



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

PRAÇA DA REPÚBLICA, 53 – CENTRO/SP - CEP: 01045-903
FONE: 2075-4500

PROCESSO	1201358/18 (Proc. CEE 369/17)		
INTERESSADA	Faculdade de Ciências e Letras de Bragança Paulista		
ASSUNTO	Aprovação do Projeto do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda		
RELATORA	Cons ^a Iraíde Marques de Freitas Barreiro		
PARECER CEE	Nº 08/2019	CES	Aprovado em 23/01/2019

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

A Diretora Acadêmica da Faculdade de Ciências e Letras de Bragança Paulista dirige-se a este Conselho solicitando a Aprovação do Projeto do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, pelo Ofício Nº 49/16, protocolado em 22-12-17, nos termos da Deliberação CEE Nº 142/16 (fls. 02).

Observe-se que não foram baixadas, pelo CNE, diretrizes curriculares para o Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda. O Curso previsto nas DCNs denomina-se **Curso de Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda**, conforme o Parecer CNE/CES Nº 492/01 e Resolução CNE/CES Nº 16/02.

Pela Portaria CEE/GP Nº 19/18, de 31-01-18, foram designados os Especialistas Adriana Aparecida Pessatte Azzolino e Roberto Reis de Oliveira, para emissão do Relatório circunstanciado sobre o Curso (fls. 07).

Os Especialistas, a partir da análise dos elementos constantes do processo, de sua adequação às Diretrizes Curriculares Nacionais e normatizações e orientações deste Conselho, emitiram Relatório, de fls. 07 a 19, **finalizando com parecer desfavorável** à aprovação prévia do Projeto, tecendo apontamentos sobre o Projeto Pedagógico, além de outras observações relevantes.

Em 22-03-18, por meio do Ofício AT Nº 57/18, fls. 23 e 24, os autos foram baixados em diligência, para que a IES se manifestasse quanto aos apontamentos realizados pela Comissão e enviasse, conforme a Deliberação CEE Nº 142/16, o plano de carreira instituído e outros regimes de trabalho e de remuneração do corpo docente.

Em 16-05-18, a IES protocolou o Ofício 27/17 (fls. 25 a 27), reapresentando o Projeto do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, com as alterações solicitadas e sugestões feitas pela Comissão de Especialistas, anexando CD, às fls. 29, com Instrumento de Parceria entre a Associação Comunitária de Comunicação e Cultura de Bragança Paulista e a mantenedora da IES; Instrumento de Parceria entre a Fundação Bragantina de Rádio e Televisão Educativa e a mantenedora da IES; Matriz Curricular e Ementário do Curso; Objetivos de Aprendizagem de cada componente curricular.

Os Especialistas analisaram o novo Projeto e documentos enviados e **concluíram pela aprovação do Projeto Pedagógico do Curso**, embora com recomendações e observações que poderiam ser atendidas na ocasião da Autorização de Funcionamento do Curso (elencadas no final).

1.2 APRECIÇÃO

A matéria sobre autorização de novos cursos oferecidos por Instituições de Ensino Superior do Sistema Estadual de Ensino de São Paulo está normatizada na Deliberação CEE nº 142/16 e com base nessa norma e no último Projeto do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda enviado, passamos à análise dos autos.

O responsável pelo Projeto, durante a tramitação do mesmo, é o Prof. Helder de Souza Aguiar, Doutor em Administração pela USP, Mestre em Administração pela FEI, Especialização em Comércio Internacional pela Faculdade de Administração e Negócios e Graduação em Administração de Empresas.

A Faculdade de Ciências e Letras de Bragança Paulista é um estabelecimento isolado, criado pela Lei Municipal nº 855, de 03-05-67, autorizado a funcionar pela Resolução Nº 14/68, do Conselho Estadual de Educação, em 01-07-68, homologado pelo Decreto Estadual Nº 970, em 12-05-68 e reconhecido pelo Decreto Federal nº 70.813 de 07-07-72. (histórico da Instituição no CD, às fls. 04). Em consulta ao site e-MEC, foi verificado que possui Índice Geral de Cursos igual a 03 (2016), e IGC contínuo igual a 2,0447 (2016).

Caracterização da Infraestrutura Física e do Pessoal Técnico para o Curso

	Quantidade	Capacidade
Salas de Aula	5	80
Laboratórios de Informática	3	40

Descrição da Biblioteca quanto a instalações físicas, recursos de informática, número de livros e periódicos do acervo total e da área de conhecimento no qual será oferecido o Curso

Os docentes e discentes do Curso de Publicidade e Propaganda poderão realizar pesquisas bibliográficas ou documentais na Biblioteca Waldemar Ferreira. A Biblioteca possui acervo documental constituído de livros, revistas, trabalhos acadêmicos, DVD, CD-ROM, VHS disponíveis para consultas e empréstimos, além da biblioteca virtual Pearson.

BIBLIOTECA

Tipo de acesso ao acervo	livre
É específica para o Curso	sim
Total de livros para o Curso	2.197 títulos 5.132 volumes
Periódicos	747
Videoteca/Multimídia	516
Teses	157
Outros	568
Biblioteca Digital	2.125

Processo de Monitoramento de Instalação do Curso

O processo de acompanhamento e avaliação do Projeto Pedagógico do Curso será realizado pelo seu Colegiado liderado pelo Coordenador de Curso e com o apoio da Diretoria Acadêmica e Pedagógica, o qual manterá contato e diálogo permanente com professores e alunos. As informações obtidas deverão motivar o reposicionamento constante das ações de implementação do Projeto Pedagógico do Curso, reorientando as atividades acadêmico-administrativas, bem como as relações estabelecidas nos diversos níveis da comunidade acadêmica.

Além disso, os seguintes mecanismos e procedimentos formais de acompanhamento e avaliação do Curso deverão ser adotados:

- monitoramento da conformidade do Curso com as Diretrizes Curriculares Nacionais vigentes;
- Análise da eficácia da integração de conteúdo.

Durante o semestre letivo, a Coordenação do Curso manterá contato e diálogo permanente com professores e alunos. As informações obtidas por meio desse contato devem motivar o reposicionamento

constante das ações de coordenação, reorientando as atividades acadêmico-pedagógicas. Além disso, serão estabelecidos outros mecanismos, como a avaliação institucional através da CPA.

O Colegiado do Curso de Publicidade e Propaganda também realizará reuniões com os representantes de cada turma, no intuito de acompanhar e avaliar o andamento didático pedagógico das diferentes disciplinas do semestre.

Projeto Pedagógico

a) Justificativa do Curso

O Brasil é o maior mercado publicitário da América Latina. O país é responsável por 51,4% do gasto total da América Latina com anúncios. Segundo levantamento da Kantar Ibope Media, com cerca de 700 veículos, a publicidade movimentou no país R\$ 134 bilhões em compra de mídia em 2017.

O mercado publicitário é uma ponte importante entre as empresas e os veículos de comunicação, hoje extremamente pulverizados. Além dos tradicionais TV, rádio, jornais, revistas, mídia externa (*outdoor*, luminosos, relógios de rua, etc.) e embalagens, há as mídias digitais nos mais diferentes formatos.

Do ponto de vista econômico, as previsões são de que nos próximos anos o mercado de publicidade cresça mais no Brasil do que no mundo, segundo dados do grupo Dentsu Aegis Network.

A publicidade impacta as empresas e organizações sendo uma ponte para seus usuários/consumidores. A região bragantina é extremamente carente de cursos de comunicação social deixando estudantes e empresas pouco assistidos.

Na cidade de Bragança existem 21.078 empresas cadastradas na JUCESP (Junta Comercial do Estado de São Paulo), sendo apenas três agências de propaganda. A existência do pequeno número de agências representa a potencialidade de crescimento do mercado. Existe ainda a possibilidade de existência de outras agências, não caracterizadas hoje como tal, que poderiam se beneficiar e se profissionalizar a partir da implantação do Curso no município.

A população da cidade, segundo o IBGE, é de 165.000 pessoas, das quais 7.000 serão egressos do ensino médio somente em 2018. Esses estudantes não contam com nenhuma graduação em Comunicação Social no município.

b) Objetivos Gerais do Curso

Formar profissionais com conhecimento técnico-científico para atuar na aplicação de técnicas usadas para melhorar a comunicação por meio da Publicidade e Propaganda, habilitando seus egressos a trabalharem no atendimento ao cliente, nas áreas de planejamento e criação de campanhas publicitárias, marketing e pesquisas de mercado. Além disso, pretende formar profissionais que exerçam a cidadania contribuindo para atividades economicamente viáveis e socialmente justas.

c) Perfil do Profissional a ser Formado

O Bacharel em Publicidade e Propaganda formado pela FESB deverá proliferar na sociedade princípios éticos de comunicação. Deverá difundir as mais recentes técnicas, sejam *online* ou *off-line*, e as mais atuais ferramentas de propaganda existentes nesse mercado.

Um indivíduo engajado no exercício da profissão, que busca articular a atuação como publicitário às questões socioeconômicas com base na responsabilidade social e empresarial impactando no desenvolvimento das organizações e sua convivência com a população do entorno, atuando de maneira ética em sua profissão. Um profissional habilitado em identificar deficiências nas empresas e auxiliá-las a alcançarem seus objetivos no mercado.

As competências e habilidades a serem desenvolvidas, encontram-se descritas no Projeto Pedagógico, em CD anexo aos autos, às fls. 29.

d) Descrição do Currículo Pleno oferecido, com Ementário das Disciplinas/Atividades e Bibliografias Básicas que explicitem a Adequação da Organização Pedagógica ao Perfil Profissional Definido

A matriz curricular idealizada garante ao aluno, desde o primeiro período do Curso, ser capaz de relacionar os conteúdos e perceber criticamente a comunicação e suas implicações na realidade social. O contato com disciplinas de outras áreas do conhecimento reforça o caráter multidisciplinar da Comunicação Social, enriquece a formação do aluno e contribui para o fortalecimento do fazer publicitário.

O Curso está estruturado em disciplinas teórico/práticas, estágio supervisionado, projetos interdisciplinares, trabalho de conclusão de curso e atividades complementares.

A pesquisa será contemplada com ênfase, desde o primeiro semestre, na Disciplina Metodologia de Pesquisa e pelos Projetos Interdisciplinares.

TCC

Os alunos realizarão um trabalho de análise crítica sobre o fazer publicitário de uma empresa real, preferencialmente da região, na qual conseguirão os dados, criando um plano de comunicação completo a partir de uma demanda do cliente. A escolha do cliente será uma articulação entre a Faculdade e as empresas locais, como forma de integrar a comunidade à prática publicitária, e quando isso não for possível partirá de uma pré-aprovação da empresa pela Coordenação do Curso.

Projeto Interdisciplinar

O Projeto Interdisciplinar terá atividades desenvolvidas no interior das disciplinas específicas e teóricas que comporão em seu interior o Projeto Interdisciplinar que totalizarão 360h/ distribuídas ao longo do percurso formativo do futuro profissional de Publicidade e Propaganda.

O projeto consiste em atender ao modelo formativo que articule teoria e prática como dimensão do conhecimento que deve estar presente em todo processo formativo a fim de que o futuro publicitário vivencie a partir do início do curso de formação, o ambiente institucional, formal e não-formal, que o permita ser visto como ator/construtor/colaborador de seu processo de formação, assim como, uma formação pautada em aprendizagens da comunicação.

Atividades Complementares

As atividades complementares são regidas pela portaria normativa da IES, podendo ser consideradas:

I. participação em atividades culturais diversas, tais como exposições, peças teatrais e feiras culturais, entre outras, de acordo com os parâmetros da Instituição;

II. participação como ouvinte/participante, organizador e/ou apresentador em congressos, seminários, eventos, oficinas, jornadas de estudos e outras atividades de natureza acadêmico científica;

III. participação em estágios supervisionados não curriculares destinados ao desenvolvimento de habilidades específicas;

IV. participação em atividades de extensão mantidas pela Instituição;

V. atividades de monitoria acadêmica;

VI. participação como aluno de disciplinas não obrigatórias do curso em que estiver matriculado;

VII. desempenho efetivo de atividades oficiais e comprovadas em órgãos estudantis;

VIII. participação comprovada em grupos de estudos ou atividades afins, supervisionadas por um professor da instituição.

Estágio

O estágio supervisionado é uma atividade curricular obrigatória que se configura a partir da inserção do aluno no espaço sócio-institucional, objetivando capacitá-lo para o exercício profissional, o que pressupõe supervisão sistemática. Esta supervisão será feita conjuntamente por professor supervisor e por profissional do campo, com base em planos de estágio elaborados em conjunto pelas unidades de ensino e organizações que oferecem estágio.

e) Matriz Curricular

Período	Disciplina	Teórica/Prática	C.H. (horas/aula)
1º sem	Arte e Cultura	4	80
	Antropologia	4	80
	Ética e Bases Humanas	4	80
	Introdução a Publicidade e Propaganda	4	80
	Metodologia de Pesquisa	4	80
	Projeto Interdisciplinar I	2	20
	Conteúdos Curriculares		420 h/a
	Atividades Complementares		25 h
2º sem	Comportamento do Consumidor	4	80
	Leitura e Produção de Texto	4	80
	Princípios Mercadológicos	4	80
	Teorias da Comunicação e Semiótica	4	80
	Comunicação em Responsabilidade Social Empresarial	4	80
	Projeto Interdisciplinar II	2	20
	Conteúdos Curriculares		420 h/a
	Atividades Complementares		25 h
3º sem	Teorias Avançadas da Comunicação	4	80
	Direção de Arte	4	80
	Mídia I	4	80
	Produção Gráfica	4	80
	Redação Publicitária	4	80
	Projeto Interdisciplinar III	2	20
	Conteúdos Curriculares		420 h/a
	Atividades Complementares		25 h
4º sem	Design na Web	4	80
	Linguagem Audiovisual	4	80
	Mídia II	4	80
	Pesquisa de Mercado	4	80
	Marketing Digital	4	80
	Projeto Interdisciplinar IV	2	20
	Conteúdos Curriculares		420 h/a
	Atividades Complementares		25 h
5º sem	Legislação em Comunicação	4	80
	Produção Publicitária em Audiovisual	4	80
	Produção Publicitária em Rádio	4	80
	Fotografia	4	80
	Gestão de Marcas	4	80
	Projeto Interdisciplinar V	2	20
	Conteúdos Curriculares		420 h/a

	Atividades Complementares		25 h
	Estágio Supervisionado I		100 h
6º sem	Fotografia Publicitária	4	80
	Inovação e Criatividade	4	80
	Promoção de Vendas e Merchandising	4	80
	Planejamento de Campanha	4	80
	Gestão de Marcas Digitais	4	80
	Projeto Interdisciplinar VI	2	20
	Conteúdos Curriculares		420 h/a
	Atividades Complementares		25 h
	Estágio Supervisionado II		100 h
7º sem	Estratégias de Criação	4	80
	Planejamento de Carreira	4	80
	Plano de Negócios	4	80
	Projeto Experimental: Publicidade e Propaganda	4	80
	TCC I	4	80
	Conteúdos Curriculares		400 h/a
	Atividades Complementares		25 h
	Estágio Supervisionado III		100 h
8º sem	Empreendedorismo	4	80
	Gerência de Projeto Experimental: Publicidade e Propaganda	4	80
	TCC II	4	80
	Projeto Experimental: Criação e Produção	4	80
	Projeto Experimental: Planejamento de Mídia	4	80
	Conteúdos Curriculares		400 h/a
	Atividades Complementares		25 h
	Estágio Supervisionado III		100 h

f) Resumo da Carga Horária

Componentes	h/a (50 min)	Horas-relógio
Disciplinas	3.320	2.767
Estágio Supervisionado	-	400
Atividades Complementares	-	200 h
Total		3.367

A duração da hora-aula do **Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda** será de 50 minutos, obedecendo ao que dispõe a Resolução CNE/CES Nº 3/07. A carga horária do Curso atende à Resolução CNE/CES Nº 2/07, que dispõe sobre carga horária mínima dos cursos de graduação, bacharelados, a qual prevê um mínimo de 2.700 h para esse Curso.

As ementas e bibliografias das disciplinas do Curso, constam do CD-ROM encaminhado (fls. 29).

g) Número de Vagas Iniciais e Turnos de Funcionamento

Serão oferecidas 40 vagas semestrais com entrada anual para o período diurno e para o período noturno.

O tempo para integralização do Curso será de no mínimo 4 e no máximo 8 anos.

Horários de funcionamento: das 8h às 11h40min e das 19h20min às 22h40min.

h) Relação dos Docentes para o 1º e 2º Semestres

Docentes	Titulação Acadêmica	Disciplina(s)
José Fernando Teles da Rocha	Doutor e Mestre: Educação Graduação: Pedagogia, História, Comunicação Social	Arte e Cultura
Maria Cecília Guilherme Siffert Pereira Diniz	Mestre: Estudos e Linguagens Especialização: Imagens e Culturas Midiáticas Graduação: Publicidade e Propaganda	Antropologia Teorias da Comunicação e Semiótica
Daniela Ferreira de Oliveira	Mestre: Ciências da Comunicação Especialização: Formação Pedagógica Graduação: Comunicação Social: Public e Propag	Ética e Bases Humanas
Helder de Souza Aguiar	Doutor e Mestre: Administração Graduação: Administração	Introdução a Publicidade e Propaganda Comportamento do Consumidor
Rafaela Almeida Cordeiro	Doutor e Mestre: Administração: Gestão Internacional Graduação: Comunicação Social	Metodologia de Pesquisa
Aparecido José Carlos Nazário	Doutor: Teoria Literária e Literatura Comparada Mestre: Teoria e História Literária Graduação: Letras	Leitura e Produção de Textos
Jorge Tadeu Brettas de Godoy	Mestrado: Administração Especialização: Gerência de Marketing Graduação: Comunicação Social	Princípios Mercadológicos
Edmilson Nogueira	Mestre: Educação Graduação: Filosofia	Comunicação em Responsabilidade Social e Empresarial

Observações: Informações retiradas da Plataforma Lattes

i) Classificação dos Docentes segundo a Deliberação CEE Nº 145/16

Titulação	Nº	Porcentagem
Mestres	4	50%
Doutores	4	50%
Total	8	100%

A titulação dos docentes atende ao que dispõe a Deliberação CEE nº 145/2016.

Número de Funcionários Administrativos disponíveis para o Curso

	Quantidade
Biblioteca	7
Laboratórios de Informática	5

Termo de Compromisso referente à Instalação do Curso

No anexo ao Projeto Pedagógico, consta o Termo de Compromisso da IES:

1. plano de ampliação e atualização permanente do acervo de livros e de periódicos especializados na área de conhecimento do Curso

Atualização de acordo com a bibliografia referente ao semestre do curso, de forma gradual.

2. novas edificações e instalações ou adaptações das existentes e descrição das serventias, quando necessárias; novos laboratórios e equipamentos ou ampliação dos existentes, quando necessários, destacando o número de computadores e formas de acesso a redes de informação; ampliação do corpo docente e de funcionários quando necessário

Laboratórios e Equipamentos Existentes:

- Laboratório de Produção Publicitária em Audiovisual : Serão utilizados os estúdios da TV Altiora. (já acordado com a direção da TV, instrumento de parceria às fls. 38).

- Laboratório de Produção em Áudio: Computador, um microfone, interface musical, caixas acústicas: Serão utilizados os estúdios da Radio Nova Norte FM. (já acordado com a direção da Rádio, instrumento de parceria às fls. 39).

Laboratórios e Equipamentos a serem Providenciados pela Instituição:

- Laboratório de Produção Fotográfica: Fundo branco, câmeras fotográficas, computador e iluminação.
- Agência Experimental: Computador e mesa de atendimento ao cliente.

3. Previsão de atividades futuras

- **Prestação de Serviços à Comunidade:** Agência de Publicidade Estudantil - Realizar campanhas voltadas à comunidade e as várias fundações do terceiro setor da região.
- **Cursos, Eventos e Palestras de Extensão Universitária:** A instituição promoverá eventos de divulgação de informações técnicas e científicas, tanto para a comunidade acadêmica e científica (semana da publicidade, cursos, simpósios e jornadas) como para a comunidade de Bragança Paulista.

4. A Instituição não encaminhou o Planejamento Econômico-Financeiro para o Curso.

Da Comissão de Especialistas (fls. 31 a 37)

Conforme informado no Histórico, a Comissão de Especialistas analisou o Projeto do Curso e foi desfavorável a sua aprovação (fls. 08 a 19). Os autos foram baixados em diligência e a IES encaminhou novo Projeto. Após apreciação desse novo Projeto, os Especialistas fizeram os seguintes apontamentos:

- Perfil profissional do egresso (fls. 32 a 33): foi adequado às recomendações dos Especialistas, como se nota abaixo:

Após nova análise, verifica-se a adequação de componentes curriculares na matriz curricular, o que pode caracterizar uma preocupação, de fato, em levar o egresso – como assinalado no Projeto Pedagógico - à reflexão, à crítica e à pesquisa em comunicação, bem como a inserção de disciplinas que possam levar ao engajamento com “preocupações socioambientais das organizações, busca da sustentabilidade e respeito pela verdade e a moral”.

Houve readequação de conteúdos curriculares, retirando o peso excessivo de disciplinas voltadas à área de marketing.

Verifica-se a introdução dos componentes Metodologia de Pesquisa, Antropologia, Comunicação em Responsabilidade Social Empresarial e Projeto Interdisciplinar (I a VI).

O Projeto Pedagógico passa a informar, também, as competências e habilidades do egresso.

- Objetivo gerais e específicos do Curso (fls. 33/verso a 34/verso):

Após nova análise, verifica-se a ampliação dos objetivos específicos do curso que são, inclusive, numerosos. Sugere-se a readequação

- Currículo com ementário das disciplinas/atividades (fls. 34/verso a 35/verso): considerado adequado

Houve readequação dos componentes curriculares, inclusive em sua nomenclatura, ementa, objetivos de aprendizagem e bibliografia. Em princípio, atendem suficientemente à formação em Publicidade e Propaganda e são coerentes com relação a carga horária, relação teoria e prática.

Foram introduzidos os componentes referentes a Projetos Interdisciplinares, o que pode levar à efetivação da interdisciplinaridade.

A Comissão considera que estas questões foram sanadas na proposta pedagógica do curso.

- Bibliografia Básica (fls. 34/verso):

A Comissão considera que estas questões foram resolvidas na proposta de curso.

- Número de vagas e Corpo Docente (fls. 34/verso e 35):

O novo Projeto Pedagógico prevê a atuação de oito docentes no curso. Este número pode ser suficiente para os primeiros semestres do curso. Não o é, entretanto, considerando a totalidade da proposta.

O corpo docente proposto para o curso é composto por 8 professores, todos com formação em pós-graduação stricto sensu. Do total de docentes, quatro são doutores (50%) e quatro são mestres (50%).

- Termos de Compromisso (fls. 35):

O termo de compromisso da Instituição com o curso no que se refere à estruturação de espaços de prática e de atividades didático-pedagógicas, bem como equipamentos, apoio técnico e outros insumos é insuficiente, haja vista a necessidade de significativo investimento para aparelhar um curso desta natureza. A Instituição apresenta termos de parceria com uma rádio e uma emissora de televisão da cidade.

Os Especialistas concluem seu Relatório, **manifestando-se favoravelmente à aprovação** do Projeto do Curso, com as seguintes observações:

a) *Quanto ao coordenador do curso: Não há vínculo registrado com a IES solicitante no currículo do docente, tampouco termo de compromisso firmado entre as partes;*

b) *Quanto aos objetivos do curso: houve ampliação dos objetivos específicos do curso que são, inclusive, numerosos. Sugere-se a readequação.*

c) *Quanto ao corpo docente previsto para o curso: o novo Projeto Pedagógico prevê a atuação de oito docentes no curso. Este número pode ser suficiente para os primeiros semestres do curso. Não o é, entretanto, considerando a totalidade da proposta;*

d) *Quanto à concepção e justificativa para oferta do curso: o novo Projeto Pedagógico passa a informar sobre a concepção do curso, justificativa para sua oferta (cenário/mercado comunicacional e publicitário do entorno);*

e) *Quanto à regulamentação de Trabalho de Conclusão de Curso, Atividades Complementares e Estágio Supervisionado: O novo Projeto Pedagógico traz os regulamentos de Trabalhos de Conclusão de Curso, Atividades Complementares, Estágio Supervisionado e de Projetos Interdisciplinares;*

f) *Não há, no Projeto Pedagógico, informações sobre o histórico da Instituição. Este CEE enviou estas informações quando da avaliação anterior, o que não ocorreu quando da reavaliação da proposta.*

g) *Não se observam os marcos legais/requisitos normativos que pautem a oferta do curso;*

Como se observa, os Especialistas consideraram que a maioria de suas recomendações foram atendidas pela IES e após reavaliação do novo Projeto do Curso, alteraram seu parecer, manifestando-se

agora, pela Aprovação do Projeto do Curso, entretanto, fizeram algumas observações, como as constantes nos itens **a**, **b**, **c** e **d** que demandam adequações, que devem ser feitas, na ocasião da Autorização de Funcionamento do Curso.

Em caso de aprovação do Projeto Pedagógico, para solicitar a Autorização de Funcionamento do Curso, a IES deve enviar o Projeto Pedagógico atendendo as observações da Comissão de Especialistas.

Considerações Finais

A Diretora Acadêmica da Faculdade de Ciências e Letras de Bragança Paulista solicita apreciação do Projeto do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, nos termos da Deliberação CEE Nº 142/16.

Os Especialistas emitiram **parecer desfavorável** à aprovação prévia do Projeto do Curso de uma forma geral e observações sobre o Projeto Pedagógico. Em 22/03/18, foi baixado diligência para que a IES se manifestasse quanto aos apontamentos realizados pela Comissão e enviasse, conforme a Deliberação CEE Nº 142/16, o plano de carreira instituído e outros regimes de trabalho e de remuneração do corpo docente. Em 16/05/18, a IES protocolou o Ofício 27/17 e reapresentou o Projeto do Curso com as alterações solicitadas e sugeridas pela Comissão de Especialistas, apresentou Instrumento de parceria entre a Associação Comunitária de Comunicação e Cultura de Bragança Paulista e a mantenedora da IES, Instrumento de parceria entre a Fundação Bragantina de Rádio e Televisão Educativa e a mantenedora da IES, a matriz curricular e ementário do curso, contendo Objetivos de aprendizagem de cada componente curricular. As adequações e o atendimento às proposições obtiveram a **aprovação do Projeto de Curso pelos Especialistas, com observações finais na página acima, que devem ser observadas pela IES**, em especial, a quantidade exacerbada de objetivos específicos (vinte um), devendo diminuí-los para não perder o foco do Curso. O Projeto do Curso está adequado quanto à sua estrutura e organização dos quesitos para o funcionamento do Curso, bem como tem a aprovação prévia do Projeto pela Comissão de Especialistas.

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE nº 142/2016, o Projeto do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, apresentado pela Faculdade de Ciências e Letras de Bragança Paulista.

2.2 Para a autorização de funcionamento do Curso, a Instituição deverá solicitar a este Conselho no prazo de um ano, com possibilidade de prorrogação por igual período, a visita de Especialistas às suas instalações para a verificação do cumprimento dos termos de compromisso e para a elaboração de Relatório circunstanciado, nos termos da Deliberação CEE nº 142/2016, reiterando-se que até essa aprovação a Instituição não poderá realizar processo seletivo para o Curso citado.

2.3 A Instituição deverá apresentar, ainda, termos de compromisso referentes à contratação de docente e coordenadores do Curso, bem como termos de compromisso consubstanciados em contrato e, não somente em compromissos de parceria.

2.4 A presente aprovação tornar-se-á efetiva por ato próprio deste Conselho, após homologação deste Parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 03 de dezembro de 2018.

a) Cons^a Iraíde Marques de Freitas Barreiro
Relatora

3. DECISÃO DA CÂMARA

A CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR adota, como seu Parecer, o Voto da Relatora.

Presentes os Conselheiros Eliana Martorano Amaral, Francisco de Assis Carvalho Arten, Guiomar Namó de Mello, Iraíde Marques de Freitas Barreiro, Marcos Sidnei Bassi, Roque Theóphilo Júnior e Rose Neubauer.

Sala da Câmara de Educação Superior, 16 de janeiro de 2019.

a) Cons. Roque Theóphilo Júnior
Presidente

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

O CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO aprova, por unanimidade, a decisão da Câmara de Educação Superior, nos termos do Voto da Relatora.

Sala “Carlos Pasquale”, em 23 de janeiro de 2019.

Cons. Hubert Alquéres
Presidente

PARECER CEE Nº 08/19 – Publicado no DOE em 24/01/19

Res SEE de 04/02/19, public. em 05/02/19

Portaria CEE GP nº 52/19, public. em 06/02/19

- Seção I - Página 36

- Seção I - Página 24

- Seção I - Página 35