alunos.

Importante ressaltar que todo o campus do UniAtenas conta com rede *wireless* conectada via fibra óptica, por link dedicado.

7.5.2 AUDITÓRIOS

O UniAtenas é dotado de espaços para a realização das colações de grau, palestras, fórum, congressos, aulas magnas dentre outros eventos de grandeza interna e/ou externa.

7.6 BIBLIOTECA

7.6.1 BIBLIOTECA – INSTALAÇÕES E INFORMATIZAÇÃO

A Biblioteca do UniAtenas possui uma área de aproximadamente 1.600m², suficiente para armazenar o seu acervo e vários computadores disponíveis para os usuários, além de salas de estudos individuais, estudos em grupos e espaços administrativos.

O acervo da biblioteca do UniAtenas está composto por títulos de exemplares físicos e virtuais, sendo que está devidamente informatizado, atualizado e tombado junto ao patrimônio da Instituição. Destaca-se o *software* de gestão da empresa TOTVS com conceito de ERP, que permite a consulta *on-line* ao acervo bibliográfico para realizar empréstimo, renovação, devolução, reserva, dentre outras funções.

7.6.2 BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR POR UNIDADE CURRICULAR (UC)

A bibliografia básica do curso de Marketing do UniAtenas, prevista no Projeto Pedagógico, é composta de, no mínimo, três títulos por núcleo formativo. Já a bibliografia complementar por, no mínimo, 5 (cinco) títulos por núcleo formativo.

Todo o acervo é tombado e informatizado através de *software* adquirido pela IES, com registro em nome da mantenedora.

O acervo possui ainda, exemplares e assinaturas de acesso virtual e de periódicos especializados que suplementam o conteúdo administrado nos núcleos formativos, comprovados através de notas fiscais e/ou contratos. Para acesso a este acervo, há na IES instalações e recursos tecnológicos que atendem à demanda e à oferta ininterrupta via internet, bem como ferramentas de acessibilidade e de soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem.

7.7. LABORATÓRIOS

O UniAtenas, na busca por uma formação adequada e em consonância com as Diretrizes Curriculares e com o Projeto Pedagógico do Curso, propõe cenários diferentes para apoio e suporte ao processo de construção do conhecimento, tais como Laboratórios

Nesses cenários, que foram projetados respeitando-se os padrões arquitetônicos de dimensão, ventilação, acessibilidade, conforto, iluminação e acústica apropriada aos seus fins, a limpeza diária é executada por equipe especializada.

Ademais, os laboratórios são dotados das respectivas normas de funcionamento, utilização e segurança, além de apresentarem conforto, manutenção periódica, serviços de apoio técnico e disponibilidade de recursos de tecnologias da informação e comunicação adequados às atividades a serem desenvolvidas.

Inclusive, convém ressaltar os recursos tecnológicos diferenciados existentes nestes espaços.

Contam, ainda, com insumos, materiais e equipamentos condizentes com os espaços físicos disponibilizados e o número de alunos que os utilizam.

Por fim, destaca-se que os laboratórios também é constantemente avaliado pela comunidade acadêmica no que tange às demandas, serviços prestados e qualidade, bem como por inúmeras outras ferramentas de aferição que revelam potencialidades e fragilidades. Assim, os gestores responsáveis podem analisar esses dados segundo o método do PDCA, sendo os resultados utilizados no planejamento ou incremento da qualidade do atendimento, da demanda existente e futura e das aulas ministradas.

7.8 PROCESSO DE CONTROLE DE PRODUÇÃO OU DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO (LOGÍSTICA)

Como já citado antes, cada núcleo formativo previsto na matriz curricular possui um conjunto de materiais instrucionais que auxiliam no processo de construção do conhecimento e na interação entre os envolvidos. Esses materiais instrucionais ou didáticos

são produzidos/fornecidos pelos professores conteudistas do UniAtenas ou adquiridos do Grupo A, mediante contrato específico. Em qualquer dos casos, o material produzido é supervisionado e validado pelos professores e equipe técnica multidisciplinar do UniAtenas

Todo esse material produzido, por ser virtual e ficar disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) do UniAtenas e sua disponibilização de dá mediante login e senha.

7.9 CONDIÇÕES DE ACESSO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E/OU MOBILIDADE REDUZIDA

O UniAtenas, imbuído da mais alta visão democrática e de igualdade social, proporciona em todas as estruturas (físicas e mobiliária), de sua sede e polos, condições indispensáveis à acessibilidade e atendimento prioritário, imediato e diferenciado para a utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

Cumpre destacar que o projeto arquitetônico da IES foi elaborado de forma a garantir a acessibilidade, em conformidade com o que determina o Decreto n. 5.296/2004, dentre outras normativas.

Nesta perspectiva, o UniAtenas possui em suas dependências: rampas, corrimãos, piso tátil, placas de braille, vagas especiais em estacionamento, bebedouros e balcões de atendimento em altura adequada, banheiros adaptados para pessoas deficientes ou com mobilidade reduzida, áreas de circulação amplas, sistema de controle de entrada, com espaço adaptado para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, bem como disponibilização de cadeira de rodas e carrinho elétrico para facilitar a circulação nas dependências da IES, atendendo aos padrões exigidos da NBR 9.050/2004, como demonstra o Plano de Garantia de Acessibilidade do UniAtenas, devidamente protocolado no sistema e-MEC.

Quanto à questão de acessibilidade atitudinal, pedagógica e de comunicação, a Instituição possui Tecnologias de Informação e Comunicação inovadoras (hardwares e softwares) que contribuem, de maneira substancial, para a independência, autonomia e inclusão social. Assim, possui instalado em seus computadores softwares livres para auxiliar o acadêmico em suas atividades, garantindo acessibilidade e, atendendo assim, questões ligadas à deficiência visual, auditiva e dificuldades de comunicação.

Destaca-se o planejamento de práticas educacionais visando favorecer a adaptação dos indivíduos com Transtorno do Espectro Autista (TEA) na vida social.

Conta, ainda esse público especial, com o setor do Núcleo de Apoio Psicopedagógico e Profissional (NAPP), que oferece a presença de ledores para atuarem no processo seletivo (Vestibular) e nas avaliações ou com fontes ampliadas, de acordo com

as necessidades do discente, avaliações com fontes ampliadas, de acordo com as necessidades do discente, dentre outros.

Vale destacar que o UniAtenas possui o curso de LIBRAS em seu Ambiente Virtual de Aprendizagem.

PARTE VIII – COMITÊS DE ÉTICA

8.1 COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA (CEP)

O Centro Educacional HYARTE ML Ltda, mantenedor do UniAtenas é integrante do Sistema Federal de Ensino possuindo um Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Esse Comitê foi concebido em conformidade com a Carta nº 1020/2020/CONEP/SECNS/MS de 10/12/2020, onde a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) aprovou o registro inicial do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do UniAtenas, por 03 anos.

Considerando o respeito pela dignidade humana e pela especial proteção devida aos participantes das pesquisas científicas envolvendo seres humanos e o desenvolvimento e o engajamento ético, que são inerentes ao desenvolvimento científico e tecnológico, o Comitê de Ética em humanos do UniAtenas tem como objetivo defender os interesses dos sujeitos da pesquisa em sua integridade e dignidade, guardando-lhe os direitos, a segurança e o bem-estar, de modo a contribuir para o desenvolvimento dentro de padrões éticos.

Atualmente, esse Comitê é constituído por um colegiado de 11 (onze) membros, sendo, 07 (sete) doutores e 04 (quatro) mestres, todos professores da Instituição, e 1 (um) membro representante do usuário, com um mandato de 3 (três) anos, sendo permitida a recondução para todos os membros.

O Comitê de Ética em Pesquisa do UniAtenas, além de avaliar protocolos de pesquisa provenientes da própria Instituição, e realizar as outras atribuições pertinentes, também presta atendimento a instituições parceiras.