



RESUMO DO PPC

CST EM MARKETING

Emitente: Prof^o. Me. Ricardo Garcia

Data: Julho/2020

1. PERFIL DA INSTITUIÇÃO

O Centro Universitário Jorge Amado, através da sua missão de “formar profissionais éticos e aptos a assumirem os desafios de uma sociedade em mudança, mediante o oferecimento de serviços educacionais de excelência, por meio da produção, sistematização e difusão do conhecimento, com políticas e programas de extensão e de pesquisa que estejam em consonância com as necessidades locais e as tendências socioeconômicas da sociedade brasileira”, possui o Curso Superior de Tecnologia em Marketing – Presencial, visando contribuir com a progressiva expansão da gestão de marketing a nível local e global, formando profissionais instrumentalizados para o exercício da mercadologia.

A missão do Curso Superior de Tecnologia em Marketing do Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE) é, capacitar os profissionais para elaborar, implementar, controlar e avaliar estratégias e ações de marketing capazes de aumentar a satisfação dos clientes e construir vantagens competitivas em ambientes de contínuas mudanças.

O aluno será capaz de: entender o comportamento do consumidor e os processos de decisão de compras; conhecer e aplicar os conceitos e ferramentas do marketing estratégico; desenvolver soluções criativas para uma efetiva gestão da comunicação, do produto, do preço e dos canais de distribuição; e disseminar a cultura de orientação ao marketing por toda a organização facilitando assim a adoção de práticas orientadas para os clientes.

2. PERFIL DO CURSO

O CST em MARKETING tem como ênfase a formação de profissionais com sólidos conhecimentos teóricos e práticos, voltados à absorção, à utilização e à integralização de tecnologias inovadoras em MARKETING. Um currículo centrado no desenvolvimento de competências implica em um



ambiente pedagógico caracterizado pela adoção de alternativas metodológicas dinâmicas e ativas, centradas no estudante como protagonista do seu próprio aprendizado. As disciplinas do CST em MARKETING priorizam as atividades práticas, trabalho em equipe, uso de laboratórios e desenvolvimento de projetos, onde o discente coloque em ação seus conhecimentos, habilidades e atitudes para resolução de diversos tipos de problemas relacionados com a área em questão.

Para o discente desenvolver competências diretamente relacionadas com as pessoas inseridas e as responsabilidades e características dos gestores em MARKETING, foram projetadas disciplinas dispostas em quatro Módulos.

3. PERFIL DO EGRESSO

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing do Centro Universitário Jorge Amado pretende formar egressos com as seguintes competências:

- Compreensão do funcionamento organizacional e sua relação com o marketing;
- Utilização de termos adequados e redação pertinente à área empresarial;
- Gerenciamento do marketing de serviços, suas principais ferramentas e estratégias internas de motivação relevantes para esta área
- Conhecimento dos fundamentos legislativos para o desenvolvimento do marketing ético e responsável;
- Compreensão das necessidades e desejos do consumidor, visando um direcionamento mais eficaz das decisões mercadológicas para a fidelização de clientes;
- Planejamento e execução das etapas relevantes para o desenvolvimento de uma pesquisa mercadológica, bem como o suporte tecnológico e estatístico para a viabilização de resultados mais consistentes;
- Compreensão das variáveis ambientais e seus impactos nas decisões mercadológicas;
- Solução de problemas mercadológicos com flexibilidade e adaptabilidade;
- Ordenamento de atividades e programas mercadológicos, identificando e dimensionando os riscos para tomada de decisões;
- Planejamento, implementação e avaliação de Planos de Marketing;
- Desenvolvimento de comportamentos e ações socialmente responsáveis nos diversos campos de atuação do gestor mercadológico;
- Planejamento de ações de Marketing de varejo que atendam ao interesse público;
- Elaboração de estratégias para a atuação em mercados internacionais, a partir das particularidades identificadas no ambiente.



A formação pretende suprir as demandas dos seguintes postos de trabalho: Analista de promoção e vendas; Analista de marketing e serviços; Analista das relações de consumo; Analista de marketing estratégico; Analista de desenvolvimento de produtos e marcas; Analista de formação e adequação de preços; Analista de determinação e gerenciamento dos canais de distribuição; Analista de marketing social; Analista de pesquisa mercadológica; Analista de relacionamento com clientes; Analista de estratégias de endomarketing; Analista de planejamento de marketing.

Vale ressaltar que essas funções podem ser desenvolvidas tanto em empresas prestadoras de serviço quanto em indústrias de diferentes segmentos, órgãos públicos e organizações do Terceiro Setor visto que o departamento de marketing se faz presente em diferentes organizações e o curso pretende seguir um caráter mais generalista nesse sentido.

Principais Eixos Temáticos do Curso

Os eixos temáticos não podem mais ser interpretados como uma listagem de disciplinas tradicionais. Estes devem se constituir em um conjunto integrado de tópicos curriculares relacionados às competências exigidas para o exercício profissional.

Considerando os princípios de interdisciplinaridade e flexibilidade curricular, decidiu-se não dividir os conteúdos em básicos e específicos. Optou-se, então, por organizar os eixos temáticos partindo do geral para o particular, compreendendo a realidade como um todo que integra todas as dimensões das partes, numa interpelação constante e dinâmica. Em outras palavras, parte-se do entendimento de gestão em micros, pequenas e médias empresas para “gerir na prática”.

Cada eixo temático constitui-se de temas curriculares cuja seleção respeitou os critérios de pertinência, significância e similaridade em torno de uma formação específica para cada um dos módulos, o que contribui para a formação do egresso.

Cabe ressaltar que os eixos temáticos foram divididos em módulos que possuem certificação específica conforme se verifica a seguir:

Módulo 1: Assistente Administrativo;

Módulo 2: Analista em Comportamento do Consumidor;

Módulo 3: Analista em Marketing de Relacionamento;

Módulo 4: Analista em Marketing.

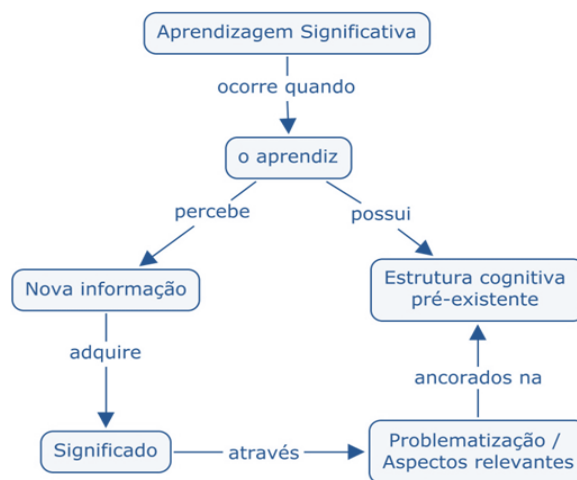
4. METODOLOGIA DO ENSINO

A abordagem pedagógica da UNIJORGE reconhece a necessidade de promoção contínua e progressiva da autonomia do estudante, e elege, portanto, a abordagem humanística, o sócio cognitivismo e o **trabalho colaborativo** para a construção do conhecimento como pressupostos educativos que subsidiam e definem o processo de aprendizagem.

A UNIJORGE associou à experiência técnico-pedagógica de seus fundadores com a continuidade de seus atuais líderes educacionais, e optou como princípio epistemológico de suas diretrizes pedagógicas institucionais pela conciliação de princípios filosóficos, teóricos e metodológicos contemporâneos pautados, principalmente, na **Teoria da Aprendizagem Significativa**, que tem seu foco na problematização do processo de ensino-aprendizagem e que considera a experiência de vida de cada estudante como ponto de partida para a aprendizagem (AUSUBEL, 2000¹; MOREIRA, 2006²; PELIZZARI et. al., 2002³).

Assim, a aprendizagem é pautada nos princípios do cognitivismo de Ausubel (1980⁴, p. 5) que privilegia a aprendizagem significativa assimilada pela recepção e/ou descoberta.

Representação visual do processo de aprendizagem:



Mapa conceitual síntese do processo de aprendizagem significativa.

¹ AUSUBEL, D. *Aquisição e retenção de conhecimentos: uma perspectiva cognitiva*. Lisboa: Paralelo, 2000.

² MOREIRA, M. A. *A teoria da aprendizagem significativa e sua implementação na sala de aula*. Brasília: EdUNB, 2006.

³ PELIZZARI, A. et. al. Teoria da aprendizagem significativa segundo Ausubel. *Revista Psicologia, Educação e Cultura*, Curitiba, v.2, n.1, p.37-42, jul. 2001-jul. 2002.

⁴ AUSUBEL, D. *Psicologia educacional*. Rio de Janeiro: Interamericana, 1980.

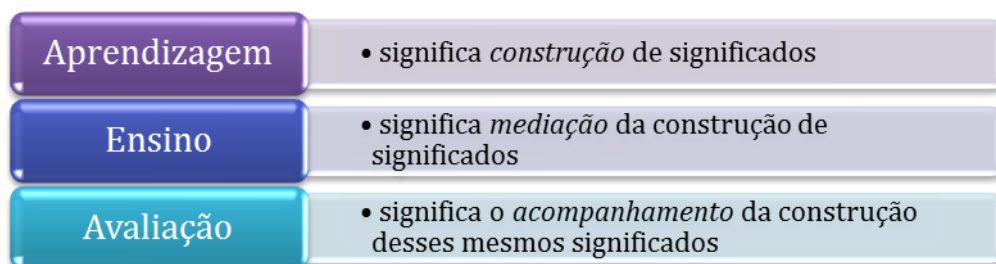


A ideia do problema como mobilizador da necessidade da aprendizagem está pautada na premissa de que, na **metodologia da problematização**, o estudante se vê frente a um desafio, a um problema relacionado à vida em sociedade, que se converte em problema de conhecimento. Cria-se a necessidade de construir, investigar, mobilizando o desejo do Outro para a aprendizagem. A existência de um problema socialmente relevante mobiliza cognitivamente o sujeito para a construção de soluções.

A existência do desafio coloca o estudante no lugar de sujeito, já que a solução de problemas possibilita a participação ativa, desfocando a função de transmissão mecânica e atribuindo um papel dialógico aos atores do processo. É imperiosa a necessidade de haver uma associação entre teoria e prática que consiga impor novos desafios para o conhecimento significativo. A abordagem da **problematização** foi eleita numa tentativa de superar a aprendizagem mecânica e exigir, dos estudantes, aprendizados com significados mais complexos das relações que constituem a situação problemática (MORETTO, 2009⁵). Afinal, a cada dia a sociedade exige mais qualificação técnica para aumentar as possibilidades de empregabilidade, associada à consciência da necessidade de fortalecimento da cidadania e seus reflexos para o desenvolvimento social.


Assim, na medida em que o estudante consegue transformar-se em construtor de significados no seu processo educativo, mediado por docentes que favoreçam esse espaço e que consideram as experiências de vida do estudante, ele insere-se num universo simbólico de acomodação do conhecimento (PIAGET, 2002⁶).

Partindo da Teoria da Aprendizagem Significativa a UNIJORGE adotou os seguintes pilares para desenvolvimento do seu PPI:



⁵ MORETTO, V. P. *Planejamento: planejando a educação para o desenvolvimento de competências*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

⁶ PIAGET, J. *A construção do real na criança*. São Paulo: Ática, 2002.



Pretende-se, portanto, que o egresso da UNIJORGE não tenha apenas as respostas ou resultados das situações apresentadas em sala de aula, mas, sobretudo, que saiba lidar com cenários diversos e tenha criatividade para construir procedimentos e participar dos processos decisórios.

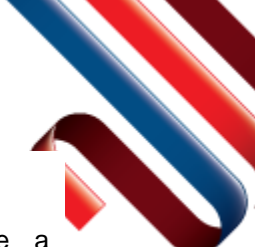
5. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

Como estratégia de diagnóstico da realidade existente para ações futuras, semestralmente, é aplicado um questionário junto aos discentes, docentes e pessoal técnico administrativo, coordenado pela CPA (Comissão Própria de Avaliação). O processo de avaliação é on-line, o que permite agilidade na geração e análise dos resultados, bem como a revisão e publicação dos relatórios finais. Essa formatação também é responsável pela transparência e seriedade que envolve todo o processo. Esse procedimento tem contribuído com a configuração do modelo de avaliação dos cursos, levando em conta as percepções, preocupações, construções e valores dos interessados. Por sua vez, o Núcleo Docente Estruturante (NDE) é o órgão consultivo responsável pela concepção, consolidação e contínua atualização do projeto pedagógico do curso e tem, por finalidade, a implantação do mesmo. O NDE é constituído pelo coordenador e quatro docentes do curso.

6. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

O processo de avaliação é a dimensão de maior complexidade do fazer pedagógico institucional. Corresponde à atividade que estabelece o diagnóstico da qualidade dos projetos dos cursos. Indica os pontos de segurança e fragilidade em relação à aprendizagem que se desdobra na construção do conhecimento, o que permite estabelecer estratégias para a continuidade da proposta acadêmica de cada curso, reforçando os conteúdos que estão em construção favorável à significação do conhecimento e retomando, com estratégias alternativas, as dimensões de conteúdos que se apresentam frágeis.

O binômio avaliação e conhecimento está intrincado na condução do Projeto Pedagógico da UNIJORGE. Essa relação, ao contrário de estabelecer uma relação passiva entre os sujeitos, remete a uma dinâmica crítica de responsabilidade institucional e, também, de compromisso individual, entrelaçando toda a comunidade acadêmica. Os estudantes da UNIJORGE, independentemente da sua modalidade de ensino, são compreendidos como sujeitos que constroem o seu conhecimento mediado por instrumentos e símbolos que participam,



transformam e dinamizam o seu processo de aprendizagem.

Partindo dessa compreensão, a abordagem pedagógica da UNIJORGE reconhece a necessidade de promoção da contínua e progressiva autonomia do sujeito cognoscente que subsidia e define a ação educacional, bem como implementa as respectivas práticas previstas nos conteúdos curriculares.

No contexto da **Teoria da Aprendizagem Significativa** a concepção de avaliação assume o desafio de romper com o modelo tradicional de ensino, historicamente cristalizado na sala de aula presencial, que se restringe a momentos avaliativos específicos para realização de provas e exercícios, para assumir uma postura de compreensão das potencialidades dessa modalidade de ensino, com seus recursos tecnológicos e possibilidades de implementação de diferentes estratégias avaliativas.

Assim, a concepção de avaliação para a UNIJORGE está pautada em dimensões quantitativas e qualitativas, redirecionando o seu foco para um contexto diagnóstico, somativo e formativo que tem como objetivo estabelecer um processo contínuo e dinâmico, não se restringindo a momentos estanques como provas e exercícios, sendo seu alvo maior a aprendizagem e a formação acadêmica, profissional e social dos estudantes.


A avaliação deixa de ser um momento final do processo de ensino-aprendizagem para transformar-se numa busca incessante de compreensão das dificuldades do estudante e numa dinamização de novas oportunidades de reconstrução coletiva do conhecimento do professor e discente. É parte integrante da metodologia a aplicação correta dos modelos de avaliação, respeitando-se o momento de cada estudante e seu contexto.

Os instrumentos de avaliação da aprendizagem utilizados pelos cursos da UNIJORGE são diversificados e caracterizados pela necessidade de transformar formas convencionais e criar instrumentos eficazes para atender à concepção pedagógica vigente nos cursos.

Dessa forma, a concepção de avaliação de aprendizagem na UNIJORGE é considerada como um processo contínuo e processual que se inicia quando o estudante ainda é calouro e conclui-se com a colação de seu grau. Para atingir essa finalidade deverão ser privilegiadas as estratégias que estimulem o autodesenvolvimento dos estudantes, bem como a promoção da interação entre as partes envolvidas no processo ensino-aprendizagem, de maneira a possibilitar a construção colaborativa do conhecimento.

A perspectiva da UNIJORGE é de que o processo de formação garanta o desenvolvimento de competências profissionais. Portanto, a avaliação destina-se à análise da aprendizagem do discente de modo a favorecer seu percurso, regular as ações de sua formação e certificar sua formação profissional.

Enfim, todo o esforço de aprendizagem que a UNIJORGE realiza é focado na busca de



referenciais que subsidiem e dinamizem a construção de novas visões no universo da avaliação: relações que envolvem o processo de ensinar-aprender-avaliar, ou seja, a aprendizagem significativa com base em problemas que aliam teoria e prática.

7. INSTALAÇÕES FÍSICAS

Os alunos do curso contam laboratórios de informática com equipamentos que possuem softwares correspondentes às necessidades dos alunos nas diferentes disciplinas, além de acesso à internet.

Os laboratórios de informática possuem monitores a disposição dos alunos e a manutenção preventiva é feita na própria instituição pelo setor responsável, onde os alunos dispõem de login e senha para acesso aos programas instalados e à internet, recebidos no ato da matrícula.

Além disso, contam com biblioteca virtual com acervo atualizado e que atende as disciplinas do curso de forma efetiva, onde o aluno acessa pelo site da instituição e pelo seu portal, atenta as necessidades do mercado e conta também com biblioteca física com equipamentos de alta tecnologia, suporte para portadores de necessidades especiais e orientação de profissionais e monitores
