



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

## Curso de Marketing - Tecnólogo

### Campus Balneário Camboriú

## A - ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

### 1 Objetivo do Curso:

#### Objetivo Geral:

Formar o profissional de marketing éticos e com conhecimento técnico-científico para intervir no ambiente organizacional, planejando, desenvolvendo, executando e avaliando estratégias mercadológicas que possibilitem vantagem competitiva às organizações.

#### Competências:

Para a formação do perfil profissional desejado, o acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Marketing deverá possuir as seguintes competências:

- Atuar com ética e em consonância com os impactos da legislação que regula as atividades comerciais, consumo, contratos comerciais, e questões tributárias e fiscais nas ações de marketing;
- Propor soluções logísticas para os canais de marketing, de forma a valorizar e otimizar a cadeia de suprimentos da organização;
- Elaborar e implementar estratégias de marketing, aplicando conceitos e práticas, de forma a potencializar relacionamentos com os *stakeholders*;
- Analisar mercados, identificando ameaças e oportunidades para antever os riscos e tendências;
- Gerenciar produtos, serviços e preços, atento às tendências de mercado, de forma criativa e inovadora;
- Comunicar e criar experiências positivas nas relações de consumo.

### 2 Perfil profissional do egresso:

O profissional tecnólogo em Marketing estará apto para atuar com autonomia nas organizações com visão sistêmica, mercadológica e capacidade investigativa, analítica, estratégica e competitiva, para atrair e manter clientes, criar e inovar produtos, solidificar marcas e aproveitar oportunidades do mercado, respeitando os pressupostos da ética e responsabilidade social.

O campo de trabalho do tecnólogo em Marketing abrange organizações de todos os portes e segmentos.

### 3 Matriz curricular:

A matriz curricular atual do curso está disponível no site da UNIVALI, na página o curso de Marketing – Campus Balneário Camboriú, no link Disciplinas.

### 4 Flexibilização e internacionalização do currículo:

A Política de Internacionalização da Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI foi aprovada na Resolução nº. 092/Consun/2016. As disciplinas e respectivas equivalências constantes do Projeto de alteração do Módulo Internacional foram aprovadas pela Resolução nº 067/Consun/CaEn/2016 e totalizam 37 disciplinas, somando-se 137 créditos. Ele compõe os objetivos estratégicos da Política de Internacionalização da Univali: a Consolidação da Mobilidade Discente (receptora e emissora) e a Implementação da Internacionalização no Campus (Internacionalização *at home* - IaH).

A IaH é desenvolvida por programas e ações que possibilitam o convívio dos alunos num ambiente internacional e intercultural, sem sair do campus da universidade. As disciplinas do Módulo Internacional - ministradas em inglês/espanhol - conseguem atrair para a Univali alunos que gostariam de estudar no Brasil (fortalecendo a mobilidade receptora), cujo desconhecimento da língua portuguesa poderia ser um obstáculo. Por outro lado, elas também permitem que os alunos brasileiros impossibilitados de estudar fora do Brasil durante a graduação, interajam com alunos provenientes de várias partes do mundo, participem de aulas inspiradas numa perspectiva internacional e intercultural e aperfeiçoem o domínio da língua estrangeira para futuras experiências acadêmicas fora do Brasil.

As disciplinas do Módulo Internacional, que são equivalentes no Curso Superior de Tecnologia em Marketing são:

Per.	Cód.	Disciplina	Créd.	C.H.	Curso	Per.	Cód.	Disciplina	Créd.	C.H.
	14836	<u>Consumer Behavior</u>	04	60	1098	03	4260	Estudos do Comportamento do Consumidor	04	60
	15914	Marketing	04	60		01	16287	Fundamentos de Marketing	04	60
	20451	Digital Marketing	04	60		04	16295	Marketing Digital e Mídias Sociais	03	45

### 5 Metodologia:

A concepção da educação tecnológica toma por base o atendimento ao setor produtivo e da sociedade por meio da escolarização em nível superior. Assim, os cursos superiores de tecnologia atendem à demanda do mercado de trabalho por profissionais especialistas em suas áreas de atuação.

Contudo, conforme orienta o Parecer CNE/CES nº 436/200, essa formação específica não deve ser orientada pelo enfoque tradicional, em que apenas a preparação para a execução de um determinado conjunto de tarefas bastava. A educação profissional requer, além do



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

domínio operacional de um determinado fazer, a compreensão global do processo produtivo, com a apreensão do saber tecnológico, a valorização da cultura do trabalho e a mobilização dos valores necessários à tomada de decisões.

Baseado nestes fundamentos é que está embasada a metodologia do Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNIVALI. O envolvimento coletivo da equipe de gestores do curso e dos docentes provocou reflexões a respeito da Educação, da ação docente, estrutura curricular e do homem que se pretende formar.

Destas reflexões, surge a compreensão da Educação como o processo de construção de um pensar autônomo, para o qual se faz necessário o envolvimento do sujeito em sua totalidade. Para tanto, a mera transmissão do conhecimento e verdades, torna-se ineficiente. É necessário possibilitar o questionamento a respeito do mundo em que se vive, para que no futuro possa ter esclarecimento e decidir por si.

Para viabilizar essa educação, os docentes, em sua ação educativa, são orientados a definir estratégias, técnicas e métodos na perspectiva da dialética, voltadas para a aprendizagem interativa com foco na prática.

Assim, o currículo passa a ser compreendido como um processo que privilegia a formação do homem em sua totalidade, de forma crítica, reflexiva e integrada no contexto sócio-político-econômico e cultural. Atento para a sua responsabilidade na formação para a cidadania, o Curso Superior de Tecnologia em Marketing alterou a ementa da disciplina Ética para reforçar os estudos sobre a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana, conforme Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004; e as Políticas de Educação Ambiental, conforme Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002. Nessa disciplina e nas demais, os docentes têm a responsabilidade de discutir com os acadêmicos a diversidade étnica, de gênero e social, destacando o papel de todos na construção da nação brasileira, visando o reconhecimento e valorização da identidade, da cultura e da história dos negros e não negros a fim de corrigir posturas e atitudes nas futuras atividades profissionais. Em relação à educação ambiental, esta é trabalhada de forma transversal no percurso curricular (como nas disciplinas Ambiente e Mercado, Responsabilidade Social e Ambiental e Empreendedorismo e Novos Negócios) objetivando levar o acadêmico a refletir sobre a relação do meio ambiente com a gestão das organizações.

No Curso Superior de Tecnologia em Marketing, prioriza-se a aprendizagem por relações, comparações e inferências, pela compreensão das complexidades e coerência nas articulações entre dados, fatos, percepções e conceitos, incentivando o aluno a participar e a questionar situações desafiadoras. Neste sentido, aplicam-se estratégias de ensino que desenvolvam a investigação, a autoconfiança e a responsabilidade, ampliando a autonomia e a capacidade de comunicação e argumentação.

## **6 Estágio Curricular Supervisionado:**

Em relação ao Estágio Curricular Supervisionado, o Parecer CNE/CES 436/2001 e o Parecer CNE/CP 29/2002 determinam que deve ocorrer quando requerido pela natureza da atividade profissional, sendo, portanto, opcional. Assim, o Curso Superior de Tecnologia em Marketing não contempla essa atividade em sua matriz curricular.

## **7 Trabalho de Conclusão de Curso (TCC):**

Em relação ao Trabalho de Conclusão de Curso, o Parecer CNE/CES 436/2001 e o Parecer CNE/CP 29/2002 determinam que deve ocorrer quando requerido pela natureza da atividade profissional, sendo, portanto, opcional. Neste caso, o Curso Superior de Tecnologia em Marketing não contempla essa atividade em sua matriz curricular.

## **8 Atividades Complementares (Estudos e Práticas):**

O Regulamento dos Estudos e Práticas do Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNIVALI está fundamentado nas Diretrizes Curriculares para os Cursos Superiores de Tecnologia, definidas pela Resolução do CNE/CP nº 03/2002, de 18 de dezembro de 2002, pela Resolução nº 032/CONSUN-CaEn/06 e pelo Regimento Geral da UNIVALI.

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNIVALI busca oportunizar o desenvolvimento das Diretrizes Curriculares aprovadas para os cursos superiores de tecnologia, as quais preconizam a necessidade de incrementação de Estudos e Práticas, no que tange às competências requeridas no Projeto Pedagógico do Curso.

O Regulamento tem por finalidade normatizar os Estudos e Práticas em Marketing do Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNIVALI, referente à matriz curricular 1 do Campus Balneário Camboriú (Resolução nº 064/ CONSUN-CaEn/2012).

A normatização de que trata este Regulamento privilegia a integralização da carga horária total do curso, mediante o reconhecimento dos Estudos e Práticas em Marketing, com vistas ao aproveitamento de competências desenvolvidas pelo acadêmico antes do ingresso no Curso e ao longo de sua formação acadêmica.

O aproveitamento de competências deve estar em consonância com o objetivo do Curso e perfil do egresso, explicitados no Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Marketing.

Entende-se por Estudos e Práticas em Marketing todas as atividades previstas no presente Regulamento, devidamente comprovadas, que aproveitam as relações entre os conteúdos e determinados contextos, para dar significado à aprendizagem, sobretudo valendo-se de metodologias que integrem a vivência e a prática profissional ao longo do processo formativo e que privilegiem a construção das competências previstas no Projeto Pedagógico do Curso.

Os Estudos e Práticas em Marketing concentram a carga horária de 120 (cento e vinte) horas, conforme matriz curricular 1. Além das atividades desenvolvidas durante o curso, o acadêmico poderá validar, também, aquelas que antecederam à primeira matrícula no Curso, em, no máximo, 3 (três) anos.

Os Estudos e Práticas em Marketing são obrigatórios para todos os acadêmicos regularmente matriculados no Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNIVALI.

Os Estudos e Práticas, vinculados às competências estabelecidas no Curso, compreendem:

- Disciplinas concluídas pelo acadêmico, em cursos de graduação e/ou pós-graduação e não previstas na respectiva matriz curricular, desde que pertinentes à área ou as áreas afins e integrantes da matriz curricular de cursos de graduação de Instituições de Ensino Superior credenciadas pelos Conselhos Estaduais de Educação e/ou



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

Conselho Nacional de Educação, nas modalidades presencial ou a distância, desde que não tenham sido aproveitadas para convalidar outras disciplinas do Curso reconhecida pelo respectivo colegiado do curso;

- Aprovação de disciplinas na área de marketing, realizadas no exterior (programas de intercâmbio), não convalidadas no respectivo curso;
- Participação de programa de monitoria remunerada ou voluntária;
- Participação, como ouvinte, em defesa pública de trabalho de conclusão de curso de graduação, pós-graduação *lato sensu* e *stricto sensu*, na área afim, mediante apresentação de declaração ou documento similar, assinado pelo responsável do referido curso, desde que devidamente reconhecido;
- Cursos de formação continuada, capacitação, atualização profissional e/ou de aperfeiçoamento na área de marketing;
- Conclusão de curso de informática;
- Conclusão de curso de língua estrangeira;
- Participação em programas de estágio não obrigatório na área de marketing;
- Participação como ouvinte em curso de curta duração na área de marketing (workshops, oficinas);
- Participação como ouvinte em Cursos de Extensão Universitária relacionados à área de marketing: seminários, fóruns, debates, mesas redondas, palestras, conferências, congressos ou cursos de curta duração;
- Visita/viagem técnica extracurricular;
- Participação em grupos de pesquisa ou de estudos na área de marketing ou afim;
- Participação em Programa de Iniciação Científica concluídos, como bolsista ou voluntário;
- Participação em Projetos de Pesquisa;
- Participação em eventos científicos com apresentação de trabalhos (comunicação, conferência ou palestra, congresso, seminário, simpósio ou outra);
- Publicação de artigos completos em periódicos nacionais;
- Publicação de artigos completos em periódicos internacionais;
- Aceitação de artigos para publicação em periódicos nacionais;
- Aceitação de artigos para publicação em periódicos internacionais;
- Publicação de trabalhos completos em anais de eventos;
- Publicação de resumos de trabalhos em anais de eventos;
- Publicação de resumos expandidos de trabalhos em anais de eventos;
- Publicação de livro na área de marketing ou afim (coletânea, verbete, outro);
- Publicação de capítulo de livro na área de marketing ou afins (coletânea, verbete, outro);
- Organização de obra publicada na área de marketing ou afins (periódico, livro, anais, catálogo, coletânea, enciclopédia, outros);
- Publicação de texto da área de marketing ou afins em jornal (de notícias) ou revista (magazine);
- Publicação de prefácio, posfácio, apresentação, introdução de livros, revistas ou periódicos na área de marketing ou afins;
- Participação como representante de turma em colegiados institucionais e conselhos de classe no âmbito da UNIVALI;
- Participação como membro efetivo da diretoria de Centro Acadêmico ou Diretório Central de Estudantes;
- Participação em eventos técnicos e científicos congressos, etc. como convidado (conferencista, simposiasta, moderador, avaliador, homenageado);
- Participação em eventos técnicos e científicos, congressos etc. como ouvinte;
- Participação em ações comunitárias;
- Atuação em programas de serviço voluntário;



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

- Participação em programas e projetos de extensão;
- Organização de evento na área de marketing ou afins (gincanas, congresso, exposição, outro);
- Atividade profissional na área de marketing ou afins;
- Participação em bancas de comissões julgadoras na área de marketing ou afins (concurso público, avaliação de cursos);
- Premiação em eventos técnicos e científicos, concursos e festivais da área de marketing ou afins;
- Atuação como membro de corpo editorial de revistas, periódicos e publicações da área de marketing ou afins;
- Atuação como revisor de publicações da área de marketing ou afins;
- Realização de trabalhos técnicos (assessoria, consultoria, parecer, elaboração de projeto, relatório técnico, outra);
- Curso de curta duração ministrado na área de marketing ou afins (extensão, aperfeiçoamento, especialização, outro);
- Desenvolvimento de material didático ou instrucional;
- Participação em editoração de publicações (livro, anais, catálogo, coletânea, enciclopédia, periódico, outro);
- Participação em Programa de rádio ou TV (entrevista, mesa redonda, comentário, outra).

Dentre os Estudos e Práticas, a Universidade do Vale do Itajaí oferece oportunidades de monitoria voluntária/remunerada e intercâmbios por meio da Coordenação de Assuntos Internacionais (COAI) que oferece intercâmbios em parcerias com Universidades de diversos países.

A Universidade do Vale do Itajaí, por meio da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação, Extensão e Cultura (ProPPEC), tem como um de seus maiores objetivos promover o desenvolvimento das diferentes áreas do conhecimento por meio de investimentos em parcerias que consolidem a pesquisa, a formação de recursos humanos e a cultura.

A Universidade mantém quatro programas de incentivo à pesquisa entre os estudantes da graduação, ofertados anualmente. São eles: Programa de Bolsas de Iniciação Científica, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, Programa Integrado de Pós-Graduação e Graduação e Artigo 170.

Nas atividades de extensão, a Universidade constitui objetivo a ser alcançado por todas as Instituições de Ensino Superior Comunitárias, engajadas no processo de desenvolvimento nacional. É inegável que as ações de extensão, historicamente desenvolvidas pela Universidade do Vale do Itajaí, beneficiaram e vêm beneficiando uma parcela significativa da população catarinense.

A realização de eventos é um recurso didático-pedagógico que oportuniza momentos reconhecidamente valiosos para a troca de ideais e acabam convertendo-se, na maioria das vezes, num autêntico fórum de debates e avanços. Costumam funcionar como indicadores das tendências do mercado, ou vão além, direcionando as atividades futuras da sociedade, reformulando conceitos e disseminando movimentos novos, em espirais criadas pelo espírito crítico que aí encontra terreno fértil para se desenvolver.

## **9 Apoio ao discente:**

Os acadêmicos da Univali contam com o Núcleo de Acessibilidade da Univali – NAU, concebido de acordo com os referenciais de acessibilidade na Educação Superior e a avaliação in loco do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – Sinaes. O NAU está organizado para garantir o atendimento educacional especializado nas seguintes áreas



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

com os respectivos objetivos: Área de atendimento e apoio à acessibilidade; Área intelectual: Área sensorial e Área auditiva:

A Instituição também implantou o Banco de Talentos para estabelecer ligação entre acadêmicos/egressos e empresas. Desde 2007, alunos e egressos podem cadastrar seus currículos via intranet para pesquisar as vagas disponíveis e candidatar-se. Para as empresas, o recurso oportuniza selecionar os que correspondam ao perfil desejado. O acesso ao Banco de Talentos se dá pelo portal do aluno e pelo portal do egresso ([www.univali.br/egresso](http://www.univali.br/egresso)).

Quanto a bolsas de estudo, estas incluem os seguintes programas: Universidade para Todos (ProUni); Lei Orgânica dos Municípios; Bolsa Funcionários, Professores e Dependentes; Bolsa Coral UNIVALI, Bolsa Atleta, Bolsas de Pesquisa (Art. 170 da Constituição Estadual, ProBIC, PIBIC e PIPG), Bolsa Estágio, Bolsa Monitoria, Bolsa Intercâmbio, Desconto Escola de Idiomas da UNIVALI, Bolsa Egresso, Bolsa Convênio Empresa, Programa UNIVALI Mais, Mérito Estudantil, Desconto-Família, Bolsa Ouro e Bolsa Aluno Multiplicador. Em termos de financiamento: Programa de Financiamento Estudantil – FIES.

Intercâmbios também são oferecidos e ficam sob os cuidados da Coordenadoria de Assuntos Internacionais (CoAI), que tem como missão inserir a UNIVALI no cenário acadêmico internacional, fortalecendo a cooperação e a interação com instituições de ensino superior estrangeiras.

#### **10 Avaliação Institucional:**

O Programa de Avaliação Institucional da UNIVALI encontra-se consolidado e prevê a realização sistemática do processo de avaliação interna, em todos os semestres letivos. Esse processo de Avaliação Institucional - AI ocorre de forma independente da autoavaliação, prevista pela Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, que instituiu o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES. Os resultados desse processo auxiliam e orientam as ações e análises realizadas pela Comissão Própria de Avaliação – CPA. As estratégias decorrentes desse processo têm abrangência institucional, mas resultam em ações específicas para o curso. Em face dos resultados da avaliação foram implementadas, entre outras benfeitorias: climatização dos ambientes de estudo, como salas de aula, laboratórios e bibliotecas; manutenção e atualização dos equipamentos e laboratórios de informática; formação continuada de docentes e atualização de acervo bibliográfico. Sempre em sinergia com o ambiente institucional como um todo.

#### **11 Tecnologia de informação e comunicação – TICs – no processo ensino-aprendizagem:**

O histórico das Tecnologias de Informação e Comunicação no processo de ensino-aprendizagem na UNIVALI teve início em 2001 com a adoção do ambiente virtual Teleduc como apoio a disciplinas presenciais dos cursos de graduação. Atualmente o ambiente virtual da Universidade é o Sophia, oferece fórum de discussão, chat, ferramenta para envio de atividades com controle de prazos, ferramenta Questionários, que permite ao professor fazer avaliações on-line com correção automatizada, ferramentas de relatório de acessos e disponibilização de materiais e ferramentas específicas, tais como: caixa de mensagens - um e-mail interno ao ambiente; portfólio - um repositório de trabalhos dos alunos que permite compartilhamento entre aluno-professor e entre colegas, com a opção de professor e acadêmicos fazerem comentários nos portfólios da turma.



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

O ambiente Sophia está integrado a todos os serviços da UNIVALI, desta forma o aluno possui um único *login* e senha para toda a universidade e efetua o acesso ao ambiente por uma interface chamada de Portal do Aluno. Neste mesmo local, o acadêmico visualiza notas, programação acadêmica, questões financeiras e de biblioteca. Disponível para todos os professores, muitos deles utilizam-no como forma de sugerir materiais, organizar a disciplina, interagir com o grupo em fóruns de discussão e comunicar-se pelo correio eletrônico.

Em paralelo ao uso do Ambiente Virtual de Aprendizagem, há o repositório Material Didático para o corpo docente disponibilizar vídeos aos alunos, textos e outros recursos, além do uso de redes sociais como o *Twitter* e o *Facebook* para compartilhamento de informações e comunicações mais dinâmicas, bem como recursos como o *Slideshare* para busca de conteúdos.

A Universidade mantém uma rede *wireless* de qualidade, acessível a todos os alunos da Instituição, laboratórios de informática com máquinas atualizadas e salas de videoconferência em todos os campi.

## **12 Procedimentos de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem:**

O processo ensino-aprendizagem na UNIVALI adota a cultura da avaliação formativa, que busca auxiliar o ensino e orientar a aprendizagem, conforme procedimentos estabelecidos no Regimento Geral da Universidade.

A avaliação neste paradigma é concebida como um processo mediador na construção do currículo intimamente ligada à gestão da aprendizagem dos alunos e tem como objetivos: esclarecer acadêmicos e professores sobre o processo de aprendizagem em ação; privilegiar a autorregulação do processo ensino/aprendizagem; diversificar a prática pedagógica; explicitar o que se espera construir e desenvolver por meio do ensino; tornar os dispositivos e critérios de avaliação transparentes; e ampliar o campo de observação dos avanços e progressos do aluno pelo uso de variados instrumentos, procedimentos e critérios de avaliação.

Esses objetivos se viabilizam nas normas regimentais vigentes e por meio da transparência dos instrumentos e critérios de avaliação divulgados no plano de ensino, da publicação periódica das médias parciais, da diversificação dos instrumentos e da devolução, discussão e análise dos resultados com os acadêmicos.

A avaliação compreende a frequência e o aproveitamento nos estudos, este, expresso em notas. Será reprovado o acadêmico com média inferior a seis e/ou que não obtiver frequência de, no mínimo, 75% da carga horária prevista para a disciplina. Para as atividades de conclusão de curso, poder-se-á exigir frequência superior a 75% e média acima de seis, desde que previsto em regulamento próprio, aprovado por CONSUN-CaEn.

Os instrumentos de avaliação, os respectivos critérios e pesos são definidos previamente no plano de ensino e/ou redefinidos no decorrer do semestre com ciência dos acadêmicos, devendo resultar em três médias parciais: M1, M2, M3. As médias parciais são publicadas, aproximadamente, nos períodos que completam um terço, dois terços e ao fim da carga horária da disciplina, expressas por notas graduadas de zero a dez, com duas casas decimais, sem arredondamento. É facultado ao acadêmico requerer revisão da avaliação à coordenação de curso, observando-se as normas específicas aprovadas pelo CONSUN-CaEn. O registro de notas e frequência é efetuado no diário *on-line*, e ao fim do semestre é impresso, assinado e entregue à coordenação para arquivamento na Secretaria Acadêmica Discente.



### 13 Integração com as redes públicas de ensino:

Dada a especificidade do curso, esse item não se aplica para o Curso Superior de Tecnologia em Marketing.

### 14 Integração com o sistema local e regional de saúde e o SUS:

Dada a especificidade do curso, esse item não se aplica para o Curso Superior de Tecnologia em Marketing.

### 15 Cumprimento dos requisitos legais:

**- Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira, Africana e Indígena, nos termos da Lei N° 9.394/96, com a redação dada pelas Leis N° 10.639/2003 e N° 11.645/2008, e da Resolução CNE/CP N° 1/2004, fundamentada no Parecer CNE/CP N° 3/2004.**

Com a finalidade de “promover a educação de cidadãos atuantes e conscientes no seio da sociedade multicultural e pluriétnica do Brasil”, conforme preconiza a legislação vigente (BRASIL, 2004), as matrizes curriculares em vigor na Univali determinam a inclusão de conteúdos relativos à diversidade étnica brasileira, os quais podem ser trabalhados de duas maneiras: especificamente, com ementas especialmente formuladas para esse fim, em disciplinas optativas; ou de modo transversal, com temas correlatos perpassando o conteúdo de diversas disciplinas no decorrer de toda a formação. Esta segunda modalidade mostra-se bastante eficaz, fazendo com que a temática deixe de se constituir em um momento da trajetória acadêmica, para se constituir como parte inerente a ela e capaz de enriquecê-la sobremaneira.

Seja qual for o modelo, o objetivo é comum: contribuir para que o público acadêmico construa conhecimentos e desenvolva valores e atitudes de valorização e respeito à diversidade. E mais: reelabore a própria identidade, percebendo-se como resultado da miscigenação que forjou a Nação Brasileira, de modo a interagir com o que é considerado diferente – mas não desigual.

Importa garantir “o respeito aos direitos legais[...], na busca da consolidação da democracia brasileira” (idem, ibidem), destacar as contribuições das várias etnias à formação sociocultural do país e reforçar o sentido de pertencimento à grande comunidade formada por um povo que compartilha o mesmo território, a mesma língua, o mesmo cadinho de culturas originado da mescla de povos indígenas, africanos, europeus, asiáticos – cada qual com sua contribuição de valor inestimável à formação do Brasil.

**- Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos, conforme disposto no Parecer CNE/CP N° 8/2012, de 06/03/2012, que originou a Resolução CNE/CP N° 1, de 30/05/2012.**

A Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 é um marco nas políticas de convivência em sociedade. Base para as legislações posteriores – e para um sem número de códigos de ética e conduta – o documento é inspirador e perpassa outros definidores importantes, como a Declaração das Nações Unidas sobre a Educação e Formação em Direitos Humanos (Resolução A/66/137/2011). Junto com os demais balizadores, como a Carta Magna de 1988, o conjunto ajuda a definir a postura da Univali em relação ao tema.

Direitos Humanos são contemplados nos Pops dos cursos como reflexo do que se registra no PDI e no PPI de uma Instituição cujo surgimento remete à luta por acesso ao Ensino Superior. Em 1964, a entidade que daria origem à Univali surgiu em Itajaí como fruto do movimento de estudantes secundaristas e de trabalhadores portuários. Ávidos por conquistarem mais qualidade de vida a partir da qualificação profissional, esses grupos mobilizaram-se em torno da criação de faculdades fora da capital do estado.

O DNA da Instituição é, portanto, determinante de sua missão, visão, valores, os quais perfilam a Univali entre as entidades comunitárias de ensino superior, gestão colegiada e caráter filantrópico. Ou seja: voltada à ampliação e à guarda dos direitos essenciais à qualidade de vida. Tanto que a IES congrega uma série de cursos cujas atividades se estendem à prestação gratuita de serviços à comunidade. As iniciativas de natureza filantrópica desenvolvidas pela Univali ao longo de toda a sua trajetória confirmam a vocação institucional para assumir a defesa da dignidade humana; lutar pela igualdade de direitos; fomentar o reconhecimento e a valorização das diferenças; defender uma educação democrática, pautada em transversalidade, vivência, globalidade e sustentabilidade socioambiental.

**- Políticas de educação ambiental, conforme disposto na Lei N° 9.795/1999, no Decreto N° 4.281/2002 e na Resolução CNE/CP N° 2/2012.**

Considerando a Resolução CNE/CP N° 2/2012, que “Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental”, e demais normativas da área, a Univali incorpora a seus princípios e valores educativos a dimensão ambiental, entendendo-a como substrato sobre o qual o conhecimento emerge em suas múltiplas faces. A Política Nacional de Educação Ambiental perpassa todos os níveis e modalidades do processo de ensino-aprendizagem e articula-se à consolidação dos direitos e deveres inerentes à cidadania, porquanto o cuidado com o meio ambiente está diretamente relacionado ao respeito pelo outro e por si mesmo. Pois, em última análise, danos ambientais estendem seus efeitos a todo o conjunto dos seres vivos no planeta.

Desenvolver esse entendimento é uma das responsabilidades do sistema de ensino, notadamente da Educação Superior. A Univali adota posturas firmes e amplas de adesão a esta causa, congrega número significativo de professores pesquisadores em campo, partícipes de programas e projetos (governamentais e da iniciativa privada) voltados à conservação e ao aproveitamento sustentável dos recursos naturais da região e do país. A efervescência desse trabalho contagia o ambiente institucional, contribuindo para estimular e aperfeiçoar a inserção de conteúdos de Educação Ambiental nos demais centros e cursos.

A Educação Ambiental está, portanto, incorporada ao PPC de todas as graduações na Univali não somente por se tratar de condição essencial ao cumprimento da legislação, mas principalmente porque o ambiente da IES favorece e dissemina a importância desse tipo de conhecimento – reconhecido como fundamental. No âmbito das matrizes curriculares, efetiva-se de duas maneiras: pela inserção de disciplinas específicas; ou como tema transversal, integrante das demais disciplinas da matriz curricular, conforme o curso.

Indo além das matrizes curriculares, a Univali fomenta ações e estrutura espaços pedagógicos no sentido de permitir “aos sujeitos a compreensão crítica da dimensão ética e política das questões socioambientais, situadas tanto na esfera individual, como na esfera pública.” (BRASIL, 2012).



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

Projetos e atividades de Educação Ambiental, inclusive artísticas e lúdicas são frequentes no ambiente acadêmico da Univali. Por meio deles, busca-se valorizar “o sentido de pertencimento dos seres humanos à natureza, a diversidade dos seres vivos, as diferentes culturas locais, a tradição oral, entre outras, inclusive em espaços nos quais os estudantes se identifiquem como integrantes da natureza, estimulando a percepção do meio ambiente como fundamental para o exercício da cidadania” (Idem, ibidem).

### **Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista, conforme disposto na Lei N° 12.764, de 27 de dezembro de 2012.**

A existência do Núcleo de Acessibilidade da Univali – Nau garante espaço e atendimento à pessoa com transtorno do espectro autista. Trata-se de segmento incluído entre aqueles cujos direitos estão resguardados pela política adotada nessa área. Uma política que se efetiva de uma série de formas:

- com equipe especializada de que fazem parte pedagogos, técnicos de Educação, profissionais de apoio pedagógico, psicólogos;
- mediante a formação continuada do corpo docente (palestras e oficinas no Programa de Formação Continuada) e do corpo técnico-administrativo visando à eliminação de barreiras atitudinais e pedagógicas, ao desenvolvimento de práticas educacionais inclusivas mediante uso de recursos adaptados e tecnologias assistivas;
- com assistência personalizada ao acadêmico e aos professores que com ele convivem, a fim de reduzir os obstáculos ao relacionamento social característicos do transtorno do espectro autista;
- pelo estabelecimento de uma aproximação com os familiares dos atendidos, de modo a que os profissionais da Instituição entendam o contexto de onde eles se originam e como vêm sendo tratados clinicamente fora da Instituição.

Todas as medidas adotadas visam ao estabelecimento de condições propícias ao bem estar do estudante autista, ajudando-o a adaptar-se e evitando sua evasão.

### **- Condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, conforme disposto na CF/88, Art. 205, 206 e 208, na NBR 9050/2004, da ABNT, na Lei N° 10.098/2000, nos Decretos N° 5.296/2004, N° 6.949/2009, N° 7.611/2011 e na Portaria N° 3.284/2003.**

A Política de Educação Especial na perspectiva da Educação Inclusiva, publicada em 2008, considera que o acesso a um sistema educacional inclusivo em todos os níveis pressupõe a adoção de medidas de apoio específicas para garantir as condições de acessibilidade, necessárias à plena participação e autonomia dos estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades, em ambientes que maximizem seu desenvolvimento acadêmico e social (BRASIL, 2008).

Em atenção aos requisitos legais de acessibilidade e à Política de Educação Inclusiva, em 2014, a Univali implantou o Núcleo de Acessibilidade - NAU, o qual responde pela organização de ações institucionais que garantam a inclusão desse público alvo à vida acadêmica, por meio da redução ou eliminação de barreiras pedagógicas, arquitetônicas e da comunicação e informação.

A Instituição tem organizadas algumas ações de garantia de acessibilidade. Entre elas citam-se:



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

- Adequação arquitetônica ou estrutural do espaço físico.
- Adequação de sanitários, alargamento de portas e vias de acesso, construção de rampas, instalação de corrimão e colocação de sinalização tátil e visual.
- Aquisição de mobiliário acessível, cadeira de rodas e demais recursos de tecnologia assistiva.
- Formação Continuada do corpo docente e do corpo técnico-administrativo visando à eliminação de barreiras atitudinais e pedagógicas, ao desenvolvimento de práticas educacionais inclusivas com uso dos recursos adaptados e tecnologias assistivas, assim como da Língua Brasileira de Sinais - Libras e outros códigos e linguagens.

Em síntese, a administração superior da Univali e seu grupo gestor vêm investindo em planejamento e implementação das metas de acessibilidade preconizadas pela legislação em vigor, bem como no monitoramento das matrículas dos estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades ou superdotação, para provimento das condições de pleno acesso, permanência e participação de todos na vida acadêmica.

## **B - CORPO DOCENTE**

### **1 Quadro docente:**

A lista de professores que compõem o quadro docente do Curso de Marketing encontra-se disponível no link Docentes.

### **2 Atuação do Núcleo Docente Estruturante:**

Disposto pela Resolução nº 01/CONAES/2010, constituído na Universidade pela Resolução nº 123/CONSUN-CaEn/2009, o NDE foi alterado pela Resolução nº 028/CONSUN-CaEn/2010 e pela Resolução nº 023/CONSUN-CaEn/2012, de 31 de maio de 2012. É de competência do NDE: formular, implementar e desenvolver o Projeto Pedagógico do Curso (PPC), definindo sua concepção, fundamentos e estratégias de execução, contribuindo para a consolidação do perfil profissional do egresso; participar na atualização periódica do PPC; participar nos trabalhos de reestruturação curricular para aprovação nos órgãos competentes, zelando pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais; auxiliar na supervisão dos processos de avaliação do curso e na análise dos seus resultados; contribuir para a promoção da integração horizontal e vertical do curso, respeitando os eixos/núcleos estabelecidos pelo PPC; participar na organização de estratégias de interação com estudantes, egressos e entidades de classe, na busca de subsídios à avaliação permanente do curso; contribuir para a articulação das atividades de ensino, pesquisa e extensão do curso; desenvolver atividades de pesquisa e/ou extensão, por meio de projetos de âmbito interno e externo; contribuir para a produção científica do curso e representá-lo em organizações e/ou conselhos profissionais.

Informações da composição do Núcleo Docente Estruturante do Curso de Marketing, campus Balneário Camboriú estão disponíveis no site do curso através do link Docentes.

### **3 Funcionamento do colegiado do curso ou equivalente:**

De acordo com o Regimento Geral da UNIVALI, o Colegiado do Curso é órgão consultivo em matéria de ensino, pesquisa, extensão e cultura, sendo composto pelo coordenador do curso, quatro docentes escolhidos por seus pares, e dois acadêmicos também escolhidos por seus pares.



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

O Colegiado funciona como núcleo complementar de tomada das decisões peculiares ao curso, procurando estabelecer as metas e as estratégias condizentes com a realidade circundante. Sendo assim, conforme o Regimento Geral da UNIVALI, compete ao Colegiado entre outras ações: participar ativamente da administração acadêmica do curso; auxiliar no planejamento, acompanhamento e avaliação do Projeto Pedagógico do Curso; zelar pelo fiel cumprimento dos dispositivos estatutários, regimentais e demais regulamentos e normas da UNIVALI; e, acompanhar, avaliar e deliberar sobre alterações curriculares.

Informações do Colegiado do Curso de Marketing, campus Balneário Camboriú estão disponíveis no site do curso – link Docentes.

#### **4 Doutores e mestres:**

O corpo docente do Curso de Marketing, Campus Balneário Camboriú, é composto por 21 docentes. Destes, 71,5% possuem titulação obtida em programas de pós-graduação *Stricto Sensu*, entre os quais 14,3% possuem o grau de Doutor e 57,2% de Mestres, os demais 28,5% dos docentes são Especialistas. Além desses números atuais, no quadro docente tem-se quatro professores mestres frequentando programa de doutorado, e um especialista que está cursando o mestrado.

Essa situação representa a dinâmica de um quadro de professores em contínuo fortalecimento e evolução da formação acadêmica. Isto vai ao encontro do movimento promovido pela UNIVALI, CECIESA-gestão e Coordenação do Curso de Marketing - Campus Balneário Camboriú, que não vem medindo esforços para compor seu corpo docente com professores com nível de titulação acentuada. As diretrizes encontram-se não somente na motivação, como também em ações institucionais que procuram incentivar a formação contínua por meio de apoio de programas de bolsa externas ou nos próprios Programas de Pós-Graduação da UNIVALI.

A lista de professores que compõem o quadro docente do Curso de Marketing, considerando sua titulação e *link* ao currículo lattes, encontra-se disponível no link Docentes.

#### **5 Experiência profissional do corpo docente:**

Do corpo docente do Curso de Marketing, campus Balneário Camboriú, em atuação no 1º semestre de 2017, 96% possuem 2 anos de experiência profissional ou mais. Estes indicadores demonstram a larga experiência profissional, possibilitando que o docente estabeleça relação da teoria com a prática fazendo uso de exemplos vivenciados.

Além da valorização dessa característica no quadro atual, nos processos seletivos de novos professores, a experiência profissional é um dos critérios considerados como determinantes. O propósito é formar uma equipe em que experiência acadêmica e profissional alcance um equilíbrio, fortalecendo a relação teórica prática que o discente aprecia.

### **C - INFRAESTRUTURA**

#### **1 Espaço de trabalho docente, coordenação do curso e serviços acadêmicos:**

##### **Gabinetes de trabalho para professores Tempo Integral – TI**

Localizado no piso térreo do bloco 6B, o espaço para trabalho dos docentes em tempo integral possui 63,96 m<sup>2</sup> e está equipado com impressora integrada e seis computadores apoiados



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

em bancadas, além de disponibilizar internet sem fio para utilização de laptops, tablets e smartphones de propriedade dos docentes. Além das bancadas, há 07 gabinetes de trabalhos individuais, bem como a sala de reuniões do NDE, esta última localizada em anexo ao mesmo espaço. Os ambientes são climatizados e possuem iluminação e mobiliário adequado para o desenvolvimento das atividades pedagógicas.

### **Espaço de trabalho para coordenação do curso e serviços acadêmicos**

O espaço de trabalho da coordenação do Curso de Marketing localiza-se na sala 103 do piso térreo do bloco 6B. A sala possui uma área de 63,96 m<sup>2</sup>, é climatizada e equipada com computadores e impressora. A sala está dividida em 05 espaços: 2 salas individuais para as coordenações, sala de apoio exclusiva para os Professores do CECIESA – Gestão, recepção dos acadêmicos e recepção dos docentes. A coordenação conta com uma funcionária que atende ao público acadêmico e auxilia as atividades administrativas do curso. O horário de funcionamento é das 13h30 às 17h e das 18h às 22h30.

Localizada no pavimento térreo do Bloco Central, a Secretaria Acadêmica do Campus possui área total de 214,50m<sup>2</sup> e está equipada com 17 computadores e 2 impressoras laser e 1 impressora jato de tinta. A sala possui 11 estações de atendimento direto ao aluno. O corpo funcional é composto de 13 funcionários que atendem professores e alunos das 08h às 22h. Destaca-se que tanto a coordenação de curso quanto a Secretaria Acadêmica encontram-se localizadas no piso térreo, viabilizando o acesso de quaisquer alunos.

### **Laboratórios de Informática**

No 4º piso do Bloco 6A estão localizados os cinco laboratórios de informática que servem ao Centro e são concomitantemente usados por outros cursos. Todos os ambientes são climatizados e equipados com computadores ligados à Internet, Datashow e impressora laser. Horário de funcionamento dos laboratórios: das 8h às 12h e das 13h30min às 22h30min

### **Biblioteca**

Próximo ao Bloco 6 encontra-se a Biblioteca Comunitária, que atende a toda comunidade acadêmica. Sua estrutura física composta por 950m<sup>2</sup> segue critérios de sustentabilidade e eficiência energética. É uma das pioneiras do Brasil a ter seu projeto certificado com a Etiqueta Nacional de Conservação de Energia para Edificações – INMETRO PROCEL (Nível de Classificação “A”). Contempla espaços para estudos individuais e em grupos, bem como de uma sala multimídia. É porta de acesso a mais de 166.249 Títulos de Acervo Geral e 3702 títulos de Periódicos, na área de gestão. Além de obras físicas, o acadêmico do curso tem disponível um grande número de periódicos que podem ser consultados por meio das bases EBSCO, PERÍODICOS da Capes, Scielo, dentre outras.

### **2 Sala de Professores:**

A sala dos professores está localizada no piso térreo do bloco 01 na sala 101 e conta com área de 63,96 m<sup>2</sup>. O mobiliário da sala é composto de bancadas com 02 computadores, mais 04 pontos de rede para acesso via notebook, sofás, mesas de apoio, bebedouro elétrico e máquina de café expresso. A sala é climatizada, ventilada, com iluminação adequada e oferece também sinal de internet wireless. Os professores do curso dispõem ainda de um espaço para descanso junto à coordenação, que conta com sofás, mesa de apoio e armário individual.

### 3 Sala de aula:

As salas de aula do curso possuem 63,96 m<sup>2</sup> e estão aptas para acomodar em média 55 alunos. São climatizadas e estão equipadas com projetor multimídia, quadro verde e branco e tela de projeção. Para alocação das turmas, considera-se o número de alunos matriculados, os recursos necessários às atividades acadêmicas e às necessidades especiais de alunos e professores. Para garantir a manutenção, conservação e limpeza das salas, o campus conta com uma equipe que trabalha nos períodos matutino, vespertino e noturno.

### 4 Acesso dos alunos a equipamentos de informática:

Os laboratórios de informática da UNIVALI são equipados com computadores modernos e mobiliário confortável, necessário para que os alunos pesquisem e elaborem trabalhos. Nas bibliotecas, há espaços com internet disponíveis aos usuários. A universidade disponibiliza esses equipamentos de informática tanto para os alunos de graduação e pós-graduação, quanto para a comunidade externa que frequenta os espaços das bibliotecas comunitárias nos campi. A UNIVALI dispõe de sistema wireless em todas as áreas, proporcionando acesso fácil à rede para alunos, professores e funcionários.

### 5 Bibliografia básica e complementar:

As bibliografias estão registradas nos planos de ensino. Semestralmente, os planos de ensino *on-line* são elaborados pelos docentes, validados pelo coordenador e revisados pelo professor responsável pelo apoio pedagógico. Os planos são disponibilizados na intranet durante todo o semestre letivo.

A Instituição mantém o Sistema Integrado de Bibliotecas da UNIVALI – SIBIUN. Trata-se de um modelo composto por várias bibliotecas. Em Itajaí, estão localizadas a Central Comunitária e duas setoriais: Setorial do Centro de Ciências da Saúde e Setorial de Odontologia. Além dessas três, há uma em cada *campus* da Instituição: Balneário Piçarras, Balneário Camboriú, Tijucas, Jardim Carandaí Biguaçu, Centro Biguaçu, Sertão do Maruim - São José, Kobrasol - São José, e Florianópolis.

O SIBIUN tem a preocupação de proporcionar maior cooperação entre as suas bibliotecas via Serviço de Empréstimos Inter-Bibliotecas – SEIB, unindo competências e recursos a fim de prestar serviços de qualidade com apoio a ensino, pesquisa e extensão e facilitando a busca e a recuperação da informação.

Dentre as possibilidades de consulta *on-line* disponibilizadas pelas bibliotecas, destaca-se o Sistema Pergamum, que permite acesso imediato às informações desejadas, no qual está armazenado o vasto acervo de livros, periódicos, multimeios, literatura cinzenta; incluindo a indexação de artigos das principais revistas adquiridas pelas bibliotecas da UNIVALI nas diversas áreas do conhecimento. É possível promover a circulação de materiais e o acesso ao acervo digital de cada obra na íntegra, caso esteja em formato eletrônico. A consulta, a reserva e a renovação de obras podem ser feitas nas próprias bibliotecas ou pela internet e a devolução, em qualquer biblioteca da UNIVALI. Somada a essa variedade de informação, o SIBIUN possui uma biblioteca virtual com diversos *links* para outras fontes e bases de dados disponíveis na internet, com acesso livre ou restrito. São elas: *Wilson, Micromedex, Springer-Medicine, Business Source Premier, Hospitality & Tourism*.

Além de todas as possibilidades, há o acesso ao acervo de outras bibliotecas por meio de sistemas de intercâmbio bibliográfico, que permitem ao usuário dispor de publicações não



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

constantes do acervo da UNIVALI, via convênios com: Câmara Setorial de Bibliotecas da Acafe, Centro Latino Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde – BIREME, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT/COMUT, Rede Brasileira de Bibliotecas da Área de Psicologia ReBAP, Rede de Apoio à Educação Médica – RAEM, Rede Pergamum, Rede de Bibliotecas da Área de Engenharia – REBAE, Rede de Informação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa – PORTCOM, Rede Virtual de Bibliotecas – Senado Nacional – RVBI.

## **6 Periódicos especializados:**

O Sistema Integrado de Bibliotecas (SIBIUN) adota uma Política de Formação e Desenvolvimento de Coleções cujos subsídios orientam a tomada de decisão quanto à seleção, aquisição e avaliação do acervo em seus diversos suportes, espaço físico, áreas de interesse, categorização da clientela e manutenção preventiva da coleção adquirida.

A Política de Formação e Desenvolvimento de Coleções é analisada anualmente para possíveis atualizações. O resultado da análise orienta o SIBIUN no desenvolvimento de seu acervo, para que este seja compatível com as necessidades informacionais dos usuários e com a utilização racional da coleção, tendo como objetivos: apresentar prioridades para aquisição; estabelecer critérios de seleção, critérios para evitar a duplicação de títulos de periódicos e critérios de recebimento de doações; proporcionar o crescimento racional do acervo; identificar os materiais e suportes de informação adequados à formação do acervo; definir diretrizes para avaliação da coleção; determinar princípios de descarte de material; assegurar a manutenção de medidas preventivas de conservação. Atualmente, há mais de cem títulos de periódicos com assinaturas ativas com mais de total de 1.500 exemplares.

A UNIVALI é uma das integrantes da rede da Comunidade Acadêmica Federada (CAFe), na qual a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) disponibiliza acesso remoto ao portal de periódicos para professores, pesquisadores, alunos de pós-graduação, graduação e funcionários da Instituição. Internamente, nos campi da UNIVALI, o acesso ao Portal da CAPES é realizado por faixa de IP. A UNIVALI também assina bases de dados da EBSCO em que se encontram artigos indexados para as áreas de Administração, Turismo e Hotelaria, como também a base Wilson, com áreas multidisciplinares. As bibliotecas da UNIVALI realizam a indexação de artigos de periódicos científicos. Atualmente são mais de quarenta mil artigos indexados no banco de dados do Sistema Pergamum.

## **7 Laboratórios didáticos especializados: quantidade, qualidade e serviços:**

**Laboratório de tecnologias (LABTEC):** O Laboratório de Estudos, Criação, Desenvolvimento e Aplicação de Tecnologias em Marketing e Gestão de Recursos Humanos tem o objetivo sistematizar e concentrar a geração de conhecimento e é organizado em 05 dimensões essenciais: estratégia, inovação, inteligência, movimento e informação.

Estratégia - Busca o gerenciamento e controle dos padrões de excelência, concentrando as seguintes atividades:

- Acompanhamento e monitoramento dos padrões de qualidade propostos pelo MEC, no contexto dos cursos;
- Análise e estudo das tendências de mercado de forma a manter atualizadas as matrizes, disciplinas, ementas e conteúdo dos cursos; Análise e estudo das tendências de mercado de forma a manter atualizadas as matrizes, disciplinas, ementas e conteúdo dos cursos;





UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

- Acompanhamento da produção técnica e intelectual dos professores do curso.

Inovação - Desenvolvimento de modelos gerenciais através do Ensino, concentrando as seguintes atividades:

- Acompanhamento das metodologias e práticas desenvolvidas nas disciplinas;
- Aprimoramento das disciplinas com a aquisição, desenvolvimento e implantação de novas tecnologias.

Inteligência - Geração do Conhecimento, através da Pesquisa, concentrando as seguintes atividades:

- Criação dos Grupos de Pesquisa – NEAM – Núcleo de Estudos Avançados em Marketing e NEARH – Núcleo de Estudos Avançados em Recursos Humanos;
- Estímulo à participação de Projetos de Pesquisa (CNPQ, Art. 170 e 171). Estímulo à participação de Projetos de Pesquisa (CNPQ, Art. 170 e 171).

Movimento - Estímulo da relação teoria x prática através da Extensão, concentrando as seguintes atividades: Participação no Projeto UNIBEM, realizando parcerias com empresas e desenvolvendo projetos de ação integrados nas disciplinas, dentre eles se destacam o Planejamento de Recursos Humanos e o Plano de Marketing;

Informação - Disseminação do conhecimento através da Comunicação Integrada, concentrando as seguintes atividades:

- Integração da comunidade acadêmica com o curso, através das redes sociais;
- Criação de marketing de conteúdo;
- Realização dos eventos dos cursos, dentre eles se destacam a Semana de Iniciação Técnico-científica, os dias dos Profissionais e a Gincana do Conhecimento UNIQUIZZ.

**Laboratório Uni Junior** - localizado no piso térreo do bloco C2, campus de Itajaí, o laboratório é compartilhado pelos cursos do CECIESA-Gestão de Itajaí e apoia ações do campus Balneário Camboriú. Conta com uma área, totalmente climatizada, de 71,87m<sup>2</sup>. É composta por uma sala de recepção, uma sala de reuniões equipada com projetor multimídia, uma sala utilizada pela Professora Responsável e uma sala para uso dos funcionários e estagiários. O laboratório é equipado com 08 computadores e uma impressora.

Consiste em um laboratório de ensino composto por acadêmicos/estagiários e assessorado por professores orientadores vinculados ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Gestão de ambos os campi. Promove atividades de extensão de interesse dos acadêmicos, apoio aos eventos dos cursos e serviços de consultoria empresarial, voltados ao público externo à universidade, nas seguintes áreas: Gestão Organizacional, Gestão Mercadológica (Marketing e Vendas), Logística, Gestão Portuária, Consultoria Financeira e Cursos de Capacitação e Desenvolvimento Profissional/Gerencial.

Na Uni Júnior, acadêmicos/estagiários vivenciam o ambiente empresarial e aplicam o conhecimento construído em sala de aula. A experiência junto a Uni Júnior torna o aprendizado mais eficiente e contribui para a preparação dos acadêmicos no sentido de tornarem-se profissionais capazes de gerenciar adequadamente todos os tipos de organizações.

## 8 Biotérios:

Dada a especificidade do curso, esse item não se aplica para o Curso Superior de Tecnologia em Marketing.

## **9 Comitê de ética em pesquisa:**

A apreciação ética de projetos de pesquisa é realizada por dois comitês independentes, o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP-UNIVALI) e a Comissão de Ética no uso de animais (CEUA/UNIVALI).

O Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP-UNIVALI) está subordinado ao Conselho Nacional de Saúde (CNS), vinculado à Comissão Nacional de Ética em Pesquisa - CONEP/CNS/MS, e, portanto, respeita as características de um órgão colegiado interdisciplinar e independente, de relevância pública, de caráter consultivo, deliberativo e educativo, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa de acordo com padrões éticos. A apreciação dos protocolos de pesquisa segue as prerrogativas éticas previstas na Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012.

O CEP/UNIVALI foi instituído em 16 de abril de 1997 a fim de atender a necessidades de pesquisadores da Universidade do Vale do Itajaí e também a demandas externas, por solicitação da CONEP/CNS/MS. Teve seu registro renovado junto à CONEP/CNS/MS, documentado por meio da CARTA CIRCULAR Nº 055/2013 CONEP/CNS/GB/MS de 23 de abril de 2013.

A composição do CEP/UNIVALI vigente, conforme portaria de designação nº. 291/2014, de 18 de agosto, se dá por 48 membros, sendo 23 titulares e 23 suplentes, mais um membro da comunidade e um membro Coordenador. Reuniões são realizadas mensalmente, sendo o calendário divulgado por e-mail institucional, além de permanecer disponível na página da instituição ([www.univali.br/ética](http://www.univali.br/ética)).

Desde a sua criação, o CEP/UNIVALI conta com regulamento interno próprio. A última atualização se deu em 2012. Atualmente, a tramitação ocorre por meio do sistema Plataforma Brasil, criado em 2012, o qual consiste em um portal para inserção das pesquisas envolvendo seres humanos realizadas em todas as instituições que atuam nessa área em Território Nacional.

Pela Plataforma, o CEP recebe o protocolo da pesquisa e o pesquisador responsável poderá acompanhar todas as etapas da análise através de seu login.

O CEP/UNIVALI tem exercido também seu papel educativo no âmbito dos cursos. O programa “CEP/UNIVALI vai aos Cursos” leva representantes do Comitê a participar das disciplinas de metodologia da pesquisa ou de bioética, discutindo com os acadêmicos aspectos relacionados ao respeito aos seres humanos envolvidos em pesquisas.

Ressalta-se que a coordenação do CEP disponibiliza agenda para os pesquisadores que necessitam de orientação pessoal, no sentido de acolher suas demandas e acompanhar a submissão dos projetos.

A Comissão de Ética no Uso de Animais (CEUA/UNIVALI) é um colegiado interdisciplinar e independente, criado para zelar pelo bem-estar de animais utilizados em pesquisa e/ou em aulas práticas, vinculado ao CONCEA (Conselho Nacional de Controle de Experimentação



UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

Animal), cujas atribuições foram instituídas pela Resolução Normativa nº01/2010, com base na Lei nº 11.794/2008. A comissão também se encontra credenciada junto ao Cadastro das Instituições de Uso Científico de Animais (Ciuca) que objetiva contribuir ao desenvolvimento de pesquisa científica de acordo com normativas estabelecidas pela SBCAL (Sociedade Brasileira da Ciência de Animais de Laboratório).

A CEUA/UNIVALI foi instalada pela Portaria nº067/2010 e regulamentada por Regimento Geral (Resolução nº. 034/CONSUN-CaPPEC/2010), compondo-se por 13 membros (titulares/suplentes), conforme Portaria Nº042/2012. Localiza-se no bloco F6 no Centro de Ciências da Saúde, térreo, com expediente de segunda a sexta das 08h às 12h e das 13h30min às 17h30min. As reuniões de análise de projetos envolvendo animais de laboratório ocorrem mensalmente. Os projetos são protocolados online ou no setor próprio da CEUA. Os membros apreciam e relatam os projetos, procedendo à votação quanto ao parecer final.

Além de suas atribuições regimentais, a CEUA capacita os usuários de animais de laboratório, oferecendo cursos semestrais.

#### **10 Comitê de Ética na Utilização de Animais (CEUA):**

Dada a especificidade do curso, esse item não se aplica para o Curso Superior de Tecnologia em Marketing.