



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

PROCESSO	CEESP-PRC-2024/00002
INTERESSADOS	Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza / FATEC Carapicuíba
ASSUNTO	Renovação de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais
RELATOR	Cons. Cláudio Mansur Salomão
PARECER CEE	Nº 334/2025 CES "D" Aprovado em 10/12/2025 Comunicado ao Pleno em 17/12/2025

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

Trata-se de pedido do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza / FATEC Carapicuíba, solicitando o de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais, oferecido pela FATEC Carapicuíba, nos termos da Deliberação CEE 171/2019, por meio do Ofício 562/2023-GDS, protocolado em 03/01/2024 (fls.3 a 4).

Foram encaminhados os documentos:- Relatório de Atividades Relevantes - fls.49 a 75, - Relatório Síntese - fls.76 a 104, - Projeto Pedagógico- fls. 168 a 169, - Curricularização da Extensão - fls. 258 a 270.

Os autos deram entrada neste Conselho em 04/01/2024. Em 04/04/2024 foi encaminhado à AT para análise, após a verificação da documentação, os autos foram enviados à CES para designação da Comissão de Especialistas. (fls.107)

A Portaria CEE-GP 31, de 31/01/2024, designou os Professores José Eduardo Ribeiro De Paiva E Maria Da Graça Brasil Rocha, realizaram visita *in loco* no dia 13/03/2024. O Relatório circunstanciado encontra-se de fls.110 a 122. Os autos retornaram à AT em 10/02/2025, para elaboração da Informação Final.

Em 15/02/2024, foi emitido e juntado aos autos o Ofício 103/2024 da Presidente da Câmara de Educação Superior, informando que em reunião realizada em 07/02/2024, discutiu-se a necessidade de adequação dos cursos das FATECs à Deliberação CEE 216/2023. Conseqüentemente, os processos em trâmite neste CEE, por não estarem adequados à referida Deliberação, foram sobrestados até que se apresente a curricularização. Embora os processos FATEC tenham sido sobrestados por meio do Ofício 103/2024 o documento não foi localizado nos autos.

A IES respondeu por meio do Ofício 38/2025-GDS-CEETEPS-GDS, protocolado em 10/02/2025, encaminhou sua manifestação, incluindo o novo Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia, com a devida curricularização, conforme documentado às fls. 167 a 276.

Assim, em 20/02/2025, os autos retornaram à Assistência Técnica para informar nos termos das Deliberações CEE 171/2019, 216/2023, e demais normas vigentes.

1.2 APRECIÇÃO

Com base na norma em epígrafe e nos documentos incluídos aos autos, passo a análise dos autos:

Histórico Institucional

Recredenciamento	Parecer CEE 123/2019, Portaria CEE-GP 191/2019, DOE 04/05/2019, por 7 anos
Diretora-Superintendente	Prof. Clóvis de Souza Dias é o Diretor-Superintendente – mandato quatro anos

Dados do Curso

Última Renovação do Reconhecimento	PARECER CEE 237/2021 - Portaria CEE-GP 410/2021 - Publicada no DOESP em 30/11/2021
Carga Horária	2.800 horas (2.400 horas de componentes curriculares + 160 horas de Trabalho de Graduação + 240 horas de Estágio Curricular Supervisionado).
Duração h/a	50 min
Turno	Matutino
Período	Semestral, com mínimo de 100 dias letivos por semestre.
Horário	Segunda a sexta-feira, das 7h10 às 11h40
Vagas/semestre	40 vagas



CEESP/PC/2025/00374

Integralização	Mínimo 6 semestres e máximo 10 semestres
Forma de Acesso:	O ingresso se dá pela classificação em Processo Seletivo Vestibular, e é realizado em uma única fase, com provas dos componentes do núcleo comum do Ensino Médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e uma redação ou processo classificatório mediante análise de rendimento escolar no Ensino Médio. Processo para preenchimento de vagas remanescentes por discentes formados na Instituição ou transferência de discentes de outra Fatec ou Instituição de Ensino Superior (processo seletivo composto de
Responsável pelo PPC	Prof. Me. Tarcísio de Souza Peres -Mestre em Ciências Médicas Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP -Especialista -Graduado em

Caracterização da Infraestrutura Física da Instituição reservada para o Curso

Instalação	Quantidade	Capacidade	Observações
Salas de aula	6	240	De uso comum entre cursos
Laboratórios	8	260	De uso comum entre cursos
Apoio	1	25	Laboratório de Mídias Digitais
Outros	3	200	Sala Maker - Auditório

Biblioteca

Tipo de acesso ao acervo	(X) Livre (X) Através de funcionário
É específica para o curso	() Sim (X) Não () Específica da área
Total de livros para o curso	Impressos: Títulos: 84 Volumes: 340
Outros	A biblioteca está bem instalada, com bibliotecária em tempo integral. O acervo cobre satisfatoriamente a bibliografia do curso, mas há dificuldades na atualização de títulos devido à centralização administrativa. Há base de publicações on-line.
Endereço do sítio na WEB do acervo	

Relação do Corpo Docente

A relação dos trinta docentes que ministram aulas no curso consta de fls. 79 a 80.

Classificação dos Docentes por Titulação

Titulação	Quantidade	Percentual %
Especialista	3	10
Mestre	15	50
Doutor	12	40
Total	10	100

Quanto à titulação, o Corpo Docente atende, à Deliberação CEE 145/2016,

A Carga Horária estabelecida para o Curso, na Portaria 413, de 12 de maio de 2016, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST).

O Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais, do programa A.M.S pelo CNCST, pertence ao Eixo Tecnológico Gestão e Negócios e propõe carga horária total de 1867 horas e 2.240 aulas.

Corpo Técnico disponível para o Curso

Tipo	Quantidade
Diretor	1
Coordenador do curso	1
Diretoria de Serviço Acadêmico	1
Diretoria de Serviço Administrativo	1
Bibliotecária	1
Auxiliar Administrativo	2
Auxiliar de Biblioteca	1
Multimídia (apoio)	1
Estagiário	1

Demanda do Curso desde a Autorização (Processos seletivos vestibulinho)

Semestre	Vagas (Matutino)	Candidatos (Matutino)	Relação candidato/vaga (Matutino)
2023/2	40	84	2,1
2023/1	40	126	3,15
2022/2	40	105	2,63
2022/1	40	263	6,58
2021/2	40	198	4,95
2021/1	40	222	5,55
2020/2	40	315	7,88
2020/1	40	239	5,98
2019/2	40	161	4,03
2019/1	40	192	4,8



Demonstrativo de alunos Matriculados no Curso

Semestre	Ingressantes (Matutino)	Demais séries (Matutino)	Total (Matutino)
2023/2	40	145	185
2023/1	40	132	172
2022/2	40	113	153
2022/1	40	97	137
2021/2	40	81	121
2021/1	40	80	120
2020/2	40	64	104
2020/1	40	50	90
2019/2	40	31	71
2019/1	40	5	45

Semestre	Egressos (Matutino)
2023/1	3
2022/2	10
2022/1	7

Matriz Curricular

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1º	1	ADM006	Administração Geral	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	LPO003	Técnicas de Apresentação de Portfólio	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	MAT011	Matemática Discreta	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	PMA013	Princípios de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80	40
	5	COM011	Interpretação e Produção de Textos	Presencial	80	-	-	-	80	40
	6	ITI013	Tecnologia da Informação e Comunicação	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING013	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					420	60	-	-	480	80
2º	1	ADM007	Pesquisa Mercadológica	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	EST009	Estatística	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	IAL007	Algoritmo e Lógica de Programação	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMD001	Projeto Integrador I	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	AGO013	Gestão de Projetos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	MPT014	Metodologia da Pesquisa Científico-Tecnológica	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	ING014	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					360	120	-	-	480	80
3º	1	ISW015	Design Digital	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	ILP002	Programação Orientada a Objetos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	IBD007	Banco de Dados	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	PMA014	Plano de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	DDE010	Direito Empresarial e do Consumidor	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	COM017	Comunicação Visual	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	COM018	Comunicação Interna	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING015	Inglês III	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					360	120	-	-	480	-
4º	1	ILP012	Experiência do Usuário	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	ILP014	Criação de Websites	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	IMH003	Programação para Ambientes Multimídia I	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMD002	Projeto Integrador II	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	PMA015	Marketing Digital	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	DDE011	Direito da Propriedade Intelectual	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	ING016	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					280	200	-	-	480	80
5º	1	IRC016	Redes e Internet	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	GEE016	Gestão de Marcas	Presencial	80	-	-	-	80	40
	3	IMH005	Programação para Mobile I	Presencial	40	40	-	-	80	-



4	IMH004	Programação para Ambientes Multimídia II	Presencial	40	40	-	-	80	-	
5	COM019	Comunicação em Mídias Digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-	
6	IMH009	Segurança no Desenvolvimento de Aplicações	Presencial	20	20	-	-	40	-	
7	ING017	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40	-	
Total de aulas do semestre				340	140	-	-	480	40	
Sem. Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão	
				Presenciais		On-line		Total		
				Sala	Lab.	Sala	Lab.			
6º	1	CEE014	Empreendedorismo e Inovação	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	IMH006	Programação para Mobile II	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	ISW016	Design Audiovisual	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	IMH007	Tópicos Especiais em Mídias Digitais	Presencial	40	40	-	-	80	80
	5	IMH008	Ciência dos Dados	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	IIA005	Inteligência Artificial	Presencial	20	20	-	-	40	-
	7	ING018	Inglês VI	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre.				300	180	-	-	480	80	

Distribuição da carga horária dos componentes complementares

No CST em Design de Mídias Digitais há previsão de componentes complementares.

Aplicável ao CST	Componente Complementar	Total de horas	Obrigatoriedade
[x]	Trabalho de Graduação -	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre
[x]	Estágio Curricular Supervisionado -	240 horas	4º Semestre

Resumo De Carga Horária

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

Matriz Curricular com 2400 horas (ou 2880 aulas de 50 minutos), sendo 300 horas destinadas à Atividade Curricular de Extensão;
Trabalho de Graduação com 160 horas;
Estágio Curricular Supervisionado com 240 horas;
Total do curso: 2800 horas;
Total de Atividades Curriculares de Extensão para este curso: 300 horas.

Atividades de Extensão

Orientações para definição de programas ou projetos das atividades de extensão:

Projeto de Extensão aplicado no 1º Semestre

Título	Oficina de Criação de Crônicas: Leitura e Reflexão Crítica
Temática	Desenvolvimento da leitura, reflexão crítica e produção de crônicas por meio de oficinas interativas.
Descrição	A disciplina Interpretação e Produção de Textos propõe um projeto de 20 horas que visa incentivar a leitura, promover a reflexão crítica e estimular a criação de crônicas entre estudantes do ensino médio e demais interessados da comunidade. As oficinas serão realizadas nas dependências internas da Fatec Carapicuíba, proporcionando um ambiente propício para a aprendizagem e a troca de experiências literárias.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a prática da leitura e da interpretação de textos; Desenvolver habilidades de escrita por meio da criação de crônicas; Promover a reflexão crítica sobre temas contemporâneos; Estimular a criatividade e a expressão pessoal dos participantes; Fomentar a integração entre a faculdade e a comunidade local.
Carga horária	40 horas-aulas equivalente a 33 horas.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> Estudantes do ensino médio da região; Membros da comunidade interessados em leitura e produção textual.
Ações/Etapas de execução	<ol style="list-style-type: none"> Planejamento e Organização (1ª semana): <ol style="list-style-type: none"> Definição do cronograma das oficinas; Preparação dos materiais didáticos. Divulgação e Inscrições (2ª semana): <ol style="list-style-type: none"> Divulgação nas escolas e na comunidade; Processamento das inscrições dos participantes. Realização das Oficinas (3ª à 6ª semana): <ol style="list-style-type: none"> Encontros semanais com atividades de leitura e análise de crônicas; Exercícios práticos de escrita e técnicas narrativas. Orientação Individualizada (Durante as oficinas): <ol style="list-style-type: none"> Feedback personalizado sobre as produções dos participantes; Discussão de ideias e desenvolvimento de temas. Apresentação Final (7ª semana): <ol style="list-style-type: none"> Sessão de leitura das crônicas produzidas; Compartilhamento de experiências e aprendizagens.
Entregas	<ul style="list-style-type: none"> Coletânea digital ou impressa das crônicas produzidas; Relatório final do projeto com avaliações e recomendações; Certificados de participação para os envolvidos.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	<ul style="list-style-type: none"> Observação da participação e engajamento nas atividades; Análise das crônicas quanto à criatividade, coerência e coesão; Questionários de auto avaliação e feedback dos participantes; Avaliação qualitativa pelos facilitadores das oficinas.



Componente(s) curricular(es) envolvidos	Interpretação e Produção de Textos
Formas de evidência	<ul style="list-style-type: none"> • Registros de frequência e participação nos encontros; • Arquivo das crônicas produzidas pelos participantes; • Fotos e vídeos das oficinas e apresentações finais; • Relatórios e depoimentos coletados durante o projeto.
Projeto de Extensão aplicado no 1º Semestre	
Título	Projeto Solidário de Marketing Social: Unindo Solidariedade, Impacto Social e Prática Acadêmica
Temática	Aplicação de estratégias de marketing social para o desenvolvimento e execução de campanhas solidárias, promovendo impacto social e formação cidadã.
Descrição	A disciplina Princípios de Marketing propõe um projeto solidário com carga horária de 40 horas, que visa unir solidariedade, impacto social e prática acadêmica. O objetivo é capacitar os alunos a criar e executar campanhas solidárias, utilizando estratégias de marketing para vivenciar experiências formativas que envolvam conhecimento científico e postura intelectual. O projeto busca contribuir para a formação cidadã dos alunos, permitindo que vejam o impacto direto de suas ações na sociedade. Além disso, a iniciativa pode tornar-se contínua dentro da Fatec Carapicuíba, com turmas auxiliando novas ONGs ou expandindo trabalhos com o Instituto Amor em Mechas e a ONG Mamas do Amor, organizações apoiadas pela instituição desde 2017.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conceitos de marketing social na prática; • Capacitar alunos na criação e execução de campanhas solidárias; • Promover experiências formativas que integrem conhecimento científico e postura cidadã; • Contribuir para o impacto social positivo por meio do apoio a ONGs; • Fortalecer a formação cidadã dos alunos, evidenciando o impacto de suas ações.
Carga horária	40 horas-aulas equivalente a 33 horas.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Alunos da disciplina Princípios de Marketing (executores); • Organizações Não Governamentais (ONGs) e instituições sociais; • Comunidade externa beneficiada pelas campanhas solidárias.
Ações/Etapas de execução	<ol style="list-style-type: none"> Planejamento Inicial (Semanas 1-2): <ol style="list-style-type: none"> Apresentação do projeto aos alunos; Seleção das ONGs ou causas a serem apoiadas; Formação de grupos de trabalho e definição de responsabilidades. Pesquisa e Diagnóstico (Semanas 3-4): <ol style="list-style-type: none"> Análise das necessidades das ONGs escolhidas; Identificação do público-alvo e canais de comunicação; Levantamento de recursos e parcerias potenciais. Desenvolvimento das Campanhas (Semanas 5-7): <ol style="list-style-type: none"> Criação de estratégias e planos de marketing social; Elaboração de materiais promocionais e conteúdo digital; Planejamento logístico das ações solidárias. Execução das Campanhas (Semanas 8-10): <ol style="list-style-type: none"> Implementação das ações planejadas; Engajamento da comunidade e divulgação nas mídias sociais; Monitoramento e ajustes conforme necessário. Avaliação e Feedback (Semana 11): <ol style="list-style-type: none"> Coleta de dados e resultados das campanhas; Análise do impacto social alcançado; Reunião com as ONGs para feedback mútuo. Relatório Final e Apresentação (Semana 12): <ol style="list-style-type: none"> Elaboração de relatório final detalhado; Apresentação dos resultados para a comunidade acadêmica; Reflexão sobre aprendizados e sugestões para projetos futuros.
Entregas	<ul style="list-style-type: none"> • Planos de marketing social elaborados pelos alunos; • Materiais promocionais e conteúdo de campanha produzidos; • Relatório final com análise de resultados e impacto social; • Apresentações finais para a comunidade acadêmica e ONGs parceiras.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação dos planos de marketing quanto à criatividade e eficácia; • Observação da participação e comprometimento dos alunos nas atividades; • Análise dos resultados obtidos pelas campanhas (metas atingidas, engajamento, etc.); • Feedback das ONGs parceiras sobre a colaboração e resultados; • Auto avaliação dos alunos sobre o aprendizado e desenvolvimento pessoal.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Princípios de Marketing
Formas de evidência	<ul style="list-style-type: none"> • Registros fotográficos e vídeos das campanhas e atividades; • Depoimentos de beneficiários e representantes das ONGs; • Métricas de desempenho das campanhas (alcance, engajamento, doações, etc.); • Documentos e materiais produzidos durante o projeto; • Certificados de participação e reconhecimento emitidos pelas ONGs.
Projeto de Extensão aplicado no 2º Semestre	
Título	Desenvolvimento de Estratégias de Marketing para ONGs Locais
Temática	Aplicação prática dos conhecimentos em Administração, Marketing, Pesquisa Mercadológica e Técnicas de Apresentação para auxiliar ONGs locais em suas estratégias de comunicação e captação de recursos.
Descrição	O projeto propõe que os alunos do Projeto Integrador I utilizem os conhecimentos adquiridos nos componentes



	curriculares para desenvolver planos e materiais de marketing que atendam às necessidades reais de ONGs locais atuantes em setores como saúde, educação, meio ambiente e assistência social. Orientados pelos professores, os estudantes trabalharão em grupos para identificar desafios enfrentados por essas organizações e propor soluções que ampliem sua visibilidade e impacto social.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Integrar conhecimentos dos componentes curriculares em um projeto prático; Desenvolver habilidades em planejamento estratégico, pesquisa de mercado e técnicas de apresentação; Contribuir para o fortalecimento de ONGs locais, aprimorando suas estratégias de comunicação e marketing; Estimular a responsabilidade social dos alunos, promovendo a interação com a comunidade; Aprimorar competências como trabalho em equipe, liderança e comunicação eficaz.
Carga horária	80 horas-aulas equivalente a 67 horas.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> Alunos matriculados no Projeto Integrador I (executores); ONGs locais atuantes nos setores de saúde, educação, meio ambiente e assistência social; Comunidade externa beneficiada pelas ações das ONGs.
Ações/Etapas de execução	<ol style="list-style-type: none"> Apresentação e Sensibilização (Semanas 1-2): <ol style="list-style-type: none"> Introdução ao projeto e sua importância social; Palestras sobre o papel das ONGs e desafios enfrentados; Formação de grupos de trabalho. Seleção das ONGs e Setores (Semana 3): <ol style="list-style-type: none"> Cada grupo escolhe um setor de atuação (saúde, educação, meio ambiente, assistência social); Alocação de ONGs dentro dos setores escolhidos, sem mencionar nomes específicos. Diagnóstico das Necessidades (Semanas 4-5): <ol style="list-style-type: none"> Contato com as ONGs para entender suas necessidades em marketing e comunicação; Realização de pesquisas mercadológicas para identificar o público-alvo e concorrentes. Planejamento Estratégico (Semanas 6-8): <ol style="list-style-type: none"> Elaboração de planos de marketing personalizados para cada ONG; Definição de objetivos, metas e estratégias de comunicação. Desenvolvimento de Materiais (Semanas 9-11): <ol style="list-style-type: none"> Criação de materiais promocionais: folders, banners, posts para mídias sociais, apresentações institucionais entre outros; Aplicação de técnicas de design e comunicação visual aprendidas nas disciplinas. Apresentação das Propostas (Semana 12): <ol style="list-style-type: none"> Apresentação dos planos e materiais desenvolvidos para as ONGs e professores; Coleta de feedbacks para refinamento das propostas. Implementação Piloto (Semanas 13-14): <ol style="list-style-type: none"> Aplicação de uma parte das estratégias desenvolvidas em um ambiente controlado; Monitoramento de resultados iniciais e ajustes necessários. Avaliação e Reflexão (Semana 15): <ol style="list-style-type: none"> Avaliação dos resultados obtidos e do impacto gerado; Reflexão coletiva sobre os aprendizados e desafios enfrentados. Apresentação Final (Semana 16): <ol style="list-style-type: none"> Apresentação dos resultados finais para a comunidade acadêmica e representantes das ONGs; Discussão sobre a continuidade das ações e possibilidades futuras.
Entregas	<ul style="list-style-type: none"> Plano de Marketing detalhado para cada ONG; Materiais promocionais desenvolvidos (digitais e/ou impressos); Relatório de pesquisa mercadológica com dados e insights relevantes; Portfólio documentando todo o processo e resultados alcançados.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	<ul style="list-style-type: none"> Qualidade técnica dos planos e materiais desenvolvidos; Relevância e aplicabilidade das soluções propostas para as ONGs; Engajamento e proatividade dos alunos durante o projeto; Capacidade de trabalhar em equipe e cumprir prazos estabelecidos; Feedback das ONGs sobre a colaboração e resultados obtidos.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador I
Formas de evidência	<ul style="list-style-type: none"> Registros de reuniões e interações com as ONGs; Documentação visual dos materiais produzidos; Depoimentos de representantes das ONGs e beneficiários; Relatórios e análises das atividades realizadas; Certificados ou cartas de reconhecimento emitidos pelas ONGs.
Projeto de Extensão aplicado no 4º Semestre	
Título	Desenvolvimento de Soluções Digitais para Microempreendedores Individuais (MEIs)
Temática	Aplicação prática dos conhecimentos em design digital, programação, banco de dados, criação de websites, experiência do usuário e marketing digital para desenvolver soluções digitais que atendam às necessidades de pequenos empresários e Microempreendedores Individuais (MEIs), fortalecendo a relação entre a faculdade e a comunidade empresarial local.
Descrição	O Projeto Integrador II propõe que os alunos integrem os conhecimentos adquiridos nos 1º, 2º, 3º e 4º semestres para desenvolver soluções digitais personalizadas para pequenos empresários e MEIs da região. Orientados pelos professores dos componentes curriculares, os estudantes trabalharão em equipes multidisciplinares para identificar desafios enfrentados por esses empreendedores, como a necessidade de presença digital, otimização de processos ou estratégias de marketing, e propor soluções tecnológicas viáveis, como websites, lojas virtuais, aplicativos simples, ou planos de marketing digital. Este projeto visa proporcionar uma experiência prática que integra diversas áreas de conhecimento, ao mesmo tempo em que contribui para o desenvolvimento econômico local, apoiando empreendedores que desempenham um papel fundamental na economia regional.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Integrar conhecimentos dos componentes curriculares em um projeto real com impacto econômico e social;



CEESP/IC202500374



	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver habilidades técnicas em design, programação, banco de dados e marketing digital aplicadas ao contexto empresarial; Aplicar conceitos de experiência do usuário (UX) para criar soluções que atendam às necessidades dos clientes e seus consumidores; Contribuir para o fortalecimento de pequenos negócios locais, promovendo o empreendedorismo e a inovação; Estimular o trabalho em equipe e a comunicação eficaz em projetos multidisciplinares; Desenvolver competências em gestão de projetos, atendimento ao cliente e apresentação profissional.
Carga horária	80 horas-aulas equivalente a 67 horas.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> Alunos matriculados no Projeto Integrador II; Pequenos empresários e MEIs locais que necessitam de suporte tecnológico para expandir seus negócios; Comunidade externa em geral, beneficiada pelo fortalecimento da economia local.
Ações/Etapas de execução	<ol style="list-style-type: none"> Planejamento e Organização (Semanas 1-2): <ol style="list-style-type: none"> Apresentação do projeto aos alunos e formação das equipes; Sensibilização sobre a importância dos pequenos negócios na economia local; Definição dos papéis e responsabilidades dentro das equipes. Seleção dos Empreendedores Parceiros (Semanas 3-4): <ol style="list-style-type: none"> Mapeamento de pequenos empresários e MEIs da região interessados em participar; Seleção dos empreendedores com base em critérios como necessidade, potencial de impacto e diversidade de setores (comércio, serviços, artesanato, alimentação, etc.); Estabelecimento de acordos de parceria e confidencialidade.
	<ol style="list-style-type: none"> Análise de Necessidades (Semanas 5-6): <ol style="list-style-type: none"> Reuniões com os empreendedores para entender seus negócios e desafios; Levantamento de requisitos para as soluções a serem desenvolvidas; Pesquisa sobre o mercado e público-alvo de cada negócio. Planejamento do Projeto (Semanas 7-8): <ol style="list-style-type: none"> Elaboração do escopo do projeto e cronograma de atividades para cada empreendedor; Definição das tecnologias e ferramentas a serem utilizadas; Criação do plano de gerenciamento de riscos e definição de indicadores de sucesso. Desenvolvimento das Soluções (Semanas 9-12): <ol style="list-style-type: none"> Design e Prototipação: <ol style="list-style-type: none"> Criação de identidades visuais, layouts de websites ou aplicativos, materiais gráficos, conforme a necessidade; Aplicação de princípios de design thinking e UX. Programação e Implementação: <ol style="list-style-type: none"> Desenvolvimento de websites, lojas virtuais ou aplicativos simples utilizando linguagens e frameworks adequados; Configuração de banco de dados para armazenamento de informações, se necessário. Marketing Digital: <ol style="list-style-type: none"> Elaboração de planos de marketing digital personalizados; Configuração de perfis em mídias sociais, SEO básico e outras estratégias de divulgação. Testes e Validação (Semanas 13-14): <ol style="list-style-type: none"> Realização de testes com os empreendedores e, se possível, com usuários finais; Coleta de feedback e realização de ajustes nas soluções desenvolvidas; Garantia da usabilidade, acessibilidade e desempenho adequado das soluções. Entrega e Treinamento (Semana 15): <ol style="list-style-type: none"> Apresentação das soluções finalizadas aos empreendedores; Treinamento para uso e manutenção das ferramentas desenvolvidas; Entrega da documentação necessária (manuais, instruções de uso, dados de acesso). Apresentação Final e Reflexão (Semana 16): <ol style="list-style-type: none"> Apresentação dos projetos para a comunidade acadêmica, empreendedores e convidados; Reflexão sobre os aprendizados, desafios e resultados alcançados; Discussão sobre possibilidades de continuidade, suporte futuro e acompanhamento dos resultados.
Entregas	<ul style="list-style-type: none"> Soluções digitais personalizadas (websites, lojas virtuais, aplicativos simples, materiais de marketing) para cada empreendedor; Documentação completa do projeto (requisitos, diagramas, código-fonte, manuais de uso); Plano de marketing digital personalizado;
	<ul style="list-style-type: none"> Relatório final com análise do processo, resultados e reflexões dos alunos; Apresentação profissional dos projetos.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	<ul style="list-style-type: none"> Qualidade técnica das soluções desenvolvidas (funcionalidade, design, usabilidade, desempenho); Relevância e impacto das soluções para os empreendedores parceiros; Integração efetiva dos conhecimentos das diversas disciplinas envolvidas; Engajamento e profissionalismo dos alunos no relacionamento com os clientes; Capacidade de adaptação e resolução de problemas durante o projeto; Feedback dos empreendedores sobre a experiência e os resultados obtidos.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador II
Formas de evidência	<ul style="list-style-type: none"> Registros de reuniões e interações com os empreendedores (atas, fotos, vídeos); Protótipos, mockups e materiais desenvolvidos durante o projeto; Código-fonte organizado e documentado; Depoimentos dos empreendedores sobre o impacto das soluções; Relatórios de testes e avaliações de usabilidade; Métricas iniciais de desempenho das soluções após a implementação (acessos, vendas, engajamento).



Certificados ou reconhecimentos obtidos pelo projeto.	
Projeto de Extensão aplicado no 5º Semestre	
Título	Desenvolvimento de Estratégias de Branding para Negócios Locais
Temática	Aplicação prática dos conceitos de gestão e desenvolvimento de marcas para auxiliar pequenos negócios locais na consolidação e fortalecimento de suas marcas no mercado, por meio de ações de comunicação off-line e online.
Descrição	Este projeto propõe que os alunos da disciplina Gestão de Marcas utilizem os conhecimentos adquiridos para desenvolver estratégias de branding para empreendedores da região. Os estudantes formarão equipes para identificar as necessidades desses empreendedores em relação à gestão de suas marcas, produtos e serviços. O objetivo é criar e implementar planos de gestão de marcas que envolvam desde a construção ou revitalização da identidade visual até estratégias de posicionamento no mercado com a adequação de portfólio de produtos e ações de marketing. Ao final do projeto, os alunos terão contribuído para o fortalecimento das marcas dos empreendedores locais, aplicando na prática os conceitos teóricos estudados e desenvolvendo competências profissionais e socioemocionais relevantes.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar conhecimentos de gestão de marcas, produtos e serviços em projetos reais; • Desenvolver habilidades em construção e gestão de marcas de valor; • Aplicar estratégias do composto mercadológico, observando os impactos na marca; • Auxiliar pequenos negócios na consolidação de sua posição no mercado por meio de ações de comunicação visual e virtual; • Estimular a criatividade e o pensamento estratégico na resolução de problemas reais; • Promover a interação entre alunos e comunidade empresarial local, fortalecendo a responsabilidade social e cidadania.
Carga horária	40 horas-aulas equivalente a 33 horas.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Alunos matriculados na disciplina Gestão de Marcas (executores); • Empreendimentos locais que necessitam de apoio na gestão de suas marcas; • Comunidade externa em geral, beneficiada pelo fortalecimento de empreendimentos locais.
Ações/Etapas de execução	<p>6. Planejamento e Sensibilização (Semanas 1-3):</p> <p>a. Apresentação do projeto, destacando a importância da gestão de marcas para negócios;</p> <p>b. Formação de equipes multidisciplinares;</p> <p>7. Identificação dos Empreendedores Parceiros (Semanas 4-6):</p> <p>a. Mapeamento de empreendimentos interessados em participar;</p> <p>b. Seleção de participante;</p> <p>c. Estabelecimento de termos de parceria e confidencialidade.</p> <p>8. Análise de Situação e Diagnóstico (Semanas 7-8):</p> <p>a. Reuniões com empreendedor(a) para entender o negócio, público-alvo, concorrentes e desafios de marca;</p> <p>b. Aplicação de ferramentas de pesquisa mercadológica para coletar dados relevantes;</p> <p>c. Análise do portfólio de produtos/serviços e posicionamento atual da marca no mercado.</p> <p>9. Planejamento Estratégico de Marca (Semanas 9-11):</p> <p>a. Definição dos objetivos e públicos;</p> <p>b. Elaboração de estratégias de construção ou rebranding.</p>
	<p>10. Desenvolvimento (Semanas 12-16):</p> <p>a. Criação ou atualização marca;</p> <p>b. Planejamento de presença off e/ou online.</p> <p>11. Apresentação (Semana 17):</p> <p>a. Apresentação do projeto;</p> <p>b. Discussões.</p> <p>12. Ajustes e entrega final (Semanas 18-20):</p> <p>a. Readequação da apresentação e entrega final de arquivos para cliente e portfólio acadêmico.</p>
Entregas	<ul style="list-style-type: none"> • Plano de Gestão de Marca; • Arquivos correlatos.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação contínua do desempenho dos alunos durante as etapas do projeto; • Qualidade técnica dos planos e materiais desenvolvidos; • Criatividade e inovação nas soluções propostas; • Engajamento e profissionalismo no relacionamento com os empreendedores;
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Gestão de Marcas
Formas de evidência	<ul style="list-style-type: none"> • Registros das atividades realizadas; • Apresentação final; • Arquivos com materiais produzidos (identidade visual, materiais promocionais on e/ou off-line...); • Depoimentos do(a) empreendedor(a), quando possível.
Projeto de Extensão aplicado no 6º Semestre	
Título	Portal de Tecnologias Emergentes: Explorando Inovações em Mídias Digitais
Temática	Desenvolvimento de um portal interativo sobre tecnologias emergentes, integrando conhecimentos de Design de Mídias e Computação para oferecer experiências imersivas e educativas.
Descrição	O projeto propõe a criação de um Portal de Tecnologias Emergentes, desenvolvido pelos alunos da disciplina Tópicos Especiais em Mídias Digitais do curso de Design de Mídias, com carga horária de 80 horas por semestre. O portal abordará temas contemporâneos e tecnologias emergentes, como Inteligência Artificial, Internet das Coisas (IoT), Marketing Digital, Mídias Sociais e Design Digital. Os alunos serão responsáveis por criar e curar salas virtuais e conteúdos digitais, explorando desde tecnologias simples até ferramentas avançadas, como realidade virtual, para proporcionar experiências imersivas aos visitantes. O foco é promover um ambiente de aprendizagem ativo e interdisciplinar, no qual os estudantes desenvolvem habilidades técnicas e criativas enquanto investigam o impacto das novas tecnologias. A cada semestre, os alunos serão desafiados a produzir e organizar novas exposições temáticas, contribuindo para a atualização e evolução contínua do portal. O portal será aberto ao público, promovendo a interação entre universidade e sociedade por meio de eventos, visitas virtuais e materiais educacionais acessíveis.



Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver habilidades técnicas e criativas na produção de conteúdos digitais; Investigar e disseminar conhecimentos sobre tecnologias emergentes; Promover a aprendizagem ativa e interdisciplinar entre os alunos; Integrar o conhecimento acadêmico com as demandas sociais da comunidade; Proporcionar à comunidade acesso a informações atualizadas sobre inovações tecnológicas; Estimular a interação entre universidade e sociedade através de um portal acessível e educativo.
Carga horária	80 horas-aulas equivalente a 67 horas.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> Estudantes do curso de Design de Mídias e áreas afins; Alunos matriculados na disciplina Tópicos Especiais em Mídias Digitais (executores); Profissionais e entusiastas de tecnologias emergentes; Comunidade externa em geral interessada em inovações tecnológicas; Instituições educacionais e organizações que buscam conhecimento em mídias digitais.
Ações/Etapas de execução	<ol style="list-style-type: none"> Planejamento e Organização (Semanas 1-2): <ol style="list-style-type: none"> Definição dos temas e tecnologias a serem abordados no portal; Formação de equipes e distribuição de tarefas entre os alunos. Pesquisa e Curadoria de Conteúdo (Semanas 3-4): <ol style="list-style-type: none"> Pesquisa aprofundada sobre tecnologias emergentes selecionadas; Curadoria de materiais e recursos para inclusão no portal. Desenvolvimento de Salas Virtuais (Semana 5-8): <ol style="list-style-type: none"> Design e programação das salas virtuais; Implementação de recursos interativos e imersivos.
	<ol style="list-style-type: none"> Produção de Conteúdos Digitais (Semanas 5-8): <ol style="list-style-type: none"> Criação de textos, vídeos, infográficos e outros materiais multimídia; Edição e formatação dos conteúdos para o portal. Integração e Testes (Semanas 9-10): <ol style="list-style-type: none"> Integração dos conteúdos e funcionalidades no portal; Testes de usabilidade e experiência do usuário. Lançamento e Divulgação (Semanas 11-12): <ol style="list-style-type: none"> Lançamento oficial do portal ao público; Campanhas de divulgação nas mídias sociais e canais institucionais. Interação com a Comunidade (Semanas 13-14): <ol style="list-style-type: none"> Organização de eventos e visitas virtuais; Engajamento com usuários através de feedback e atividades interativas. Avaliação e Melhoria contínua (Semana 15): <ol style="list-style-type: none"> Coleta de dados e análise do desempenho do portal; Planejamento de melhorias para os próximos semestres.
Entregas	<ul style="list-style-type: none"> Portal de Tecnologias Emergentes funcional e acessível; Salas virtuais temáticas desenvolvidas pelos alunos; Conteúdos digitais educacionais sobre tecnologias emergentes; Relatório final detalhando o processo, resultados e aprendizados.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	<ul style="list-style-type: none"> Avaliação dos conteúdos quanto à qualidade, relevância e inovação; Análise da usabilidade e interatividade das salas virtuais; Observação da participação e colaboração dos alunos nas atividades; Feedback da comunidade e usuários do portal; Auto avaliação dos alunos sobre o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Tópicos Especiais em Mídias Digitais
Formas de evidência	<ul style="list-style-type: none"> Registros de desenvolvimento (documentos, esboços, protótipos); Capturas de tela, vídeos e demonstrações das salas virtuais; Depoimentos de usuários e participantes dos eventos virtuais; Estatísticas de acesso e engajamento no portal; Certificados ou reconhecimentos obtidos pelo projeto.

Da Comissão de Especialistas (fls. 110 a 122)

- Contextualização do Curso, do Compromisso Social e Justificativa:

“O texto gerado pela IES para contextualizar o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Digitais, ressalta as mudanças ocorridas no mundo do trabalho com o advento das tecnologias digitais, enfatizando a necessidade de preparar pessoal qualificado para atuar num ambiente caracterizado pela transição de um modelo econômico industrial para um modelo baseado nas informações e nos conhecimentos, acentuado pela rápida mudança tecnológica. Para tanto faz-se necessário, formações voltadas especificamente para desenvolvimento, produção, gestão e crítica de processos, produtos e práticas relacionadas às tecnologias digitais. As competências e habilidades associadas ao perfil profissional têm levado à reformulação dos processos de formação a partir de novas áreas de conhecimento e de novas práticas de produção e de compreensão. É o caso de formações voltadas especificamente para o desenvolvimento, produção, gestão e crítica de processos, produtos e práticas relacionadas às tecnologias digitais. Nesse contexto nasceu a proposta do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Digitais. A cidade de Carapicuíba pertence à zona oeste da Região Metropolitana de São Paulo, fazendo limite com os municípios de Barueri (a oeste e norte), Osasco (a leste), Jandira (a sudoeste), Itapevi e Cotia (a sul) (PNUD, 2017). Carapicuíba é a quarta maior densidade demográfica do território nacional (IBGE, 2017, tendo o menor PIB da região e apresenta um perfil típico de uma “cidade dormitório”. A Pirâmide Etária de Carapicuíba



apresenta uma população notadamente jovem, e em um estudo global da revista norte-americana Time – relacionado às redes sociais – as únicas cidades brasileiras que aparecem entre as 100 primeiras são Carapicuíba (85º) e Vitória (96º), sendo que Carapicuíba aparece à frente de cidades tradicionalmente associadas à tecnologias, internet e redes sociais, tais como Londres, Abu-Dhabi e San Jose. Essas informações são relevantes para indicar o destacado nível de utilização/interesse do público jovem de Carapicuíba pelas mídias sociais. Com essas informações é plenamente justificável a existência não só do curso em processo de renovação de reconhecimento quanto os outros oferecidos pela IES, proporcionando oportunidades de formação pública de qualidade a população jovem contribuindo sobremaneira para o desenvolvimento da região.”

- Objetivos Gerais e Específicos:

“O Projeto pedagógico apresenta as competências esperadas do egresso dividida em duas vertentes: geral e específica. A geral diz mais sobre o que se espera do egresso de um curso superior em qualquer área (Capacidade de desenvolver atividades de forma colaborativa em equipes multidisciplinares; > Capacidade de comunicação interpessoal e expressão correta em documentos técnicos, inclusive em Língua Estrangeira. > Espírito empreendedor e visão crítica na busca de novas oportunidades de desenvolvimento profissional; > Criatividade e intuição aguçadas aliadas a preparo técnico adequado; > Buscar uma formação continuada ao longo do exercício profissional; > Formação ético-profissional que propicie sensibilidade para as questões humanísticas e sociais) e a específica foca nas competências esperadas para um

egresso de curso superior na área tecnológica (Capacidade de identificar novas oportunidades de negócio; > Demonstrar de raciocínio lógico; > Interesse para o aprendizado contínuo de novas tecnologias; Identificar as principais características da Sociedade da Informação e do Conhecimento, a partir da visualização numa linha de tempo da evolução social e tecnológica do homem Contemporâneo). Apresenta um quadro onde relaciona as disciplinas da grade que estão relacionadas às competências esperadas em cada vertente. Dessa forma fica bastante claro do ponto de vista dos avaliadores como é atingido os objetivos explicitados.”

- Currículo, Ementário e Sequência e Bibliografias:

“Ao analisar o catálogo nacional de cursos superiores de tecnologia, verificamos que neste catálogo não consta o curso com a denominação de design de mídias digitais e sim o curso equivalente denominado Tecnologia em produção multimídia como perfil profissional semelhante ao denominado Design de Mídias Digitais que consta nas Diretrizes para o Cursos Superiores de Tecnologia do Centro Paula Souza. Outra diferença significativa entre as duas fontes é que o Catálogo Nacional explicita o número mínimo de horas dos cursos ali listados, o que não ocorre nas diretrizes estaduais. Mas analisando a grade curricular, constatamos que o curso em questão ultrapassa com folga o número mínimo de horas que consta no Catálogo Nacional que é de 1600 horas. Com relação a infraestrutura mínima requerida, ambos mencionam Laboratório de informática com programas e equipamentos compatíveis com as atividades educacionais do curso. Posto essas considerações sobre a legislação, passamos à análise do ementário, sequenciamento de disciplinas e bibliografias. As disciplinas estão distribuídas em 6 semestres, cada um deles com 400 Horas. Nos últimos 3 semestres estão distribuídas as 240 horas de estágio e nos últimos dois as 160 horas de Trabalho de Graduação. Tanto o ementário quanto o sequenciamento das disciplinas estão perfeitamente adequados à proposta do curso e as bibliografias tanto a básica quanto a complementar estão adequadas.”

- Matriz Curricular:

“Como já mencionado, a matriz apresentada desenha ao longo dos semestres as competências explicitadas no perfil do profissional proposto. As duas disciplinas denominadas Projeto Integrado I e II fazem uso das competências adquiridas nos semestres ou no semestre que a antecede (no caso do Projeto Integrado I que é oferecida no segundo semestre) para delinear um projeto a ser desenvolvido. Os avaliadores puderam analisar in loco alguns desses projetos e acreditamos que os mesmos cumprem o papel de aliar a teoria com a prática. Além dessas duas disciplinas, o estágio e o Trabalho de conclusão de curso também cumprem esse mesmo papel, sendo que nesses dois casos temos de forma mais explícita a transposição do conhecimento em situações reais da vida profissional.”

- Metodologias de Aprendizagem:

“Conforme relato dos alunos as duas disciplinas de projeto são feitas em grupo e via de regra necessitam de ambientes simulados e laboratórios onde os alunos podem desenvolver seus projetos de forma autônoma facilitando o desenvolvimento de várias habilidades como a de trabalho em grupo, a autonomia e criatividade para o desenvolvimento até em situações adversas de falta de equipamentos mais sofisticados e apropriados.”

- Disciplinas na modalidade EaD:

“Na grade atual ainda não existe nenhuma disciplina ofertada na modalidade a distância. O NDE optou por fazer o processo de renovação de reconhecimento enquanto estuda a possível implantação da oferta de disciplina a distância.”

- Projeto de Estágio Supervisionado:

“O Projeto de estágio supervisionado está totalmente regulamentado e segue a legislação pertinente e as normas internas da IES.”

- TCC:



“A grade apresentada contempla o Trabalho de conclusão de curso com a denominação de Trabalho de Graduação devidamente orientado por docente do curso. O regulamento específico consta do PPC e prevê que o referido trabalho possa ser: o desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa e construção de textos específicos envolvendo conhecimentos e atividades da área da Tecnologia em Design de Mídias Digitais. O resultado deverá ser apresentado por meio da elaboração de uma monografia, relatório técnico, projeto, análise de casos, desenvolvimento de instrumentos, equipamentos ou protótipos, levantamento bibliográfico, com publicação das contribuições.”

- Vagas, horários de funcionamento, tempo de integralização:

“O Curso de Graduação em Tecnologia em Design de Mídias Digitais da Fatec de Carapicuíba, oferece turmas no período matutino (2ª a 6ª feira, das 7h40h às 13h), 40 vagas por semestre. O ingresso se dá via 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. A carga horária total de 2800 horas deve ser integralizada em um mínimo de seis (6) e máximo de dez (10) semestres, atendendo assim, ao disposto no CNCST e na Resolução CNE/CP-03/2002 (DCN). Em conversa com os alunos sentimos que para as necessidades da região a oferta do mesmo curso no período noturno deveria ser avaliada. Não está institucionalizado um sistema efetivo de acompanhamento de egressos, segundo os relatos dos professores e dos alunos, o que tem acontecido é a participação de ex-alunos em palestras e atividades com os atuais alunos do curso.”

- Sistema de Avaliação do Curso:

“O Sistema de avaliação do curso segue o regimento de graduação da FATEC que especifica no Artigo 37 que: A avaliação do rendimento escolar é realizada através dos trabalhos previstos em cada atividade curricular do curso. § 1º - Os trabalhos realizados em cada atividade curricular podem ser utilizados para a verificação da aprendizagem e serem divididos em diferentes instrumentos, como avaliações escritas, orais, exercícios, relatórios, projetos, revisões, artigos, desenvolvimento de softwares, filmes, etc. § 2º - Para a verificação da aprendizagem numa dada atividade curricular serão obrigatórias, no mínimo, duas notas para compor a média final. § 3º - Os critérios de avaliação compreendem os parâmetros que norteiam o professor na aferição da aprendizagem e podem englobar, dentre outros: domínio da língua culta, clareza de raciocínio, exatidão da resposta, entrega no prazo estipulado, ausência de rasuras, domínio de termos técnicos, utilização correta de simbologia, etc. § 4º - As formas de verificação da aprendizagem são estabelecidas pelo Professor responsável pela atividade curricular, devendo ser aprovadas pela respectiva Coordenadoria de Curso, no Plano de Ensino e divulgadas no início de cada período letivo.”

- Atividades relevantes:

“Existem diversas atividades desenvolvidas dentro do curso, dentre as quais se destaca a Publicação da Revista “Mídia e Design”, voltada a interdisciplinaridade, comprometida em “publicar trabalhos que não apenas avancem no conhecimento técnico, mas também reflitam sobre as implicações sociais, culturais e éticas das mídias digitais”. Além desta, diversas outras atividades elencadas nas pags. 55 a 63 demonstram atividades significativas dentro da extensão, produção científica e outros eventos. A Iniciação científica é estimulada junto ao corpo discente, principalmente pela criação da BTA (Biblioteca virtual de projetos acadêmicos), inaugurada em 2020, biblioteca fruto de um trabalho de IC, com o objetivo de abrigar a produção acadêmica dos alunos, implantada em 2023. Fica claro o esforço da instituição em promover e participar de diversas atividades em sua área de atuação, procurando agregar uma série de atividades que promovam a expansão dos horizontes do curso e que valorizem a reflexão sobre sua área específica; porém, são poucos os projetos de Iniciação Científica, e recomendamos fortemente um maior empenho neste quesito, principalmente por ser a Iniciação Científica fundamental para a formação e ampliação do conhecimento dos alunos.”

- Avaliações Institucionais:

“As FATECs participam do ENADE, com 77 cursos sendo avaliados, porém o Curso De Mídia e Design ainda não participa do processo. Entre outras avaliações diversas do corpo docente e discente, encontramos diversos projetos avaliados por outras instituições de ensino, congressos, publicações e outras atividades acadêmicas, conforme consta das fls. 64 a 69 do processo em questão.”

- Gestão Municipal de Saúde:

“Não se aplica.”

Não há menção no PPC da utilização de Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação como proposta formal do curso. Os professores podem utilizar ou não, dentro da liberdade de cátedra, ferramentas como Teams, Quizz, Memminder e outros, sendo esta utilização voluntária e opcional.”

- Docentes e Coordenação do Curso:

“O coordenador possui mandato de dois anos, eleito pelo corpo docente. O coordenador atual do curso possui graduação em Engenharia da Computação e mestrado em Ciências Médicas pela UNICAMP, formação em Gestão de Projetos pela FIA/USP, e Gestão Estratégica e Competitividade pela Fundação Dom Cabral. Atua na FIA/USP e FGV sendo contratado na FATEC como professor horista, carga total de 18. Seu perfil acadêmico revela boa aderência com a proposta do curso.”

- Plano de Carreira:

“A carreira docente é regulada pela Lei Complementar no 1.044, de 13 de maio de 2008, e alterada pelas Lei no 1240, de 22 de abril de 2014, pela Lei Complementar no 1252, de 03 de julho de 2014, e pela Lei Complementar no 1.343, de 26 de agosto de 2019 que Instituiu o Plano de Carreiras, de Empregos



Publicos e Sistema Retributorio dos Servidores do Centro Estadual de Educação Tecnológica "Paula Souza" – Ceeteps. O ingresso nas FATECs se dá por concurso publico, e a carreira docente é composta por classes: Professor de Ensino Superior, referencia I, grau A; Professor de Ensino Superior, referencia II, grau A; Professor de Ensino Superior, referencia II, grau C; Professor de Ensino Superior, referencia III, grau A; Professor de Ensino Superior, referencia III, grau C; sendo facultada a opção pelo Regime de Jornada Integral - RJ. Em 2022, houve um abrangente processo de Evolução Funcional, onde 54 docentes e funcionarios (aproximadamente 90% do quadro funcional) foram contemplados com a Progressao ou Evolução. Atualmente, nao existem professores em Jornada Integral, sendo todos horistas, e sua remuneração hoje aponta valores pouco expressivos. Seria interessante a contratação de professores em Jornada Integral, o que poderia permitir um maior campo de atuação em áreas como a Iniciação Científica e projetos de Pesquisa integrados. É importante ressaltar a qualidade acadêmica que o corpo docente do curso apresenta. Atualmente, o curso conta com 03 professores especialistas, 15 Mestres e 12 Doutores, atendendo plenamente ao disposto da Deliberação CEE 145/2016."

Núcleo Docente Estruturante (NDE) ou estrutura similar e Colegiado do Curso:

"O curso possui um NDE eleito pelos pares e com reuniões trimestrais, presidido pelo Coordenador de Curso. Todas as alterações propostas junto ao PPC são analisadas e submetidas à Congregação após parecer técnico do NDE, o que caracteriza sua integração com a Unidade. Os representantes discentes são eleitos pelos pares semestralmente e a cada dois anos podem se candidatar a Congregação da unidade, assim como os representantes docentes."

- Infraestrutura física, wifi, internet:

"A infraestrutura física dos cursos é bem desenvolvida, boas salas de aula com recursos de informática colocados à disposição dos alunos e pacotes básicos de edição de imagem são disponibilizadas, bem como o acesso à rede. Há falta de uma estrutura de produção audiovisual montada e que permita captação de imagens de modo mais profissional, uma vez que não existem câmeras fotográficas ou ilhas de edição de áudio/vídeo disponíveis, algo que é fundamental para este curso, e que já foi recomendado no parecer de reconhecimento. Assim, julgamos necessário um olhar da gestão geral das FATECs sobre o tema, uma vez que a capacitação dos alunos em realizar produção audiovisual deve ser um dos fundamentos para a qualidade pretendida do curso."

- Biblioteca:

"A biblioteca atualmente está bem instalada, contando com uma Bibliotecária em tempo integral contratada recentemente, que está organizando o acervo e as atividades do espaço. O acervo procura cobrir de forma satisfatória a bibliografia básica e complementar do curso, porém a aquisição de títulos é feita por solicitação à administração central, e nem sempre é atendida dentro de um prazo satisfatório. Existe uma boa base de publicações on-line disponibilizada, através do sistema on-line <http://biblio.cps.sp.gov.br>. Assim, é satisfatório o acervo e a estrutura, porém é necessário um olhar atento para a manutenção e adequação do acervo às necessidades docentes e discentes."

- Funcionários Administrativos:

"O quadro de servidores é precário, apontando a falta de profissionais absolutamente necessários para as atividades de suporte ao curso. Existe sobrecarga de atividades e falta de profissionais de suporte a área de TI, produção audiovisual e afins. A qualificação está de acordo com as atividades desempenhadas, porém é preocupante o pequeno número de servidores e a não existência de uma política formal de contratação/reposição dos mesmos."

Recomendações realizadas no último Parecer:

As recomendações foram atendidas em sua quase totalidade, dentro das possibilidades oferecidas pela FATEC, destacando-se as atividades referentes a biblioteca; porém, quanto a estrutura de produção audiovisual, que julgamos ser de extrema importância para o bom andamento e qualidade esperada dos alunos, não houve avanços significativos. Houve a implantação da Sala Maker, mas a mesma necessita de equipamentos adequados para cumprir plenamente sua função. Além disso, as recomendações sobre a contratação de servidores específicos para as atividades técnicas do curso também não foram atendidas"

Manifestação Final dos Especialistas:

"Esta comissão de especialistas foi designada para proceder às análises com vistas à renovação do reconhecimento do CST em Design de Mídias Digitais da FATEC de Carapicuíba. A visita agendada previamente, ocorreu de comum acordo com a direção. A unidade disponibilizou vídeo institucional com a infraestrutura e as reuniões foram realizadas no dia 13 de março de 2024.

A avaliação ocorreu em um ambiente harmonioso considerando os objetivos a que se prestam a renovação do reconhecimento do curso de Design de Mídias Digitais da Fatec de Carapicuíba. Cabe salientar que o clima cordial e atencioso se estendeu a toda as equipes com as quais foram realizadas as reuniões."

Conclusão da Comissão

Considerando a documentação apresentada, a visita a Instituição e as reuniões com o corpo docente, servidores e alunos, os pareceristas recomendam a renovação do reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – FATEC de Carapicuíba.



Considerações Finais

O presente requerimento foi protocolado dentro do prazo legal.

A Instituição demonstra que vem cumprindo sua missão junto à Sociedade.

Titulação docente perfeitamente enquadrada nos termos da Deliberação CEE 145/2016.

Quanto à “Curricularização da Extensão” encontra-se atendida.

Quanto aos indicativos de “demanda”, a relação candidato x vaga demonstra a importância do curso assim como o número de vagas ofertada se mostra compatível com a demanda.

Os Especialistas discorrem sobre uma visita serena e produtiva, não tendo qualquer apontamento relevante ou recomendação traçada.

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE 171/2019, o pedido de Renovação do Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais, solicitado pela FATEC Carapicuíba, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, pelo prazo de cinco anos.

2.2 A presente renovação do reconhecimento tornar-se-á efetiva por ato próprio deste Conselho após a homologação do presente Parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 08 de dezembro de 2025.

a) Cons. Cláudio Mansur Salomão
Relator

4. DECISÃO DA CÂMARA

A CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR adota, como seu Parecer, o Voto do Relator.

Presentes os Conselheiros Amadeu Moura Bego, Cláudio Mansur Salomão, Décio Lencioni Machado, Eliana Martorano Amaral, Hubert Alquéres, Mário Vedovello Filho, Roque Theophilo Filho e Rose Neubauer.

Sala da Câmara de Educação Superior, 10 de dezembro de 2025.

a) Cons. Hubert Alquéres
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 do Relator.

Colégio Bandeirantes, em 17 de dezembro de 2025.

a) Consª Maria Helena Guimarães de Castro
Presidente

PARECER CEE 334/2025	-	Publicado no DOESP em 18/12/2025	-	Seção I	-	Página 16
Res. Seduc de 19/12/2025	-	Publicada no DOESP em 22/12/2025	-	Seção I	-	Página 14
Portaria CEE-GP 470/2025	-	Publicada no DOESP em 23/12/2025	-	Seção I	-	Página 49

