



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

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

PROCESSO	CEESP-PRC-2024/00066		
INTERESSADA	Universidade Municipal de São Caetano do Sul		
ASSUNTO	Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade EaD		
RELATOR	Cons. Wilson Victorio Rodrigues		
PARECER CEE	Nº 375/2024	CES	Aprovado em 16/10/2024

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

O Magnífico Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul encaminha a este Conselho, pelo Ofício Reit. 49/2024, protocolado em 22/03/2024, pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, modalidade EaD, nos termos da Deliberação CEE 170/2019-fls. 5.

Recredenciamento	Parecer CEE 230/2018 e Portaria CEE-GP 205/2018, publicada no DOE em 22/06/2018, pelo prazo de dez anos.
Credenciamento para oferta de cursos superiores a distância	Portaria MEC 494, de 12 de junho de 2013
Reitor	Prof. Dr. Leandro Campi Prearo – mandato de 01/03/2021 a 28/02/2025 – 4 anos
Autorização de Funcionamento	Deliberação CONSEPE 20/2022 de 21/12/2022, com início da primeira turma no primeiro semestre de 2023

A solicitação do Reconhecimento do Curso foi realizada dentro do prazo estabelecido pelo Art. 41 da Deliberação CEE 171/2019. Encaminhado à CES em 26/03/2024, os Especialistas, Profs. Gleber Paula e Mauro Maia Laruccia, foram designados para emitir Relatório Circunstanciado sobre o Curso em pauta pela Portaria CEE-GP 127, de 10/04/2024 – fls.477. A visita in loco foi agendada para o dia 29/05/2024. O Relatório dos Especialistas foi juntado aos autos em 04/06/2024, e em 03/07/2024 foi encaminhado à AT para informar.

1.2 APRECIÇÃO

Com base na norma em epígrafe, nos documentos apresentados pela Instituição e no Relatório da Comissão de Especialistas, passo a análise dos autos:

Responsável pelo Curso: Prof. Ms. Fernando Semenzato, possui Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS, Especialização em MBA –Gestão Empresarial pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS e Graduação em Comércio Exterior pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS, ocupa o cargo de Gestor do Curso.

Dados Gerais

Carga horária total do Curso:	1.860 horas
Número de vagas oferecidas:	Noite: 60 vagas por semestre
Tempo para integralização:	Mínimo: 4 semestres Máximo: 8 semestres
Forma de Acesso	Processo Seletivo: Vestibular

Caracterização da Infraestrutura Física da Instituição reservada para o Curso

Instalação	Quantidade	Capacidade	Observações
Laboratórios	5	-	Localizado no Campus Barcelona, distribuídos: 3 no prédio B e 2 no prédio C. Possui 166 máquinas
Auditório	1	-	-
Teatro	1	-	-
Biblioteca	1	-	-
Agência Experimental de Comunicação (Unbox)	1	-	-
Laboratório de Revelação fotográfica	1	-	-
Estúdio de rádio e TV	1	-	-
Estúdio de Telejornalismo	1	-	-
Estúdio de fotografia	1	-	-
Laboratório de Computação Gráfica	1	-	-



Laboratórios de Redação I, II e III de comunicação social	1	-	-
Ilhas de edição de som e imagem	1	-	-
Praça de alimentação	1	-	-
Ginásio Poliesportivo	1	-	-

Biblioteca

Total de livros para o curso	Bibliografia básica Títulos: 77 Exemplares: 556 Bibliografia Complementar Títulos: 152 Exemplares: 848
Acervo Digital	Títulos: 142
Teses	Títulos: 57 Exemplares: 57
Outros (folhetos)	Títulos: 27 Exemplares: 27

Corpo Docente Conteudistas

Docente	Titulação Acadêmica	Regime de Trabalho	Disciplina
1. Ana Silvia Moço Aparício	Pós-Doutorado pela Fundação Carlos Chagas, FCC Doutorado em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Mestrado em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Especialização em leitura e Produção de Textos Uma Perspectiva Linguística pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, PUC Graduação em Letras pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Penápolis, FAFIPE	I	- Linguagem e comunicação nas Organizações
2. Antônio Guerra Junior	Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Mestrado em Administração das Micros e Pequenas Empresas pelo Centro Universitário Campo Limpo Paulista, UNIFACCAMP Especialização em MBA em Contabilidade, Auditoria e Tributário pela Universidade de São Paulo, USP Especialização em Pós-Graduação Lato-Sensu em Finanças pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, FECAP Graduação em Esquema I pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Graduação em Ciências Contábeis pelas Faculdades Integradas de Guarulhos, FIG Graduação em Administração pelo Centro Universitário Sant'Anna, UNI-SANT'ANNA	H	- Estratégias para Formação de Preços
3. Cláudio Arpagaus Dotto	Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, METODISTA Especialização em Administração de Marketing pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Engenharia Metalúrgica pela Universidade Presbiteriana Mackenzie	I	- Trade Marketing e Canais de Distribuição - Comunicação Integrada - Comportamento do Consumidor e Segmentação de Mercado
4. Daniela Urbinati Castro	Mestrado em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Votuporanga, UNIFEV	I	- Tópicos Avançados em Marketing
5. Danusa Pessoa Polistchuk	Mestrado em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	I	- Branding e Gestão Estratégica de Marketing
6. Edilene de Oliveira Pereira Garcia	Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie Mestrado em Administração pela Universidade Metodista de São Paulo, UMESP Especialização em Gerente de Cidades pela Fundação Armando Álvares Penteado, FAAP Especialização em Docência Superior pela Centro Universitário de Barra Mansa, UBM Graduação em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Barra Mansa, UBM Graduação em Letras pelo Centro Universitário de Barra Mansa, UBM	H	- Gestão Contemporânea
7. Edson Keyso de Miranda Kubo	Pós-Doutorado pelo San Tiago Dantas Doutorado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Mestrado em Administração de Empresas pela Kobe University Graduação em Administração Pública pela Universidade Estadual – Júlio de Mesquita Filho, UNESP	I	- Evolução dos Modelos de Administração
8. Fabrício Ricardo Perrella	Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Sistemas de Informação pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFGSA Especialização em Administração Geral pelo Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul Graduação em Bacharelado em Matemática pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFGSA	I	- Projeto de Extensão – PE (I a IV) / Projeto Integrado Multidisciplinar – PIM (I a IV) - Projeto de Extensão – PE (I a IV) / Prática Profissional (I a IV)
9. Luciana Patara	Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista, UNIP Graduação em Comunicação Social pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	H	- Linguagem e Comunicação nas Organizações
10. Luiz Fernando Milani	Mestrado em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Pós-graduação em Comunicação e Marketing pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	H	- Empreendedorismo



11. Manuel Fernandes Silva Souza	Mestrado em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie Mestrado profissional em Marketing e Propaganda pela Universidade São Judas Tadeu, USJT Mestrado profissional em Engenharia da Qualidade pela Universidade São Judas Tadeu, USJT Graduação em Engenharia Industrial Mecânica pela Universidade Braz Cubas, UBC	H	- Gestão de Vendas e Key Account
12. Marcelo de Melo	Mestrado em Educação Matemática pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC Especialização em Álgebra e Geometria pela Universidade de São Paulo, USP Graduação em Pedagogia pela Universidade Nove de Julho, UNINOVE Graduação em Licenciatura Plena em Matemática pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFA	H	- Métodos Quantitativos
13. Nonato Assis de Miranda	Doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Mestrado em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos, UNIMARCO Mestrado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Álvares Penteado, FECAP Especialização em Formação Continuada de Diretores pela Universidade de São Paulo, USP Especialização em Formação Continuada de Diretores pela Universidade de São Paulo, USP Especialização em Formação em Educação à Distância pela Universidade Paulista, UNIP Graduação em Sociologia pela Universidade Paulista, UNIP Graduação em Letras pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras Prof. José Augusto Vieira, FEM Graduação em Pedagogia pelas Faculdades Integradas Campos Salles, CAMPOS SALLES	I	- Introdução à Educação à Distância
14. Paulo José Destro	Mestrado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, FGV	H	- Inovação Aplicada aos Negócios - E-commerce e Marketing Digital
15. Regiane Balestra Vieira	Doutorado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Economia Criativa; Gestão de Cidades e Empreendimento pela Universidade Nacional de Córdoba, UNC Especialização em MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Administração de Empresas – Hab. em Gestão de Negócios pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	H	- Marketing Estratégico - Pesquisa e Sistemas de Informações de Marketing
16. Roberto Araújo Silva	Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, UMESP	I	- Marketing de Varejo e de Serviços
17. Roberto Carvalho Júnior	Mestrado em Energia pela Universidade Federal do ABC, UFABC Graduação em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	H	- Empreendedorismo
18. Vaultier Szebeni	Especialização em Gestão e Tecnologia de Segurança da Informação pela Faculdade Impacta de Tecnologia, FIT Graduação em Tecnologia em Processamento de Dados pela Faculdade de Informática e Administração Paulista, FIAP	H	- Gestão de Projetos

Obs.: a titulação docente acima descrita foi atualizada em consulta à Plataforma Lattes.

Classificação da Titulação Professores Conteudistas

Titulação	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Relativa Acumulada
Doutores	5	27,80%	27,80%
Mestres	12	66,64%	66,64%
Especialização	1	5,56%	5,56%
Total	18	100%	100%

Corpo Docente Tutores

Docente	Titulação Acadêmica	HA	Disciplina
1. Alessandra Preto Bitante	Pós-Doutorado pela Universidade Federal do ABC, UFABC Doutorado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Mestrado em Educação Administração e Comunicação Multidisciplinar pela Universidade São Marcos, UNIMARCO Especialização em MBA em Gestão de Negócios e Tecnologia da Informação pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Bacharelado em Ciência da Computação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	I	- Introdução à Educação à Distância
2. Alyne Mantonan	Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	I	- Projeto de Extensão I a IV / Projeto Integrado Multidisciplinar I a IV – PE/PIM - Projeto de Extensão I a IV / Práticas Profissionais I a IV



3. Ana Cláudia Wabiszczewicz César de Chiara	Doutorado em Engenharia Química pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Mestrado em Engenharia Química pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Especialização em Qualidade nas organizações pelo Centro Universitário Nove de Julho, UNINOVE Graduação em Engenharia de Produção Química pela Fundação Educacional Inaciana Padre Saboia de Medeiros, FEI	H	- Gestão de Projetos
4. Ana Sílvia Moço Aparício	Pós-Doutorado pela Fundação Carlos Chagas, FCC Doutorado em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Mestrado em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP Especialização em Leitura e Produção de Textos Uma Perspectiva Linguística pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, PUC Graduação em Letras pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Penápolis, FAFIPE	I	- Linguagem e Comunicação nas Organizações
5. Bruna Borsetto Maiello de Araujo	Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Pós em docência do Ensino Superior pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em MBA em Finanças pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Metodista de São Paulo, UMESP Graduação em Bacharelado com ênfase em informática pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFSA	I	- Finanças Corporativas
6. Cátia Vick Milréu	Mestrado profissional em Educação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Educação a Distância pela Universidade Católica de Brasília Graduação em Licenciatura em Computação pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFSA Graduação em Ciência da Computação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	I	- Tecnologia da Informação Aplicada a Negócios
7. Cláudio Arpagaus Dotto	Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, METODISTA Especialização em Administração de Marketing pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Engenharia Metalúrgica pela Universidade Presbiteriana Mackenzie	I	- Comunicação Integrada
8. Daniela Urbinati Castro	Mestrado em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Graduação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Votuporanga, UNIFEV	I	- Tópicos Avançados em Marketing
9. Danusa Pessoa Polistchuk	Mestrado em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	H	- Branding e Gestão Estratégica de Marketing
10. Edilene de Oliveira Pereira Garcia	Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie Mestrado em Administração pela Universidade Metodista de São Paulo, UMESP Especialização em Gerente de Cidades pela Fundação Armando Álvares Penteado, FAAP Especialização em Docência Superior pela Centro Universitário de Barra Mansa, UBM Graduação em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Barra Mansa, UBM Graduação em Letras pelo Centro Universitário de Barra Mansa, UBM	H	- Inovação Aplicada aos Negócios
11. Marcelo de Melo	Mestrado em Educação Matemática pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC Especialização em Álgebra e Geometria pela Universidade de São Paulo, USP Graduação em Pedagogia pela Universidade Nove de Julho, UNINOVE Graduação em Licenciatura Plena em Matemática pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFSA	H	- Métodos Quantitativos
12. Paulo José Destro	Mestrado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, FGV	H	- Inovação Aplicada aos Negócios - Trade Marketing e Canais de Distribuição - E-Commerce e Marketing Digital
13. Regiane Balestra	Doutorado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Economia Criativa; Gestão de Cidades e Empreendimento pela Universidade Nacional de Córdoba, UNC Especialização em MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, FGV Graduação em Administração de Empresas – Hab. em Gestão de Negócios pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS	H	- Marketing Estratégico - Gestão Contemporânea - Gestão de Vendas e Key Accounts - Evolução dos Modelos de Administração - Pesquisa e Sistemas de Informações de Marketing
14. Roberto Araújo Silva	Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, UMESP	I	- Marketing de Varejo e de Serviços



15.Sérgio Antônio Sperandio	Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS Especialização em Planejamento, Implementação e Gestão de Cursos em EAD pela Universidade Federal Fluminense, UFF Especialização em Sistemas de Informações pelo Centro Universitário Fundação Santo André, CUFSA Especialização em Administração Geral pelo Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul, IMES Graduação em Engenharia Mecânica pela Universidade de Mogi das Cruzes, UMC	H	- Gestão de Vendas e Key Accounts - Projeto de Extensão I a IV / Projeto Integrado Multidisciplinar I a IV – PE/PIM - Projeto de Extensão la IV / Práticas Profissionais I a IV - Estratégias para formação de preços
16.Sergio Feliciano Crispim	Livre-docência pela Universidade de São Paulo, USP Pós-Doutorado pela Faculdade de Economia e Administração da USP Doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo, USP Mestrado em Administração pela Universidade de São Paulo, USP Graduação em Administração de Empresas pela Universidade de São Paulo, USP Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade de São Paulo, USP	I	- Comportamento do Consumidor e Segmentação de Mercado - Empreendedorismo

Obs.: a titulação docente acima descrita foi atualizada em consulta à Plataforma Lattes

Classificação da Titulação Professores Tutores

Titulação	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Relativa Acumulada
Doutores	6	37,50%	37,50%
Mestres	10	62,50%	62,50%
Total	16	100%	100%

Após consulta Relatório Síntese verificou-se que dos 34 docentes(conteudistas/tutores), 11 com título de Doutor, sendo que 03 possuem o título de pós-doutorado, 22Mestres e 1 Especialista.

Quanto à titulação, 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. (...)

Art. 2º Nos processos de credenciamento e recredenciamento institucionais, os percentuais mínimos de docentes previstos no inciso I do artigo 1º são:

I - para as universidades: dois terços (2/3) do total de docentes da Instituição composto por mestres/doutores com, pelo menos, um terço (1/3) do total de docentes da Instituição com o título de doutor."

Corpo Técnico disponível para o Curso

Tipo	Quantidade
Gestora	1
Supervisor de Tutoria	1
Supervisora de Tecnologia	1
Supervisoras de Revisão de Textos	2
Auxiliar Administrativo	1
Designers Instrucionais	2
Analistas de WEB	2
Estagiários	8
Auxiliar Administrativo (polo São Caetano do Sul)	1
Estagiário (polo São Caetano do Sul)	1

Demanda do Curso nos últimos Processos Seletivos

Semestre	Vagas Ofertadas	Inscritos no Vestibular	Relação candidato/vaga
2023/1	60	34	0,57
2023/2	60	14	0,23
2024/1	60	30	0,50

Demonstrativo de Alunos Matriculados e Formados no Curso

Semestre	Matriculados		Egressos ao término do semestre
	Ingressantes	Totais no Semestre	
2023/1	19	10	N/A
2023/2	10	22	N/A
2024/1	20	39	N/A

Matriz Curricular

Código	Disciplina	Carga Horária Semestral
GRUPO 01	Métodos Quantitativos	40
	Marketing Estratégico	80
	Gestão Contemporânea	80
	Gestão de Vendas e Key Accounts	80
	Evolução dos Modelos de Administração	80
	Introdução à Educação à Distância	20
	Projeto de Extensão (PE) I / projeto Integrado Multidisciplinar (Pim) I	40



	Projeto de Extensão (PE) I / Prática Profissional I	60
	Total	480
Código	Disciplina	Carga Horária Semestral
GRUPO 02	Finanças Corporativas	80
	Inovação Aplicada aos Negócios	40
	Trade Marketing e Canais de Distribuição	80
	Estratégias para Formação de Preços	80
	Gestão de Projetos	80
	Projeto de Extensão (PE) II / projeto Integrado Multidisciplinar (Pim) II	40
	Projeto de Extensão (PE) II / Prática Profissional II	60
	Total	460
Código	Disciplina	Carga Horária Semestral
GRUPO 03	Comunicação Integrada	80
	Branding e Gestão Estratégica de Marketing	80
	Pesquisa e Sistemas de Informações de Marketing	80
	E-Commerce e Marketing Digital	40
	Tecnologia da Informação Aplicada aos Negócios	80
	Projeto de Extensão (PE) III / projeto Integrado Multidisciplinar (Pim) III	40
	Projeto de Extensão (PE) III / Prática Profissional III	60
	Total	460
Código	Disciplina	Carga Horária Semestral
GRUPO 04	Linguagem e Comunicação nas Organizações	80
	Marketing de Varejo e de Serviços	80
	Tópicos Avançados em Marketing	80
	Comportamento do Consumidor e Segmentação de Mercado	40
	Empreendedorismo	80
	Projeto de Extensão (PE) IV / projeto Integrado Multidisciplinar (Pim) IV	40
	Projeto de Extensão (PE) IV / Prática Profissional IV	60
	Total	460

Resumo da Carga Horária

Componente	Horas
Disciplinas diversas	1460
Projeto de Extensão (PE) / Projeto Integrado Multidisciplinar (PIM) = I a IV	160
Projeto de Extensão (PE) / I a IV = Prática Profissional	240
Total	1.860

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Financeira, 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. Atividades Extensionistas do âmbito do curso (fls. 95 a106).

Atividades Extensionistas do âmbito do curso (fls. 95 a 106).

As atividades extensionistas do curso de Tecnologia em Marketing estão organizadas em Projetos de Extensão, unidades curriculares obrigatórias inseridas do 1º a 4º semestres da matriz curricular, com carga horária de 400 horas, distribuídas linearmente ao longo do curso, ou seja, 100 horas por semestre. A carga horária semestral é distribuída da seguinte forma em cada um dos semestres:

- 40 horas: Projeto de Extensão / Projeto Integrado Multidisciplinar
- 60 horas: Projeto de Extensão / Práticas Profissionais

O Projeto de Extensão caracteriza-se por uma atividade acadêmica supervisionada por docente, de caráter formativo, ou seja, buscar formar conteúdos e práticas profissionais no discente. Possui também o caráter interdisciplinar e multidisciplinar, além de ser transdisciplinar, e se transmuta a cada semestre letivo.

As atividades realizadas junto aos docentes orientadores ocorrem durante a semana em horários estabelecidos em grade horária de aulas, sempre com intervenções em determinados objetos alvos (organizações, comunidades, entidades etc.) em horários extra aula.

Projeto de Extensão/ Projeto Integrado Multidisciplinar (PE/PIM)

Com a implantação do Projeto de Extensão (PE)/Projeto Integrado Multidisciplinar (PIM), PE/PIM, a partir do primeiro semestre de 2023, os estudantes dos cursos da Escola de Gestão e Negócios, desenvolvem ações ligadas à prática profissional, que são lastradas em visitas e contatos com organizações, notadamente empresas, e possuem como entregável o relatório final do PE/PIM.

Os Projetos de Extensão adotam como princípio o papel ativo dos estudantes na construção do conhecimento acadêmico e científico junto à comunidade na qual a USCS se insere, interagindo e transformando a realidade social. Além disso, permitem ao aluno o desenvolvimento de um conjunto de competências no campo de sua atuação profissional futura, fundamentadas no tripé inter-relacionado ensino,



pesquisa e extensão. Os alunos desenvolvem postura interdisciplinar e investigativa, capazes de produzir, adquirir e disseminar conhecimentos, servindo de instrumentos de inserção social, por aproximar a academia das comunidades e por desenvolver formas de atender as necessidades sociais, a partir das disciplinas oferecidas a cada semestre.

A interdisciplinaridade tem por objetivo fazer com que diferentes ramos do conhecimento da área de Administração dialoguem entre si e se complementem, assim, os alunos são motivados a produzir ações de extensão universitária que propiciam desenvolvimento social e diálogo entre diferentes áreas e conceitos, aproximando teoria e prática, de modo a integrar conhecimentos distintos e dar-lhe sentido. Nesse contexto, espera-se que a vivência em práticas acadêmicas de contribuição social e a participação estudantil enseje aos alunos oportunidades de utilizar o conhecimento teórico adquirido, desenvolverem visão crítica e expandida do mundo, assumir compromissos ético e moral a toda e qualquer ação de inovação que empreendam, contribuindo, assim, com sua formação profissional, humana e cidadã.

Em que pese os projetos de extensão estarem em uma disciplina específica, ao longo dos processos, tais projetos se constituem em um ponto de convergência entre as disciplinas oferecidas, por meio de diálogo constante entre professor orientador e os demais docentes do semestre, garantindo o conceito evolutivo do projeto. Dessa forma garante-se a indissociabilidade entre ensino-ensino-extensão fazendo com que as ações de extensão adquiram maior efetividade, estando vinculadas ao processo de formação de pessoas (ensino) e de geração de conhecimento (pesquisa), numa produção de conhecimento e na formação socialmente referenciadas.

Os estudantes atuam junto a organizações, comunidades e entidades diversas para a prática profissional e geração do relatório do PE/PIM, com possíveis propostas de intervenções. Especificamente no Curso de Tecnologia em Marketing – EaD, podem-se destacar 08 empresas que foram alvo dos projetos no segundo semestre de 2023, a saber:

- A&G Acessórios Femininos Ltda (Morana)
- GPA – Grupo Pão de Açúcar
- Grupo SBF
- Mednet – Segurança do Trabalho
- Prysmian Group (ex- Pirelli Cabos)
- Saint Gobain
- Status Assessoria Contábil
- Universidade do Inglês

Os alunos são orientados por professores tutores que acompanham todo o desenvolvimento do projeto, atuando em formar conjunto de informações que possibilitem unir a teoria com a prática.

De fls. 99 a 101 são descritas as atribuições do professor tutor (orientador), alunos e gestor do curso.

Operacionalização do PE/PIM

O Planejamento dos trabalhos do PE/Pim se inicia com a atribuição do professor tutor para a disciplina Projeto de Extensão/Projeto Integrado Multidisciplinar (I a VIII), o que ocorre entre o final do semestre anterior e início do semestre de efetivação.

Já o desenvolvimento do projeto ocorre por conta dos grupos de alunos sob assistência do professor tutor, e tem como foco a descoberta e situações passíveis de interações dialógicas com o objeto alvo. (...)

O professor tutor, nos encontros e mensagens via plataforma do EaD, ajusta e reorienta, caso haja necessidade, os focos e atividades a serem desenvolvidas pelos grupos. Também efetiva a comunicação com os demais professores tutores do semestre, de modo a que validem os conteúdos de suas disciplinas no relatório apresentado.

A seguir elencam-se as etapas pelas quais o Projeto de Extensão/Projeto Integrado Multidisciplinar passa desde seu início até sua efetiva conclusão:

- Etapa 1: Planejamento e formação dos grupos.
- Etapa 2: Desenvolvimento do projeto (diagnóstico e prognóstico).
- Etapa 3: Geração do trabalho escrito.
- Etapa 4: Avaliação e aprovação pelos professores das diversas disciplinas com nota atribuída pelo professor tutor (orientador).



- Etapa 5: Devolutiva ao objeto alvo (empresa, comunidade, entidade etc).
- Etapa 6: Apresentação à banca examinadora.

Público-alvo do PE/PIM

No curso de Tecnologia em Marketing, modalidade EaD, o Projeto de Extensão/Projeto Integrado Multidisciplinar tem como público-alvo as organizações, notadamente empresas, que representam o objeto de estudo do curso.

Os alunos, desenvolvem as atividades de Práticas Profissionais coletando as informações junto às organizações e, a partir dos conteúdos desenvolvidos nas diversas disciplinas do semestre, apresentam propostas de intervenções ou análise da situação.

As organizações são contatadas e o vínculo entre elas e os nossos estudantes, estabelecido por meio de carta de apresentação.

Objetivos do PE/PIM e a prática profissional

O Projeto de Extensão/Projeto Integrado Multidisciplinar tem como objetivo principal a integração do estudante ao ecossistema organizacional e social no qual está envolvido e, em atividades extensionista, analisar, detectar e propor intervenções de maneira a corrigir ou potencializar eventuais pontos de destaque observados na organização.

As atividades desenvolvidas pelos estudantes proporcionam a vivência dos conteúdos detectados nas diversas disciplinas que compõem a matriz curricular do curso. Assim, a cada semestre o estudo de caso é analisado e trabalhado pelos estudantes em conjunto com professor específico para a disciplina.

As atividades dos estudantes são contempladas em carga horária própria denominada de Práticas Profissionais, que culminam na geração do relatório técnico e no final do semestre letivo.

Outras Atividades de Extensão

- Programa USCS na Comunidade;
- Feira de Empreendedorismo Feminino.

Da Comissão de Especialistas

A Comissão de Especialistas analisou os documentos constantes dos autos e realizou visita *in loco*, elaborando Relatório Circunstanciado, de fls. 480-496.

Destaca-se no Relatório da Comissão:

Ao analisar a Contextualização do Curso, do Compromisso Social e da Justificativa apresentada pela Instituição, a Comissão relata que:

“Os objetivos do curso estão alinhados com o perfil e a missão da instituição e atenderam às necessidades de formação dos egressos do curso após análise das informações contidas nos documentos analisados, bem como nas reuniões presenciais.

Os objetivos gerais e específicos do curso colaboram para que o perfil do egresso seja atendido plenamente às necessidades do mercado de trabalho do município e região e se mostraram adequados para o desenvolvimento das competências, habilidades e atitudes delineadas no Projeto Pedagógico do Curso.

O CST em Marketing, na modalidade EaD, capacita o aluno para o relacionamento com todos os tipos de clientes de uma empresa, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Proporciona conhecimentos abrangentes em áreas como marketing, vendas, negociação, comportamento do consumidor, planejamento estratégico, logística e contexto socioeconômicos. Além disso, aborda os processos de comunicação mercadológica e de promoção.

As novas tecnologias ampliam as possibilidades de atuação deste profissional, cuja formação deve abarcar o domínio das novas tecnologias de informação, o compromisso ético e a responsabilidade social, bem como compreender a dinâmica dos negócios empresariais.

Dessa forma, o foco deste curso é a formação de um profissional com uma visão ampla de marketing e um sólido conhecimento na gestão mercadológica quanto aos diversos aspectos do negócio, bem como nas variáveis da comunicação e promoção.

Um conjunto de onze objetivos específicos foi gerado com base nas possibilidades de alinhamento aos objetivos gerais, bem como em consonância com as necessidades de atualização constante e foco na contemporaneidade do curso. Para alcançar esses objetivos, o curso está estruturado em duas trilhas de desenvolvimento (formação e competências), elaboradas a partir das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional e Tecnológica (Resolução 5, de 14/10/2021, CNE/CES) e do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (...).



Sobre a Avaliação do Currículo Pleno:

"Depois da análise dos documentos e da visita à Instituição, certificou-se que o curso está em conformidade com as Diretrizes Curriculares Nacionais e apresenta a distribuição da carga horária alinhada aos que determina o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (...) e às DCNs emanadas a partir da Resolução 5, de 14 de outubro de 2021 (CNE/CES). Além disso, a Matriz Curricular do curso foi aprovada pelo Conselho Superior de Ensino e Pesquisa da Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul é composta por escolas, e o Curso Superior de Tecnologia em marketing está vinculado à Escola de Gestão e Negócios. O curso é dividido em quatro grupos, que são ministrados semestralmente, de forma modular. Isso significa que não há pré-requisitos para ingressar em tais grupos, conferindo-lhe flexibilidade e adaptabilidades às necessidades dos alunos, o que enriquece as relações profissionais e a rede de contatos dentro da turma.

A matriz curricular do Curso Superior de Tecnologia em Marketing foi estruturada para abranger quatro semestres, também referidos como "Grupos", apenas para fins de organização acadêmica da instituição. Os alunos podem cursar os grupos em qualquer ordem a partir de sua entrada no curso. As disciplinas são apresentadas com suas respectivas cargas horárias, denominadas de "horas/relógio". O curso é ofertado com carga horária total de 1.860 horas, 480 horas para o grupo 1 e 460 horas para os grupos 2,3 e 4.

A bibliografia apresentada nas diferentes unidades curriculares do curso atende, de modo geral, de maneira suficiente em quantidades indicadas tanto na listagem obrigatória quanto a complementar. Entretanto, foi detectada a necessidade de atualização de algumas obras.

É ofertado, ainda, Atividades Acadêmicas Curriculares Complementares (AACC), como o próprio nome sugere, são vistas como uma complementação às atividades acadêmicas regulares. Mesmo que não sejam obrigatórias, todos os alunos de todos os cursos são informados sobre os eventos oferecidos pela Universidade, devido ao seu caráter formativo e enriquecedor para a formação acadêmica.

Essas atividades são categorizadas em quatro grupos distintos, apenas para orientação acadêmica, a saber: Acadêmico e Científico; Generalista; Profissionalizante, Empreendedorismo e Inovação; e Cultural e Cidadania.

Além disso, o curso conta com atividades de extensão organizadas em Projetos de Extensão, que são unidades curriculares obrigatórias integradas do 1º ao 4º semestre da matriz curricular, com uma carga horária total de 400 horas. Essas horas são distribuídas uniformemente ao longo do curso, ou seja, 100 horas por semestre, divididas em:

- Projeto de Extensão (PE) / Projeto Integrado Multidisciplinar (PIM) – 40 horas
- Projeto de Extensão (PE) / Prática Profissional – 60 horas".

Sobre a Matriz Curricular:

"A Matriz Curricular apresenta disciplinas transversais e interdisciplinares e o percurso formativo apresentado contribui para o atendimento das competências e habilidades necessárias para se alcançar o perfil do egresso descrito nas DCNs.

A estrutura curricular do curso distribui suas diversas disciplinas em uma matriz combinatória das duas trilhas, levando em conta a alocação nos quatro semestres. Essas trilhas são fundamentadas nos documentos normativos do curso, a saber: Trilhas de Formação: Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (...) e Trilhas de Competências: Resolução CNE/CP 1/2021. Assim, o curso tem como princípio orientador a formação integral do profissional, com uma abordagem pedagógica que visa explorar o potencial e a capacidade do aluno, tanto em sua experiência profissional quanto acadêmica e social.

Com um corpo docente altamente qualificado e experiente, o curso oferece aos alunos a oportunidade de: participar de projetos práticos e simulações reais, conectando a teoria à prática da gestão; realizar intercâmbios internacionais, expandindo horizontes e conhecendo diferentes culturas e modelos de negócios; e conectar-se com empresas e profissionais do mercado, construindo uma rede de contatos e oportunidades.

Foram constatadas também realização de atividades e projetos para o fortalecimento do aprendizado prático dos alunos tais como tutoriais, ações sociais, palestras e ações voltadas para a comunidade local.

A Instituição possui, ainda, parcerias, convênios e acordos de cooperação com empresas para a oferta e desenvolvimento de estágios e vagas de emprego para colocação dos alunos no mercado de trabalho".

Sobre a Metodologia de aprendizagem:

"As diferentes metodologias de aprendizagem, baseadas no tripé Ensino-pesquisa-extensão, puderam ser identificadas nas reuniões tanto pelos professores quanto pelos alunos, bem como nos documentos apresentados e analisados.

Além disso, os docentes da instituição incentivam a participação em atividades e projetos que visem a formação prática dos alunos e a inserção na comunidade onde atuam, tais como participação em congressos e eventos, iniciação científica, ações sociais, extensão, palestras etc.

Possui ainda, conforme descrito anteriormente, convênios com empresas para a oferta e desenvolvimento de estágios e vagas de emprego. O aluno conta ainda com monitoria e eventuais atividades de nivelamento.

Acrescenta-se ainda, que os discentes percebem a relação teoria e prática no aprendizado das disciplinas e suas atividades profissionais".

Sobre o oferecimento de disciplinas na Modalidade a distância:

"O curso está em conformidade com o § 1º, do art. 3º, da Deliberação CEE nº 170/2019, que estabelece os critérios e requisitos para a organização curricular e pedagógica dos cursos de ensino superior. As condições



de oferta do curso são adequadas e respeitam as melhores práticas educacionais, garantindo um ambiente de aprendizado eficaz e de alta qualidade. Além disso, o percentual de carga horária distribuída ao longo do curso está rigorosamente alinhado com o previsto na norma, assegurando que os alunos recebem uma formação completa e coerente com os padrões estabelecidos pelas diretrizes curriculares nacionais”.

Sobre os Projetos de Estágio Supervisionado e atividades práticas:

“A universidade implementa várias práticas para promover a formação profissional, que também incluem o Curso Superior de Tecnologia em marketing, modalidade EaD, tais como: prática profissional e visitas técnicas, Portal do Pesquisador, Hub de Inovação USCS, evento Trilha de Competências, palestras profissionalizantes, Ciclo de Aperfeiçoamento Profissional e eventos conjunto com a Escola Politécnica.

Como forma de integrar as disciplinas com a prática profissional, destaca-se o desenvolvimento de projetos de extensão ao longo de todo o curso. Durante as entrevistas, observou-se que as atividades desenvolvidas contribuem para o aprendizado prático, facilitando a inserção dos alunos no mercado de trabalho e promovendo o desenvolvimento de habilidades exigidas no perfil profissional do egresso”.

Sobre o Trabalho de Curso: “Não se aplica”.

Sobre o Número de Vagas, turnos de funcionamento, regime de matrícula, formas de ingresso, taxas de continuação no tempo mínimo e máximo de integralização e formas de acompanhamento dos Egressos:

“As vagas oferecidas pela unidade atendem à demanda da comunidade local e regional sendo ofertadas 60 vagas por semestre. O ingresso dos alunos no curso é realizado via processo seletivo com entradas semestrais, com tempo mínimo para integralização de 4 semestres e tempo máximo para integralização de 8 semestres.

A matriz curricular do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, modalidade EaD, foi estruturada para abranger quatro semestres, também chamados de “Grupos”, apenas para fins de organização acadêmica da instituição. Os alunos podem cursar qualquer um dos grupos a partir de sua entrada no curso.

Vale ressaltar que a instituição acompanha e realiza ações para a diminuição da evasão e interfere positivamente em situações que possam ser revertidas. Nas entrevistas com a equipe gestora, foi citado que existe um acompanhamento contínuo dos alunos e contatos com eles para diminuir a evasão e aumentar a permanência dos alunos no curso. O tempo de integralização do curso também se encontra adequado e em acordo com a legislação.

A taxa média de evasão do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade EaD, foi calculada considerando três semestres consecutivos. No semestre 2023/1, a evasão foi de aproximadamente 47,37%, enquanto no semestre 2023/2 não houve evasão, e no semestre 2024/1 a evasão foi de 15%. Dessa forma, a taxa média de evasão ao longo dos três semestres é de aproximadamente 20,79%.

A taxa média de evasão de 20,79% pode ser considerada alta, especialmente em comparação com padrões geralmente aceitos para cursos de ensino superior. Em muitas instituições, uma taxa de evasão aceitável gira em torno de 10% a 15%. Portanto, uma taxa de evasão de 20,79% sugere que há espaço para melhorias significativas no engajamento e retenção de alunos. A instituição pode precisar investigar as causas da evasão e implementar estratégias para apoiar melhor os alunos, melhorando a satisfação e a retenção no curso.

A universidade dedica especial atenção aos seus egressos, promovendo, sempre que possível, a participação deles em seus eventos. Em março de 2023, foi lançado o programa denominado “DNA USCS”, que tem como objetivo dinamizar e fortalecer o relacionamento com os ex-alunos”.

Sobre o Sistema de Avaliação do Curso:

“A Universidade por meio do Regulamento do Processo de Avaliação do NEaD (Núcleo de Educação a Distância), estabeleceu os critérios para a avaliação dos cursos oferecidos na modalidade a distância. A participação dos alunos é monitorada pelo NEaD através dos acessos aos sistemas AVA-Moodle, sempre que aplicável às atividades específicas.

Ficou evidenciada divergência do processo avaliativo constante no PPC daquele descrito no Regulamento do Processo de Avaliação do NeaD.

Nas entrevistas ficou evidenciado a autonomia dos docentes em aplicar diversas modalidades de avaliação junto aos alunos. Também foi apontado nas reuniões que os alunos recebem feedback e acompanhamento constante em relação ao seu desempenho acadêmico”.

Sobre as atividades relevantes promovidas pelo curso:

“O curso desenvolve projetos semestrais começando e terminando dentro do mesmo período letivo. Os estudantes escolhem organizações para trabalhar e relacionam os projetos às diferentes disciplinas cursadas no semestre. Isso permite que os alunos experimentem a aplicação prática de cada conteúdo básico no contexto profissional.

No final do semestre, os alunos produzem um relatório técnico com considerações sobre a organização avaliada, identificando pontos fortes e fracos e propondo intervenções para melhoria. Semestralmente, a universidade promove uma exposição dos trabalhos do Projeto de Extensão-PE/Práticas Profissionais, onde os projetos são selecionados pelos professores das disciplinas Projeto de Extensão-PE/Projeto Integrado Multidisciplinar-PIM, e os alunos apresentam os resultados às organizações.

A partir do primeiro semestre de 2024, a universidade implementa bancas de apresentações dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos, com devolutiva formal às empresas envolvidas.



Nesse quesito, o Curso apresentou em seu relatório a comprovação da realização de diversas atividades relevantes de atividades de prestação de serviços à comunidade, realização e participação em eventos acadêmicos.

Entre outras ações desenvolvidas destaca-se os trabalhos de capacitação de professores, funcionários e alunos com realização de cursos de extensão oferecidos pela IES, apoio para publicação de artigos acadêmicos etc.

Percebe-se que as atividades desenvolvidas contribuem para o crescimento e formação profissional da comunidade acadêmica permitindo que realizem ações socialmente responsáveis em suas regiões e primando pelo seu desenvolvimento profissional”.

Sobre os resultados relativos a avaliações institucionais e outras avaliações a que o curso ou seus alunos ou docentes tenham sido submetidos:

“A avaliação institucional é sistematizada, coletando informações com docentes, discentes e servidores administrativos. Após a avaliação, o resultado é encaminhado para a divulgação entre direção, pessoal administrativo, coordenação, professores e alunos.

A IES conta com uma CPA (Comissão Própria de Avaliação) nomeada e constituída recentemente pela Portaria nº 183 de 02 de junho de 2023 e conta como representantes: 15 docentes, 3 discentes, 4 do corpo técnico-administrativo, 3 da comunidade externa e 3 de órgãos institucionais.

Os membros da CPA afirmaram que existe calendário de reuniões presenciais/virtuais nos períodos de avaliação, e que atualmente estão em processos de aprimoramento dos instrumentos de pesquisa.

Como resultado prático da avaliação institucional foram relatados pelos membros presentes na reunião presencial:

- Melhorias na infraestrutura da instituição;
 - Melhoria nos procedimentos de comunicação interna e externa para maior visibilidade da Instituição na região;
 - Aperfeiçoamento de metodologias de ensino com foco em metodologias ativas para aprofundamento do aprendizado dos discentes;
 - Aprimoramento dos procedimentos de sensibilização dos discentes para a participação na pesquisa;
- Sugerimos que os procedimentos de divulgação dos resultados práticos dos levantamentos da CPA sejam amplamente disseminados.

Com relação ao ENADE, Exame Nacional de Cursos, o curso não foi, ainda, avaliado”.

Sobre os Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação:

“Os recursos educacionais de TI da IES têm por objetivo disponibilizar aos alunos um espaço para o desenvolvimento teórico e prático, onde possam criar um ambiente tanto para estudos básicos quanto avançados, além de vivenciar os desafios de integrar o estudo teórico à prática.

A IES conta com 5 laboratórios localizados no Campus Barcelona e que atendem o curso de Tecnologia em Marketing, modalidade EaD, assim distribuídos: 3 no prédio B e 2 no prédio C. No total, tais laboratórios possuem 166 máquinas.

Todos os computadores são interligados em rede, com acesso à internet, e possuem programas que atendem às necessidades de cada disciplina dos cursos da IES, sendo utilizados como suporte e aprimoramento dos conteúdos aprendidos nas disciplinas. O laboratório é utilizado pelos alunos de todos os cursos para a realização de trabalhos e acesso ilimitado à rede (internet).

A manutenção dos equipamentos é realizada pelo departamento de informática da instituição, assim como por uma equipe interna de manutenção. Em casos específicos, pode-se contratar serviços externos especializados. Além disso, a universidade conta com profissionais especializados na manutenção do patrimônio, atendendo demandas preventivas e corretivas relacionadas a mobiliário, construção civil, instalações elétricas e hidráulicas. O Setor de Audiovisual também oferece suporte necessário para o desenvolvimento do curso, como estúdios para gravação de aulas, equipamentos específicos, suporte de equipe técnica, auditório etc”.

Sobre os Docentes e Coordenação do Curso:

“A gestão (coordenação) do curso é exercida pelo Prof. Fernando Semenzato. Graduado em Administração de Empresas pela USCS (Universidade São Caetano do Sul). Possui especialização em Gestão Empresarial pela USCS, e obteve o título de Mestre em Administração pela USCS.

O coordenador atua com carga horária integral, distribuídos em docência (20 horas) e gestão do curso (20 horas). A formação e a titulação do coordenador são adequadas e aderentes ao curso e sua atuação foi validada e elogiada pelo corpo docente e discente.

O curso conta com 16 professores tutores divididos em 10 mestres e 06 doutores, sendo 9 deles em regime integral, satisfazendo as prerrogativas do artigo 2 da deliberação CEE nº 145/2016 a qual indica a necessidade de existência de 50% de docentes com titulação de mestre ou doutor e 1/3 em regime integral.

A análise dos currículos lattes indicou aderência entre a formação acadêmica e profissional dos docentes e as disciplinas e atividades realizadas no contexto do curso em consonância com seu Projeto Pedagógico.

O corpo docente do CST em Marketing, modalidade EaD, é formado por professores conteudistas e tutores, todos com titulações e conhecimentos apropriados para atuar na área.



As reuniões presenciais com a coordenadoria de curso, docentes e discentes além da análise documental advinda do Projeto Pedagógico do Curso acrescido do Currículo Lattes indicaram estreita ligação entre o conjunto de disciplinas do curso, a formação docente, o equacionamento da carga horária e a adequação aos objetivos do curso”.

Sobre o Plano de Carreira:

“O ingresso de professores na instituição ocorre por meio de concurso público com a realização de provas e comprovação acadêmica e profissional.

Em reunião realizada com o corpo docente, 7 deles estiveram presentes. Todos informaram ser concursados, celetistas, com base em concurso realizado.

Na unidade podem ocorrer contratações de caráter temporário que ocorre por meio de processo seletivo simplificado, direcionado a captação de docentes que atuem no curso até que se possa retomar as contratações permanentes.

Em relação à carreira docente foi informado para esta comissão que o plano de carreira é bem entendido pelos professores, inclusive, em relação às progressões horizontais e/ou verticais, que demandam um certo período docente na instituição”.

Sobre o Núcleo Docente Estruturante:

“O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso teve sua aprovação e convalidação dos atos praticados a partir de 01/08/2023, instituídos pela Portaria nº 350, de 31 de agosto de 2023. O NDE do Curso Superior de Tecnologia em Marketing (EaD) é composto pelos seguintes membros:

- Prof. Dr. José Turíbio de Oliveira, Prof. Me. Claudio Arpagaus Dotto, Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira, Prof. Me. Moacir Dias e Prof. Me. Roberto Araújo Silva.

Na reunião realizada na visita in loco e da análise documental pôde-se inferir que o grupo é ativo e atuante, realiza reuniões que debatem atividades extracurriculares, interdisciplinaridade e incentivo à iniciação científica.

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso atende ao Parecer CONAES nº 1, de 17 de junho de 2010 como elemento diferenciador da qualidade do curso, no que diz respeito à interseção entre as dimensões do corpo docente e Projeto Pedagógico do Curso.

O colegiado de curso é formado pela totalidade dos professores do curso e se encontra ativo e atuante e se reúne ordinariamente no planejamento dos semestres e extraordinariamente quando necessário”.

Sobre a Infraestrutura Física, dos Recursos e do acesso a Redes de Informação:

“Com relação às salas de aula, laboratório de informática e biblioteca encontraram-se em excelentes condições de limpeza, com conservação adequada e em número suficiente para a realização das atividades acadêmicas.

A IES possui cinco laboratórios no Campus Barcelona, que atendem ao CST em Marketing, modalidade EaD. Eles estão distribuídos da seguinte forma: três no prédio B e dois no prédio C, totalizando 166 máquinas.

Todos os computadores estão conectados em rede com acesso à internet e possuem programas adequados às necessidades de cada disciplina dos cursos da instituição. Esses laboratórios são usados como suporte e aprimoramento dos conteúdos ensinados na disciplina e estão disponíveis para que os alunos de todos os cursos realizem trabalhos e tenham acesso ilimitado à internet.

A unidade possui sala de professores, sala de coordenação compartilhada, espaço para secretaria acadêmica, diretoria administrativa, além de estacionamento para docentes.

Em 2021, a universidade começou a implementar o Hub USCS de Inovação, inicialmente criando o Hub Biosphere, focado em inovação empreendedora. A Biosphere é uma Sociedade de Propósitos Específicos (SPE), formada pelas empresas ED6 Consultoria Educacional, Ozoncan Aceleradora de Startups e XporY.com, Finch da Economia Colaborativa. Este Hub colaborou com startups em várias áreas, permitindo a participação de diversos cursos da USCS. Em 2023, a universidade projetou seu próprio Hub de Inovação e o Centro de Pesquisas. Essas instalações permitirão que os frequentadores desenvolvam seus projetos, conduzam negócios e recebam seus clientes e parceiros”.

Sobre a Biblioteca:

“O curso/IES possui profissional formada em Biblioteconomia, Rita de Cássia Scarpini. A estrutura bibliotecária conta com acervo adequado. Os livros da Bibliografia Básica e Complementar do curso encontram-se em proporções e quantidades balanceadas para o número de vagas do curso avaliado. A Biblioteca necessária atende de modo pleno aos programas das disciplinas da matriz curricular.

A Instituição possui contratados acervos virtuais, com a finalidade de atender a demanda de todos os cursos, oferecendo ao aluno um acesso exclusivo aos títulos disponibilizados pela Minha Biblioteca.

O aluno pode acessar a biblioteca da USCS por meio de rede específica e o AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem), por intermédio da tecnologia multimídia com acesso à Internet; manter contato regular com os tutores do curso e participar de atividades presenciais; avaliações; receber orientação para pesquisas online e in loco, dentre outras atividades.

A comissão de especialistas verificou que os livros constantes no projeto pedagógico do curso se encontram disponíveis e em quantidades adequadas. A comissão de especialistas considera que a biblioteca atende satisfatoriamente as necessidades de cada disciplina e conseqüentemente do curso”.

Sobre a quantidade e formação de Funcionários Administrativos:



"O conjunto de servidores administrativos, distribuídos em diretoria administrativa, diretoria acadêmica e tecnologia da informação se mostrou adequado em termos de formação profissional aos cargos ocupados, quantidade e percebeu-se que a equipe é experiente e trabalha há vários anos da IES.

Os servidores da Diretoria Administrativa são responsáveis pelas compras, materiais, patrimônio, recursos humanos, entre outras atividades da IES.

A Diretoria Acadêmica cuida do atendimento às demandas dos alunos sendo responsável pela emissão e expediente para registro de diploma, documentação acadêmica, acompanhamento para emissão de dados, alimentação dos sistemas entre outras atividades inerentes ao setor.

A equipe de TI é responsável pela manutenção e adequação dos sistemas, redes e acessos bem como a instalação e manutenção dos softwares gerais específicos do curso".

Modalidade a distância

Existência de convênios ou Parcerias para Implementação do Projeto Pedagógico do Curso:

"Em 2019, a Universidade estabeleceu uma parceria com a empresa Altissia Language Empowers People, sediada na Bélgica, para oferecer gratuitamente ensino de idiomas aos membros da comunidade acadêmica. A plataforma interativa disponibiliza 25 idiomas e é supervisionada por uma professora designada para essa função, além de contar com apoio técnico para o desenvolvimento das atividades".

Formas de utilização de Recursos de Tecnologias de Informação:

"O curso é enriquecido com subsídios tecnológicos, que incluem materiais midiáticos, suportes tecnológicos e informatização, visando facilitar e motivar o processo de ensino-aprendizagem. No Ambiente Virtual de Aprendizagem, os saberes são compartilhados através de mensagens, promovendo atividades colaborativas que evitam o isolamento do aluno. O diálogo entre alunos e professores é contínuo, mediado pelo conhecimento, criando comunidades online e novas formas de comunicação".

Organização que flexibilize tempo e espaço nas atividades pedagógicas:

"Todo o material didático-pedagógico foi elaborado por uma equipe multidisciplinar de autores e técnicos, sob a supervisão do Núcleo de Educação a Distância da USCS. O padrão de qualidade do material é garantido através de três pontos: a qualidade do conteúdo, assegurada pelo corpo docente; a experiência institucional; e o foco multidisciplinar do Núcleo de EaD, totalmente direcionado para as atividades dos cursos oferecidos na modalidade a distância".

Interatividade, sob diversas formas, entre os agentes dos processos de ensino e os de aprendizagem:

"O Ambiente Virtual de Aprendizagem é onde ocorre a troca de mensagens para compartilhar conhecimento, estimulando atividades colaborativas para evitar que o aluno se sinta isolado. As comunidades online entre alunos e professores são essenciais, mediadas pelo conhecimento.

Para melhorar o ensino, são utilizados diversos meios, como estudos de caso, pesquisas bibliográficas, estudos de textos, portfólios e momentos interativos via tecnologia de comunicação. Essas ferramentas visam promover o desenvolvimento das habilidades dos alunos e facilitar a aprendizagem".

Detalhamento do material instrucional, autores, docentes, mediadores/tutores presenciais ou a distância:

"Na modalidade a distância, as atividades são divididas em três partes: estudo monitorado à distância, encontros e atividades online mediadas por tutores, e eventuais atividades presenciais de apoio. Os encontros presenciais eventuais são destinados a esclarecer dúvidas e oferecer apoio aos alunos.

O corpo docente busca desenvolver o aluno como agente de sua própria aprendizagem, utilizando recursos diversos, como momentos multimídia, oficinas, pesquisa de campo e visitas técnicas. As atividades online, mediadas por tutores, incluem chats, fóruns, trabalhos postados pelos alunos e, ocasionalmente, videoconferências ou streaming monitorado, conforme planejamento do curso".

Sistemáticas de Avaliação da aprendizagem e do ensino, critérios de avaliação com demonstrativo de avaliação presencial:

"As avaliações semestrais do corpo discente no processo ensino-aprendizagem têm como objetivo investigar a vivência prática e o desenvolvimento do ensino-aprendizagem. Os dados são coletados através de questionários preenchidos tanto pelo corpo discente quanto pelo corpo docente. Os resultados são utilizados para avaliar a qualidade do ambiente educacional e o alinhamento entre as percepções dos alunos e dos professores. Essa avaliação é feita em dois níveis: institucional e por curso".

Presença de avaliação periódica do curso com a finalidade de aperfeiçoamento, incluindo mecanismos de avaliação e acompanhamento de aprendizagem:

"A avaliação do curso é conduzida de maneira sistemática e estruturada, visando proporcionar uma análise eficaz do progresso das atividades relacionadas ao curso. A CPA também contribui de maneira importante neste processo".

Verificação do ato de credenciamento ou recredenciamento para EAD:

"O Curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade de Ensino a Distância, é fundamentado na legislação educacional brasileira, especificamente na Lei de Diretrizes e Bases da Educação e nas Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Graduação em Administração. Aprovado pelo Conselho de Ensino e pesquisa da Universidade em 2022, conforme a Deliberação CONSEPE 020/2022, o curso teve sua primeira turma iniciada no primeiro semestre de 2023. Além disso a Universidade Municipal de São Caetano do Sul obteve êxito no credenciamento e recredenciamento para oferta de ensino a distância, conforme



estipulado pela Portaria MEC nº 494/2013, pelo processo de Recredenciamento EaD em 11/06/2018, e pelo Relatório de Avaliação protocolo nº 201814316, código de avaliação 172386, realizado entre os dias 10/08/2022 a 12/08/2022, obtendo conceito final contínuo 4,58 e conceito final faixa 5, com o status de validado aguardando assinatura”.

Número de vagas ofertadas e capacidade institucional, tecnologia e operacional:

“As vagas oferecidas pela unidade atendem à demanda da comunidade local e regional sendo ofertadas 60 vagas por semestre. Conforme observado, in loco, a IES e o Curso possuem capacidade de crescimento diante da sua estrutura, mas deve observar a demanda e a taxa de evasão”.

Infraestrutura tecnológica de suporte e atendimento remoto aos estudantes e professores:

“Quanto à estrutura física, o NEaD dispõe de estações de trabalho individuais, equipadas com computadores, mesas e cadeiras, além de uma mesa de reunião e uma equipe técnica especializada. Além do NEaD, a universidade possui um polo de apoio presencial no Campus Barcelona, em um espaço próprio, bem localizado e de fácil identificação. Esse polo oferece atendimento aos alunos com guichês de atendimento, computadores e equipe técnica qualificada para atender às necessidades dos estudantes”.

Relação dos Polos de apoio presencial disponível para o curso:

“Os Polos de Atendimento Presencial, devidamente credenciados durante o processo de autorização e/ou reconhecimento junto ao MEC, são os locais onde ocorrem as atividades presenciais obrigatórias exigidas pela legislação vigente para o público do EaD. A USCS possui, além dos Polos EaD em São Caetano do Sul (SP), polos localizados nas cidades de São Paulo (SP) e Itapetininga (SP).

O Polo de Apoio Presencial é gerido por um responsável que articula o funcionamento do polo com a USCS no modelo de EaD. Esse responsável supervisiona e acompanha todas as atividades acadêmicas e administrativas realizadas no polo. Entre suas responsabilidades estão a organização dos encontros presenciais, a aplicação das provas presenciais garantindo todas as orientações de segurança e ambientação aos alunos, o fornecimento da infraestrutura física e técnica exigida pelos PPC, o atendimento e a orientação aos alunos do polo, o acompanhamento das atividades presenciais programadas para alunos e tutores, e o apoio à Gestão da EaD.

Atualmente, o Curso Superior de Tecnologia em Marketing, modalidade EaD, é ofertado exclusivamente no Polo São Caetano do Sul Campus Barcelona”.

Recursos de acessibilidade aplicados nos materiais e ferramentas de comunicação e interação dos cursos:

“A Universidade possui o Núcleo de Acessibilidade e Inclusão (NAIUSCS), dedicado a oferecer suporte aos estudantes com deficiência (PCD). Este núcleo coordena uma variedade de serviços, como a realização de provas em salas especiais com acompanhamento, intérprete de Libras, entre outros. Sob a coordenação de um docente, o NAIUSCS conta com uma monitoria técnica e dois alunos de cursos de stricto-sensu para auxiliar nas atividades, que incluem a prestação de atendimentos especializados em diversas áreas de necessidade”.

Manifestação final dos Especialistas:

“Após análise documental, visita in loco e reuniões setoriais, indica-se o RECONHECIMENTO do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, modalidade EaD. Observa-se que o conjunto de análises permitiu a elaboração das seguintes considerações, como pontos positivos:

- atendimento das Diretrizes Curriculares Nacionais dentro do período de avaliação;
- contextualização do curso e compromisso social coerentes com a justificativa apresentada pela Instituição;
- os objetivos Gerais e Específicos do curso contribuem para a formação de competências e habilidades requeridas de seus egressos;
- o currículo oferecido, ementário, disciplinas e bibliográficas atendem as Diretrizes Curriculares Nacionais considerada na Análise;
- sistema de avaliação de aprendizagem contínuo, formativo e somativo;
- sistema de avaliação institucional contínuo em construção;
- Infraestrutura física em ótimas condições de limpeza e conservação;
- infraestrutura para o curso de EaD em ótimas condições;
- corpo de funcionários administrativos com formação e experiências adequados às atividades profissionais realizadas;
- corpo docente comprometido, com formação acadêmica e experiência profissional adequada às disciplinas ministradas;
- ambiente harmonioso de trabalho;
- O grupo docente apresenta-se como integrado e conhecedor da proposta do curso e trabalha em ações de desdobramento dos elementos vinculados ao projeto pedagógico do curso, validando ainda as ações da gestão do curso;
- o curso apresenta condições satisfatórias de funcionamento, considerando sua infraestrutura, atividades do NEaD, grupo docente, gestão do curso e do campus, e atendimento à legislação pertinente em termos de execução de seu Projeto Pedagógico.

No tocante às necessidades de melhorias, indicamos:



CEESP/PIC/2024/00369



- redução da taxa média de evasão do curso;
- atualização da bibliografia básica e complementar, em algumas disciplinas, bem como verificação e padronização das quantidades mínimas e máximas por disciplina;
- correção, no corpo do texto do PPC, da descrição do sistema de avaliação conforme Deliberação CONSEPE 007/2023 de 04 de setembro de 2023;
- unificação das duas disciplinas de Projetos de Extensão em uma só;
- disponibilização de possíveis certificações parciais, por semestre."

Conclusão da Comissão:

"Considerando o conjunto de apontamentos e recomendações, os especialistas designados para análise do processo de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade EaD, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS) – Processo CEESP-PRC-2024/00066, manifestam-se Favoráveis ao Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade EAD, nos termos em que foi solicitado ao CEE/SP e firmam o presente documento".

Considerações Finais

Entende-se, portanto, que o curso de graduação tecnológica em tela encontra-se em condições de ser reconhecido, pois apresenta um projeto pedagógico de enorme qualidade, com corpo docente competente, corpo de tutores adequado, infraestrutura física e tecnológica adequadas, ambiente virtual de aprendizagem adequado, matriz curricular adequada, bibliografia adequada e competente corpo administrativo.

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento nas Deliberações CEE 170/2019 e 171/2019, o pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, na modalidade EaD, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, com 60 (sessenta) vagas por semestre, pelo prazo de três anos.

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

São Paulo, 23 de setembro de 2024.

a) Cons. Wilson Victório Rodrigues
Relator

3. DECISÃO DA CÂMARA

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

Presentes os Conselheiros Bernardete Angelina Gatti, Eduardo Augusto Vella Gonçalves, Eliana Martorano Amaral, Guiomar Namó de Mello, Hubert Alquéres, Marcos Sidnei Bassi, Marlene Aparecida Zanata Schneider e Wilson Victorio Rodrigues.

Sala da Câmara de Educação Superior, 25 de setembro de 2024.

a) Cons^a Eliana Martorano Amaral
Presidente da Câmara de Educação Superior

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

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

Sala "Carlos Pasquale", em 16 de outubro de 2024.

Cons. Roque Theophilo Junior
Presidente

PARECER CEE 375/2024	-	Publicado no DOESP em 17/10/2024	-	Seção I	-	Página 36
Res. Seduc de 17/10/2024	-	Publicada no DOESP em 18/10/2024	-	Seção I	-	Página 29
Portaria CEE-GP 393/2024	-	Publicada no DOESP em 21/10/2024	-	Seção I	-	Página 59

