



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

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

PROCESSO	2022/00052		
INTERESSADOS	Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza / FATEC Jaboticabal		
ASSUNTO	Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing		
RELATOR	Cons ^a Bernardete Angelina Gatti		
PARECER CEE	Nº 384/2022	CES "D"	Aprovado em 16/11/2022 Comunicado ao Pleno em 23/11/2022

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

A Diretora Superintendente do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza encaminha a este Conselho, pelo Ofício 12/2022 – GDS protocolado em 14/02/2022, pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, oferecido pela FATEC Jaboticabal, nos termos da Deliberação CEE 171/2019 – fls. 2.

O pedido foi protocolado dentro do prazo previsto na Deliberação CEE 171/2019.

Último credenciamento da Instituição	Parecer CEE 123/2019 e Portaria CEE-GP 191/2019, publicada no DOE de 04/05/2019, pelo prazo de sete anos
Direção	Diretora Superintendente: Profa. Laura Laganá
Autorização de funcionamento	Parecer CD/CEETEPS 703/2019, Processo CEETEPS 2602439/2019 DOE 12 de outubro de 2019
Horários de Funcionamento	Matutino: das 8h20 às 11h50, de segunda a sexta
Hora/aula	50 minutos
CH total do Curso	2800 horas, sendo 2880 aulas = 2400 horas + 240 de Práticas Profissionais e 160 horas de Trabalho de Graduação.
Número de vagas oferecidas	Matutino: 40 vagas, por semestre Noturno: 40 vagas, por semestre
Tempo para integralização	Mínimo: 6 semestres Máximo: 10 semestres
Forma de Acesso	Classificação em Processo Seletivo - Vestibular.
Responsável pelo Curso	Marcelo Martins Laffranchi (coordenador e docente do curso). Possui graduação em Bacharelado em Ciência da Computação pela Universidade de Marília (2000) e mestrado em Ciência da Computação pela Universidade Federal de São Carlos (2003). Atualmente é Coordenador e Docente do curso de Sistemas de Informação Faculdade de Educação São Luis, Jaboticabal/SP e Coordenador do Curso de Tecnologia em Marketing e Docente da Fatec Jaboticabal. Tem experiência no ensino superior desde 2003, nas áreas de Ciência da Computação e Sistemas de Informação, atuando principalmente nos seguintes temas: Sistemas Operacionais, Engenharia de Software, Inteligência Artificial e Computação Gráfica.

Encaminhado à CES em 21/02/2022, as Especialistas, Profas. Adriana Aparecida Pessatte Azzolino e Maria Eugênia Porém, foram designadas para emitir Relatório circunstanciado sobre o Curso em pauta – fls.97. A visita *in loco* ocorreu em 11/04/2022. O Relatório dos Especialistas foi juntado aos autos em 02/05/2022, e encaminhado em 13/07/2022 à Assistência Técnica para informar.

1.2 APRECIÇÃO

A presente Apreciação toma por base as normas vigentes, os dados do Relatório Síntese e o Relatório dos Especialistas. Iniciamos apresentando alguns dados e depois as análises.

Caracterização da Infraestrutura Física da Instituição reservada para o Curso

Instalação	Quantidade	Capacidade
Salas de aula	7	40
Laboratório de informática	1	40
Almoxarifado	1	-
Banheiro feminino	5	-
Banheiro masculino	5	-

		Serviços
14. Maria Aparecida Boverio	Doutorado em Educação Escolar e Graduação em Letras	- Comunicação e Expressão - Fundamentos da Comunicação Empresarial
15. Priscilla de Souza Ferro	Doutorado em Estudos Linguísticos e Graduação em bacharelado em letras com habilitação e tradutor	- Inglês I - Inglês II - Inglês III - Inglês VI
16. Sérgio Palma de Oliveira	Mestrado em Tecnologia Ambiental e Graduação em Administração de Empresas	- Liderança e Motivação

Classificação da Titulação segundo à Deliberação CEE 145/2016

Titulação	Quantidade	Porcentagem
Mestres	10	62,5%
Doutores	6	37,5%
Total	16	100%

O Corpo Docente atende à Deliberação CEE 145/2016, que estabelece:

*“Art. 1º Estão autorizados a exercer a docência nos cursos superiores, os docentes que alternativamente:
I - forem portadores de diploma de pós-graduação stricto sensu, obtidos em programas reconhecidos ou recomendados na forma da lei;*

II – forem portadores de certificado de especialização em nível de pós graduação, na área da disciplina que pretendem lecionar.

§ 1º Nos Cursos Superiores de Tecnologia, além do estabelecido nos incisos I e II, é requisito para ministrar aulas das disciplinas profissionais, experiência profissional relevante de pelo menos três anos na área em que irá lecionar.”

Corpo Técnico disponível para o Curso

Tipo	Quantidade
Diretor	1
Coordenador do curso	3
Diretoria de Serviço Acadêmico	1
Diretoria de Serviço Administrativo	1
Auxiliar administrativo	5
Auxiliar Docente	2
Multimídia (apoio)	1

Demanda do Curso nos últimos Processos Seletivos

Semestres	Vagas	Candidatos	Relação candidato/vaga
2021/2	40	61	1,53
2021/1	40	64	1,60
2020/2	40	76	1,90
2020/1	40	70	1,75

Demonstrativo de Alunos Matriculados e Formados no Curso

Semestre	Matriculados		
	Ingressantes	Demaisséries	Total
2021/2	40	49	89
2021/1	40	40	80
2020/2	40	26	66
2020/1	40	-	40

Matriz Curricular

Etapa	Disciplinas / Atividades		Aulas Semanais	Carga didática semestral Tipo de atividade curricular			
	Sigla	Denominação		Teoria	Prática	autônoma	Total
1º SEMESTRE	TBG-007	Projeto Interdisciplinar de Marketing I	4	--	-	80	80
	PMA-002	Princípios de Marketing	4	40	40	-	80
	CEE-005	Empreendedorismo e Inovação	4	60	20	-	80
	ADM-002	Administração Geral	4	60	20	-	80
	MAT-003	Fundamentos de Matemática Elementar	2	40	-	-	40
	COM-002	Comunicação e Expressão	4	60	20	-	80
	ING-013	Inglês I	2	20	20	-	40

			Total semanal	24	Total do semestre			480
2º SEMESTRE	TBG-008	Projeto Interdisciplinar de Marketing II	4	--	-	80	80	
	RPC-003	Consumo e Comportamento	4	40	40	-	80	
	PMA-004	Inteligência de Mercado e Pesquisa de Marketing	4	60	20	-	80	
	EST-001	Estatística	4	60	20	-	80	
	ECN-002	Economia	4	60	20	-	80	
	TCE-003	Fundamentos de Comunicação Empresarial	2	40	-	-	40	
	ING-014	Inglês II	2	20	20	-	40	
			Total semanal	24	Total do semestre			480
3º SEMESTRE	TBG-009	Projeto Interdisciplinar de Marketing III	4	--	-	80	80	
	PMA-005	Finanças Aplicadas ao Marketing	4	40	40	-	80	
	PMA-006	Marketing de Relacionamento	4	60	20	-	80	
	RHL-003	Liderança e Motivação	4	60	20	-	80	
	DAM-001	Legislação Aplicada ao Marketing	4	60	20	-	80	
	HLC-001	Sociedade e Cultura	2	40	-	-	40	
	ING-015	Inglês III	2	20	20	-	40	
			Total semanal	24	Total do semestre			480
4º SEMESTRE	TBG-010	Projeto Interdisciplinar de Marketing IV	4	--	-	80	80	
	PPP-002	Publicidade e Propaganda	4	60	20	-	80	
	PMA-007	Gerenciamento de Marcas, Produtos e Serviços	4	60	20	-	80	
	PMA-008	Promoção e Comunicação Visual	4	60	20	-	80	
	GPJ-002	Gestão de Projetos	4	40	40	-	80	
	HS0-006	Ética e Responsabilidade Socioambiental	2	40	-	-	40	
	ING-016	Inglês IV	2	20	20	-	40	
			Total semanal	24	Total do semestre			480
5º SEMESTRE	TBG-011	Projeto Interdisciplinar de Marketing V	4	--	-	80	80	
	PMA-104	Marketing de Serviços	4	40	40	-	80	
	PMA-009	Marketing para Mercados Corporativos	4	60	20	-	80	
	PMA-010	Canais de Distribuição	4	60	20	-	80	
	PMA-011	Marketing Estratégico	2	40	-	-	40	
	AGE-002	Planejamento Estratégico	2	40	-	-	40	
	ESP-001	Espanhol I	2	30	10	-	40	
	ING-017	Inglês V	2	20	20	-	40	
			Total semanal	24	Total do semestre			480
6º SEMESTRE	TBG-012	Projeto Interdisciplinar de Marketing VI	4	-	-	80	80	
	PMI-003	Marketing Internacional	4	60	20	-	80	
	PMA-012	Plano de Marketing	4	60	20	-	80	
	PMG-006	Negócios e Marketing Eletrônicos	4	40	40	-	80	
	CEE-013	Negociação e Vendas	4	40	40	-	80	
	ESP-002	Espanhol II	2	20	20	-	40	
	ING-018	Inglês VI	2	20	20	-	40	
			Total semanal	24	Total do semestre			480
	EMK-002	Estágio Supervisionado em Marketing					240h	
	TMK-001 TMK-002	Trabalho de Graduação em Marketing I e II					160h	

Totais do Curso	Carga Horária Total	Porcentagem
Disciplinas	2400	85,72%
Estágio Supervisionado	240	8,57%
Trabalho de Graduação	160	5,71
Total	2800	100%

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing, conforme o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST), pertence ao Eixo Tecnológico Gestão e Negócios, que propõe carga horária total de 1600 horas.

Da Comissão de Especialistas

Os Especialistas analisaram os documentos constantes dos autos e realizaram visita *in loco*, elaborando Relatório circunstanciado, de fls. 100 a 115.

A Comissão inicia descrevendo o Perfil do Curso e considera que:

“O Curso em pauta foi autorizado pelo Parecer CD/CEETEPS no 703/2019, de 10/10/2019, conforme Deliberação CEE 106/2011, que dispõe sobre prerrogativas de autonomia universitária ao Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza.

Segundo a instituição “Não há dúvidas que a implantação e o desenvolvimento das atividades de marketing nas empresas serão vitais para a sua sobrevivência e continuidade, buscando atrair a atenção do mercado e, por consequência, melhorando a lucratividade da empresa.

Portanto, diante de tais conclusões, eis uma grande oportunidade de elaborar e disponibilizar ferramentas de marketing para este enorme público com muita carência de conhecimento mercadológico.” (cf. PPC, p. 83).

No geral, o descritivo sobre a IES e o curso está bem claro no PPC e demonstra que a FATEC cumpre com sua função social junto à cidade e região. A contextualização do curso, o compromisso social e a justificativa que constam no PPC do curso e apresentados pela IES estão bem fundamentados e em conformidade com os critérios mínimos que devem ser observados em um Projeto Pedagógico de Curso. Ademais, nas reuniões realizadas com gestores, com coordenação de curso, professores e alunos do curso essas características foram reforçadas.”

Os Especialistas relatam, sobre o Projeto Pedagógico:

“Os objetivos geral e específicos estão em conformidade com as exigências referentes ao trabalho de profissionais mercadólogos e em conformidade com a modernização do mercado e do setor produtivo. Estão adequados a uma formação profissionalizante voltada a áreas amplas de marketing. Cabe salientar que os objetivos devem ser revistos regularmente, sobretudo porque a era digital exige algumas capacitações específicas sintonizadas com a própria evolução tecnológica e digital.”

[...]

“No PPC a organização do currículo, o ementário, a sequência das disciplinas/atividades e Bibliografia Básica e Complementares estão adequados àquilo que está apresentado quanto a organização pedagógica e formação e perfil profissional. Assim como a carga horária e sua distribuição estão em consonância com a Resolução CNE/CP nº 03/2002 e com o CNCST-2016. Cumpre-nos assinalar a importância de adequação à Resolução CNE/CP no 01, de 05/01/2021, conforme compromisso assumido em memorando (pgs.03-05).

Ademais, a título de sugestão, recomendamos uma reavaliação do currículo, das ementas das disciplinas, do seu sequenciamento e das bibliografias básicas e complementares, haja vista que o mundo vem vivenciando uma revolução digital e a formação dos estudantes na área de marketing necessita acompanhar tal revolução. Ela imprime um cenário em constante mudança e transformação dos negócios e das empresas e impõe necessidades sociais e ecológicas emergentes neste século, tais como novos arranjos técnicos e telemáticos, Inteligência Artificial, IoT, Metaverso, Gamificação, Plataformização etc. Vale lembrar que o marketing digital é uma das áreas de formação do mercadólogo, mas como é um campo amplo talvez pensar em inserir conteúdos digitais significativos em ementas de outras disciplinas possa dar conta de atender minimamente às novas exigências de uma era em rápida transformação tecnológica e comunicacional.”

[...]

“Cada semestre contempla a disciplina Projeto Interdisciplinar de Marketing (I a VI), de 80h/a.

Ela funciona como disciplina integradora das outras disciplinas e conteúdos do semestre. De acordo com os professores em reunião com as especialistas, essa disciplina vem cumprindo bem a função integradora com projetos que são de interesse coletivo. Da mesma forma, os estudantes são favoráveis a ela e entendem bem como se dá a integração dos conteúdos dos semestres.

As disciplinas contempladas pela matriz são distribuídas por eixos formativos, quais sejam: Básicas (280h); Profissionais (1920h) e Línguas e Multidisciplinares (680h).

As disciplinas contempladas na matriz se alinham à coordenação, assessoria e gerenciamento em marketing; ao planejamento e execução; à pesquisa e estratégias etc, características exigidas no CNCST-2016 (conf. Pg. 46).”

[...]

“Foi possível notar que o PPC contempla metodologias de aprendizagem voltadas ao desenvolvimento dos estudantes a partir da lógica teoria-prática, sobretudo, damos destaque que a metodologia utilizada pelo curso é a de trabalho por projetos (conf. P. 16 – PPC). O trabalho por projeto é uma metodologia muito importante que busca desenvolver nos alunos a capacidade de lidar com problemas e de resolvê-los, além de desenvolver diversas capacidades a partir do acionamento de metodologias ágeis. Todos os componentes curriculares de um semestre se alinham às atividades da disciplina integradora semestre.

Além disso, o PPC contempla o plano de ensino amplamente discutido com os docentes da coordenação do curso e deve especificar estudos de caso, projetos e oportunidades de os estudantes vivenciarem situações reais de resolução de problemas empresariais.”

[...]

“O estágio supervisionado totaliza 240h e deve ser cumprido a partir do 3º. Semestre do curso, além das 2.400 horas/curso.

Tem como objetivo proporcionar ao estudante dentro do setor de Tecnologia em Marketing, oportunidades de desenvolver suas habilidades, analisar situações e propor mudanças no ambiente profissional. Complementar o processo ensino-aprendizagem. Incentivar a busca do aprimoramento pessoal e

profissional. Aproximar os conhecimentos acadêmicos das práticas de mercado com oportunidades para o estudante conhecer as organizações e saber como elas funcionam. Incentivar as potencialidades individuais, proporcionando o surgimento de profissionais empreendedores. Promover a integração da Faculdade/Empresa/Comunidade e servir como meio de reconhecimento das atividades de pesquisa e docência, possibilitando ao estudante identificar-se com novas áreas de atuação, ampliando os horizontes profissionais oferecidos pelo mundo do trabalho. Aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos no curso de Marketing em situações reais de desempenho da futura profissão. Realizar atividades práticas, relacionadas à Tecnologia em Marketing, desenvolvidas em ambientes profissionais, sob orientação e supervisão de um docente da Faculdade e um responsável no local de estágio.

Equiparam-se ao estágio, as atividades de extensão, de monitorias, prática profissionais, iniciação científica e/ou desenvolvimento tecnológico e inovação* na educação superior, desenvolvidas pelo estudante com a devida apresentação de documentos inerentes ao processo.

As atividades de pesquisa aplicada desenvolvidas em projetos de Iniciação Científica e/ou Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, se executadas, podem ser consideradas como Estágio Curricular, desde que sejam comprovadas, no mínimo, as cargas horárias totais respectivas a cada atividade respeitando as devidas formas de apresentação e documentos comprobatórios.

O estágio está em conformidade com os itens 7.1 e 7.2 supracitados.”

[...]

“O TG-Trabalho de Graduação possui 160 horas, tem como objetivo levar o estudante a refletir a partir de um trabalho acadêmico sobre seu perfil profissiográfico, com base em atividades de estudo, pesquisa e construção de textos específicos envolvendo conhecimentos e atividades da área do Marketing, devidamente orientados por docente do curso. O resultado final deverá ser apresentado por meio da elaboração de uma Monografia, Relatório Técnico, Projeto, Análise de Casos, Desenvolvimento (de Instrumentos, Equipamentos ou Protótipos), Levantamento Bibliográfico, etc. com publicação das contribuições, seguindo regulamento específico constante no projeto pedagógico do curso. A primeira turma está em processo de formação, com previsão para o final do ano de 2022.

Ademais, o curso apresentou às especialistas o documento “Normas do trabalho de graduação – TG: regulamentação e normas da ABNT”, que contempla 51 páginas explicativas sobre a elaboração do TG.”

[...]

“Quantidade de vagas semestrais: 40 vagas por semestre; Turnos e horário de funcionamento: diurno; Regime de matrículas: Conjunto de disciplinas (seriado) Forma de ingresso: Classificação em Processo Seletivo- Vestibular, realizado em uma única fase, com provas das disciplinas do núcleo comum do ensino médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e redação. Duração da hora/aula: 50 minutos

Período letivo proposto: Semestral, mínimo de 100 dias letivos (20 semanas).

Período de integralização do curso: Mínimo: 3 anos (6 semestres) e Máximo: 5 anos (10 semestres);

Os itens supracitados estão atendendo plenamente a característica do curso em tela. É possível identificar que nos anos de 2020 e 2021 o curso ofereceu 40 vagas e completou as mesmas com 40 ingressantes.”

[...]

“No PPC (conf. P. 6-47) não está previsto de forma clara e objetiva a avaliação dos processos de ensino e aprendizagem. Entretanto, em memorando (conf. P. 3-5) que trata das adequações às novas diretrizes curriculares - Resolução CNE/CP no 01, de 05/01/2021- é previsto a inclusão de critérios e procedimentos de avaliação da aprendizagem (conf. P. 4).

Ademais, nas reuniões os estudantes se manifestaram que o processo avaliativo de ensino e aprendizagem é bastante diversificado e satisfatório.”

[...]

“À diversidade de atividades ligadas ao ensino, à pesquisa e à extensão oportunizam os alunos estarem em contato com a diversidade de enfoques, públicos e ações que são capazes de desenvolver habilidades importantes para a profissão, como também senso de solidariedade e cidadania. Neste documento é possível observar a integração do curso junto a outras atividades desenvolvidas na unidade e o engajamento dos professores e alunos.”

[...]

“A IES possui Comissão Própria de Avaliação (CPA) com regulamentação instituída em 2014 – o regulamento foi elaborado de acordo com a Lei nº 10.861, de 14/04/2004, com Portaria MEC nº 2.051, de 09/07/2004. Em 25/08/2021 uma nova composição foi constituída por meio da portaria nº 54, com membros representantes do corpo docente, discente, funcionário e comunidade local. A CPA é responsável por acompanhar a aplicação de avaliação institucional e dos cursos, avaliar os resultados e publicizá-los. O instrumento avaliativo é baseado nas dimensões do SINAES e existem dois resultados publicizados (2019 e 2020) no site da Unidade. Os resultados, no geral, são positivos e a avaliação é realizada anualmente.

Em reunião com a CPA, com professores, alunos e funcionários eles foram informados sobre essas avaliações, além disso, o site da Fatec a CPA está em destaque o que possibilita que a informação circule entre os principais públicos da IES.”

[...]

“Em relação aos Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação consta no Projeto Pedagógico de Curso (PPC, p. 16) as ferramentas digitais, e outras discutidas ao longo do curso, são transversais ao

currículo, assim como, questões relacionadas à sustentabilidade, ética nos negócios e a comunicação adequada, inclusive em idiomas estrangeiros. Observe-se que a faculdade poderá desenvolver componentes curriculares de maneira semipresencial do estudante, não excedendo 20% da carga de aulas do semestre, com atividades previamente definidas nos planos de ensino das disciplinas envolvidas.

Logo, no âmbito interno da Instituição existem laboratórios com máquinas suficientes, softwares e sinal de Internet que atendem às necessidades do Curso Avaliado, contando com técnico especializado. No âmbito externo durante o período das aulas remotas, em virtude da pandemia, a Instituição qualificou os docentes e disponibilizou plataforma para que as aulas fossem ministradas remotamente.”

[...]

“O curso apresentou o “Regulamento do Núcleo Docente Estruturante – NDE” que estabelece diretrizes para o funcionamento do NDE. Neste documento além de estarem claros as atribuições e funcionamento do NDE, ainda contempla a forma como deve ser constituído, indicações de docentes e como devem funcionar as reuniões desta comissão.

Além deste documento, também foi apresentado a ata de posse da última constituição do NDE realizada em 22/10/2021, composta pelo presidente (coordenação do curso) e 6 docentes e na reunião com o NDE também foi constatado que eles se reúnem com frequência e discutem as pautas relativas ao curso.”

Sobre a Infraestrutura, relatam:

“A IES está em sua capacidade máxima de atendimento. O espaço físico é insuficiente. A IES aguarda expansão do Campus.

A IES possui WIFI no campus com acesso administrado. A rede de informação está em fase de expansão para 900mb.

Em relação a acessibilidade a IES precisa fazer adaptações quanto ao acesso em sala de aula aos pisos superiores, pois não há elevadores e nem rampas de pessoas com deficiência.

Os gestores relataram que adaptam as salas de aula diante das necessidade de PCDs alocando as aulas em sala no piso térreo.

Os alunos apontaram insatisfação com a climatização das salas, pois as mesmas não contam com ventilação apropriada e em dias muito quentes as salas não possuem sistema de ar-condicionado. Também apontaram insatisfação em relação ao som alto que interfere nas aulas.

No geral, a infraestrutura está atendendo, mesmo considerando os pontos de insatisfação, as necessidades mais imediatas dos estudantes e professores.”

Sobre a Biblioteca:

“A biblioteca não conta com bibliotecária, ficando a cargo de um professor dar assessoria a este departamento. Existe regulamento interno em que estão dispostas todas as informações sobre uso, acesso, empréstimos dentre outras questões relacionadas ao uso interno da área de estudos. As instalações físicas não atendem às necessidades dos alunos, sendo um espaço muito pequeno com pouca possibilidade de atendimento a muitos estudantes ao mesmo tempo. Há que se considerar que no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) desta unidade, em vigência de 2019 a 2023, consta como um dos pontos fracos a falta de infraestrutura complementar e a biblioteca está entre os itens (conf. P. 6 – PDI). Entretanto no mesmo documento é considerado a construção de um prédio que deve abrigar entre outras instalações uma nova biblioteca (conf. P. 5 e 18 – PDI).

Em relação ao acervo para atender ao curso é quase inexistente. Foi apresentada solicitação para compra de livros, contendo 292 livros voltados exclusivamente ao curso, mas essa compra não depende da unidade. Vale destacar que nesta lista os livros informados para compra estão com anos de edição desatualizados, todos com mais de 5 anos. Por exemplo, destacamos o livro “Liderança conectiva: como liderar em um novo mundo de interdependência, diversidade e...” de Jean Lipman-Blumen com a edição de 1999.

Considerando que a conectividade desde 1999 já se transformou muito, entende-se que é um livro que precisa ser revisto e atualizado. Esse é um dos inúmeros casos observados tanto nesta lista de comprar, como também, nas bibliografias básicas e complementares do curso que constam no seu PPC.”

Avaliação da Adequação da Quantidade e Formação de Funcionários Administrativos:

“A equipe de colaboradores do setor administrativo é extensiva a todos os cursos oferecidos pela instituição. É composta por 9 funcionários,(Diretoria de Serviço Administrativo 1;Auxiliar administrativo 5;Auxiliar Docente 2;Multimídia (apoio) 1), todos bem capacitados e com longos anos de trabalho junto à IES.

Não há funcionários exclusivos para o curso de Tecnologia em Marketing

A IES não possui Bibliotecário Responsável, é sempre um docente que ocupa esta função junto aos serviços de biblioteca para o curso de Tecnologia em Marketing como para os demais.”

Ao final, a Comissão tece as seguintes considerações:

“Esta Comissão de Especialistas analisou a solicitação de Reconhecimento do Curso de Tecnologia em Marketing e mediante análise de documentos do CEE e da Instituição, além de visita às instalações da IES e do curso no dia 11/04/2022, reuniões com a gestão acadêmica, coordenador, Núcleo Docente Estruturante, Comissão Própria de Avaliação, docentes e discentes e observou que:

**O PPC está em conformidade com os documentos de referência e os itens avaliados, com exceção das bibliografias básicas que precisam ser revistas, atendem às diretrizes.*

**Na visita in loco observou-se que as instalações físicas (infraestrutura) estão em conformidade com o exigido, com exceção da acessibilidade que precisa ser rapidamente implantada, sobretudo sobre o acesso às salas de aula no piso superior do prédio. Além disso, é importante destacar sobre a climatização das salas de aula. Mas, não há nenhuma consideração que comprometa por completo o ensino e aprendizagem e o funcionamento do curso.*

**Nas reuniões com o corpo docente, discente, funcionários, NDE, CPA e com os gestores notamos que de forma geral a IES está comprometida com o curso e, de forma geral, esses públicos demonstraram satisfação com o andamento do curso.*

***Entretanto, cabe uma recomendação imprescindível. Observou-se, sobretudo na fala dos estudantes, além de constatar nos documentos um problema que precisa ser resolvido emergencialmente, que é a falta de professores para muitas disciplinas do curso. Muitos alunos relatam que persistem disciplinas sem professores e que ainda não foram repostas pelo curso. Sobre esta questão, em conversa com a gestão do curso e da IES, foi posicionado que estão providenciando a reposição por meio de: a) editais que estão abertos e outros que já encontram-se em fase de contratação de professores; b) que a reposição das aulas nos foi relatado que “na medida em que os docentes estão sendo admitidos o coordenador faz o planejamento das aulas em atraso e o cronograma é elaborado conforme a disponibilidade dos alunos e do docente, para que não haja prejuízos acadêmicos” Além disso, também nos informaram que:*

Alunos regularmente matriculados, farão as disciplinas no semestre corrente, com reposição de aulas durante o semestre e caso não haja tempo hábil, haverá prorrogação do semestre;

- *Abertura de turmas de inverno, isto é, aulas durante as férias de julho. Os processos serão montados de acordo com a disponibilidade de alunos e docentes, posteriormente o mesmo será encaminhado para autorização junto a CESU;*

- *Caso nenhuma das possibilidades acima atenda o aluno, a outra alternativa é matriculá-lo no próximo semestre, com a possibilidade de divisão de turma e oferecimento da mesma fora do horário de aula.*

Ao serem indagados sobre se essas possibilidades de reposição estavam acordadas com os estudantes, a IES nos respondeu que: ‘Sobre o plano de reposição, a equipe gestora foi em todas as salas e conversou com os alunos, com o intuito de informar a situação das disciplinas sem docentes e explicar todas as possibilidades de reposição, com o intuito de não terem prejuízos acadêmicos’.

Nos documentos encaminhados pela IES foram constatados os editais para contratação de professores.

Diante do exposto, esta comissão manifesta-se pelo RECONHECIMENTO DO CURSO. "

Conclusão da Comissão

“Considerando o conjunto de informações esta Comissão de Especialistas manifesta-se pelo FAVORÁVEL ao reconhecimento.”

Considerações Finais

O Relatório exarado pelos Especialistas nos revela alguns aspectos que deverão ser considerados com afincos pelos gestores do Curso, especialmente atentando para o andamento do edital para a contratação de mais professores, a fim de dar melhor cobertura ao andamento do Curso, à complementação de espaços de salas de aula, em futuro próximo, e o aperfeiçoamento do acervo da biblioteca em conhecimentos da área.

O Curso, na data de entrada desta solicitação, tinha completado dois anos e vem tendo procura e as vagas preenchidas. O Coordenador tem conhecimentos e experiência em sistemas de informação, sistemas operacionais, inteligência artificial e computação gráfica, conhecimentos importantes, hoje, para o manejo teórico e prático em marketing, como sinalizado pelos Especialistas em seu Relatório: “... o mundo vem vivenciando uma revolução digital e a formação dos estudantes na área de marketing necessita acompanhar tal revolução. Ela imprime um cenário em constante mudança e transformação dos negócios e das empresas e impõe necessidades sociais e ecológicas emergentes neste século, tais como novos arranjos técnicos e telemáticos, Inteligência Artificial, IoT, Metaverso, Gamificação, Plataformização etc. Vale lembrar que o marketing digital é uma das áreas de formação do mercadólogo.” Assim também é a formação de vários dos docentes do curso, além daqueles que se ocupam da formação geral básica necessária aos que se inserirão no trabalho de marketing. Espera-se que para os anos finais, e pelo edital (já citado) para contratação de docentes, outros docentes com especialidades aderentes ao currículo do curso sejam contratados.

Destacamos alguns elementos importantes. O primeiro deles é o aspecto social relevante de um Curso da FATEC autorizado numa região como Jaboticabal, município importante do Estado de São Paulo. O corpo docente em exercício, apesar da necessidade de sua complementação como acima apontado, tem uma excelente formação em nível superior e qualidade demonstrada na documentação. O ótimo clima

organizacional expresso pelo Relatório dos Especialistas é um elemento positivo e que impacta positivamente nos resultados educacionais.

Além disso, temos que contextualizar que a pandemia da Covid 19, com a consequente adoção do ensino e trabalho não presencial, atrasou todos os procedimentos necessários para a melhoria da estrutura do Curso. O advento da Lei Federal Complementar 173/2020 que proibiu todas as contratações e abertura de concursos no poder público, também é um fator que justifica e atenua os problemas apontados.

Os Especialistas se manifestaram favoravelmente ao reconhecimento do Curso. Diante dos aspectos positivos e do contexto apresentado, manifesto-me favoravelmente ao reconhecimento do Curso, porém sem ainda a vigência máxima prevista no artigo 45 da Deliberação CEE 171/2019, mas por prazo suficiente para que a Instituição possa realizar as melhorias necessárias, apontadas.

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE 171/2019, o pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, oferecido pela FATEC Jaboticabal, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, pelo prazo de dois anos.

2.2 Recomenda-se ao Interessado observar as análises e sugestões constantes no Relatório dos Especialistas, bem como as Considerações Finais deste Parecer, as quais deverão ser consideradas na renovação deste reconhecimento.

2.3 A IES deverá atender à Resolução CNE/CES 07/2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira.

2.4 O presente reconhecimento tornar-se-á efetivo por ato próprio deste Conselho, após homologação deste Parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 10 de novembro de 2022.

a) Cons^a Bernardete Angelina Gatti
Relatora

3. DECISÃO DA CÂMARA

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

Presentes os Conselheiros Bernardete Angelina Gatti, Cláudio Kassab (*ad hoc*), Eduardo Augusto Vella Gonçalves, Iraíde Marques de Freitas Barreiro, Pollyana Fátima Gama Santos, Roque Theophilo Junior (*ad hoc*) e Rose Neubauer.

Sala da Câmara de Educação Superior, 16 de novembro de 2022.

a) Cons^a Rose Neubauer
Vice-Presidente da Câmara de Educação Superior

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

O CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO toma conhecimento, da decisão da Câmara de Educação Superior, nos termos do Voto da Relatora.

Sala "Carlos Pasquale", em 23 de novembro de 2022.

Cons. Roque Theophilo Júnior
Presidente

PARECER CEE 384/2022	-	Publicado no DOE em 24/11/2022	-	Seção I	-	Página 37
Res. Seduc de 25/11/2022	-	Publicada no DOE em 26/11/2022	-	Seção I	-	Página 30
Portaria CEE-GP 513/2022	-	Publicada no DOE em 29/11/2022	-	Seção I	-	Página 09