FACHA

PROJETO PEDAGÓGICO

DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM

MARKETING

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 6
2. PERFIL INSTITUCIONAL 8
2.1. BASES FILOSÓFICAS 8
2.2. MISSÃO INSTITUCIONAL DA FACHA 10
2.3. VISÃO DE FUTURO PARA A FACHA 10
2.4. VALORES INSTITUCIONAIS DA FACHA 10
2.5. FINALIDADES DA FACHA 10
3. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICO DO CURSO 12
3.1. POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO 12
3.2. PERFIL DO CURSO 17
3.3. OBJETIVOS DO CURSO 21
3.4. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO 23
3.5. ESTRUTURA CURRICULAR 24
3.5.1. INTERDISCIPLINARIDADE 25
3.5.2. INTEGRAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA 26
3.5.3. EIXO DE FORMAÇÃO FUNDAMENTAL 26
3.5.4. EIXO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL 27
3.5.5. EIXO DE FORMAÇÃO PRÁTICA E APLICADA 27
3.6. MATRIZ CURRICULAR 28
3.6.1. CONTEÚDOS CURRICULARES 30
3.6.2. ATENDIMENTO ÀS DCNS PARA EDUCAÇÃO DAS RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E PARA O ENSINO DE HISTÓRIA E CULTURA AFRO-BRASILEIRA E INDÍGENA 30
3.6.3. ATENDIMENTO ÀS POLÍTICAS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL – LEI 9.795, DE 27 DE ABRIL DE 1999 E DECRETO Nº 4.281, DE 25 DE JUNHO DE 2002 31
3.6.4. ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO 31
3.6.5. ATIVIDADES COMPLEMENTARES 31
3.6.6. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC 32
3.7. PLANOS DE ENSINO 33
3.8. METODOLOGIA 33
3.9. APOIO AO DISCENTE 34

3.9.1. NÚCLEO DE ATENDIMENTO PSICOPEDAGÓGICO 35
3.9.2. NÚCLEO DE ESTÁGIOS 36
3.9.3. MONITORIA 37
3.9.4. OUVIDORIA 38
3.9.5. NÚCLEO DE INTERCÂMBIO 38
3.9.6. NÚCLEO DE ENSINO A DISTÂNCIA (NEAD) 40
3.9.6.1. ATIVIDADES DE TUTORIA 41
3.9.6.2. CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES NECESSÁRIAS ÀS ATIVIDADES DE TUTORIA 42
3.9.6.3. AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM (AVA) 44
3.9.6.4. INTERAÇÃO ENTRE TUTORES, DOCENTES E COORDENADORES DE CURSO 46
3.9.6.5. MATERIAL DIDÁTICO 46
3.9.6.6. PROCESSO DE CONTROLE DE PRODUÇÃO OU DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO (LOGÍSTICA) 47
3.10. TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM 48
3.11. PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO E DE AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM 49
3.12. NÚMERO DE VAGAS 51
3.13. FORMAS DE ACESSO AO CURSO 55
3.14. GESTÃO DO CURSO E OS PROCESSOS DE AVALIAÇÃO INTERNA E EXTERNA 56
4. CORPO DOCENTE E TUTORIAL 58
4.1. NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE – NDE 58
4.2. EQUIPE MULTIDISCIPLINAR 59
4.3. ATUAÇÃO DO COORDENADOR 62
4.4. REGIME DE TRABALHO DO COORDENADOR DE CURSO 63
4.5. CORPO DOCENTE: TITULAÇÃO E REGIME DE TRABALHO 64
4.6. POLÍTICAS DE QUALIFICAÇÃO 64
4.7. PLANO DE CARREIRA DOCENTE 66
4.8. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO E ADMISSÃO 66
4.9. EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA SUPERIOR DO CORPO DOCENTE 67
4.10. EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA 67

4.11. EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA TUTORIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA....68
4.12. ATUAÇÃO DO COLEGIADO DE CURSO....68
4.13. TITULAÇÃO, FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA DO CORPO DE TUTORES EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA 69
4.14. PRODUÇÃO CIENTÍFICA, CULTURAL, ARTÍSTICA OU TECNOLÓGICA....70
5. INFRAESTRUTURA....72
5.1. ESPAÇO DE TRABALHO PARA DOCENTES EM TEMPO INTEGRAL....72
5.2. ESPAÇO DE TRABALHO PARA O COORDENADOR....73
5.3. SALA COLETIVA DE PROFESSORES....73
5.4. SALAS DE AULA....74
5.5. ACESSO DOS ALUNOS A EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA....75
5.6. ACESSIBILIDADE A INSTALAÇÕES E SERVIÇOS....76
5.7. BIBLIOTECA....76
5.7.1. BASE DE DADOS RT ONLINE – FONTE DE PESQUISA JURÍDICA DIGITAL NACIONAL....77
5.7.2. BIBLIOTECA VIRTUAL....78
5.7.3. BIBLIOTECA SARAIVA DIGITAL....78
5.7.4. ESPAÇO FÍSICO PARA ESTUDOS....78
5.7.5. SERVIÇOS OFERECIDOS....79
5.7.5.1. EMPRÉSTIMOS....79
5.7.5.2. CONSULTA LOCAL....79
5.7.5.3. RENOVAÇÃO DE EMPRÉSTIMO....79
5.7.5.4. RESERVA DE PUBLICAÇÕES....80
5.7.5.5. LEVANTAMENTOS E PESQUISAS BIBLIOGRÁFICAS....80
5.7.5.6. AVISO AUTOMÁTICO VIA E-MAIL....80
5.7.5.7. ORIENTAÇÃO EM NORMALIZAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS....80
5.7.5.8. ELABORAÇÃO DE FICHA CATALOGRÁFICA....80
5.7.5.9. VISITA ORIENTADA À BIBLIOTECA....80
5.7.5.10. SERVIÇO DE REFERÊNCIA....81
5.7.5.11. ORIENTAÇÃO PARA TRABALHOS ACADÊMICOS....81
5.7.5.12. DISPONIBILIZAÇÃO NO SITE DA BIBLIOTECA DE MATERIAL DIDÁTICO DOS PROFESSORES....81
5.7.5.13. COMUT ON-LINE....81
5.7.5.14. EMPRÉSTIMO ENTRE BIBLIOTECAS....81

5.7.5.15. ACESSO À INTERNET E WI-FI 81
5.7.5.16. SALA DE VÍDEO/DVD/MULTIMÍDA 81
5.7.5.17. SALA DE ESTUDO 82
5.7.5.18. CONVÊNIOS COM INSTITUIÇÕES/BIBLIOTECAS/COMPARTILHAMENTO DE BIBLIOTECAS 82
5.7.5.19. CANAIS DIGITAIS DE INFORMAÇÕES 82
5.7.5.20. PROCESSAMENTO TÉCNICO 82
5.7.5.21. ACESSO AO ACERVO 82
5.7.5.22. INFORMATIZAÇÃO 82
5.7.5.23. PLANO DE ATUALIZAÇÃO DO ACERVO 85
5.7.5.24. BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR POR UNIDADE CURRICULAR (UC) 85
5.8. LABORATÓRIOS DIDÁTICOS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA 85
ANEXO I - REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES 86

FACHA
Pra onde sua criatividade vai

DIREÇÃO DA FACHA

Direção Geral

Professora Marcia Regina Alonso Pfisterer

Direção Acadêmica

Professor Eduardo Halpern

Coordenador da Pós-Graduação

Professor Bruno Mello

Secretária Geral

Alessandra Canha

Bibliotecária Geral

Ilma Couto Correa

CURSO TECNOLÓGICO DE MARKETING

Coordenação

Professor Alexandre Cesar Motta de Castro

1. INTRODUÇÃO

A FACHA ao longo de mais de quatro décadas honra seus compromissos e princípios. Consolidou-se como instituição acadêmica das áreas específicas de Comunicação Social. Em 2007 iniciou seus estudos e pesquisas na área de Direito em busca do fortalecimento do ensino, da cultura e dos direitos humanos. Em 2014, implantou o curso Tecnológico em Gestão Desportiva e de Lazer e em 2015, obteve a autorização para o oferecimento dos cursos de Administração e de Cinema e Audiovisual e dos cursos Tecnológicos em Gestão de Recursos Humanos, Comércio Exterior e Marketing.

Este Projeto Pedagógico foi concebido por meio da construção coletiva da coordenação do curso e dos membros do NDE, além de contar com o auxílio dos demais professores e, sempre que for necessário, será também aperfeiçoado com a participação do corpo discente.

O Projeto encerra a visão do fundador da FACHA, Professor Hélio Alonso, cuja crença na democracia e na educação como meio de sua efetivação, contribuiu e contribui para o empoderamento das pessoas e para a criação de um espaço privilegiado de discussão acadêmica, a FACHA. Esta visão é compartilhada por aqueles que se juntaram ao Professor Hélio Alonso nestes mais de 40 anos de dedicação ao Ensino Superior, formando o Corpo Docente e o Corpo Administrativo da FACHA. Estes profissionais prezam o espaço de liberdade acadêmica, pautado pela ética e responsabilidade.

Inúmeras reuniões foram conduzidas ao longo de 2015 com o objetivo de discutir as bases pedagógicas essenciais deste Projeto, com especial destaque para a adequação do perfil do egresso a ser formado aos desafios atuais e futuros do mercado de trabalho no Brasil e no mundo.

Consolidou-se assim uma visão coesa de como este Projeto deveria ser concebido e de quais deveriam ser os seus alicerces fundamentais, quais sejam:

- Formar um profissional com as **competências e habilidades** exigidas pelo moderno mundo do trabalho.
- Desenvolver neste profissional a **capacidade de tomar decisões e resolver problemas** com base em uma sólida visão sistêmica do todo organizacional e do **contexto no qual**

está inserido, especialmente com foco na estratégia de negócios e em **ações mercadológicas**.

- Estabelecer mecanismos efetivos de **formação interdisciplinar** que levem o profissional a integrar e mobilizar de modo efetivo os conhecimentos em suas diversas áreas.

O Projeto Pedagógico do Curso Tecnológico em Marketing da FACHA está estruturado de tal forma a servir como um **guia realmente norteador das práticas pedagógicas** a serem adotadas por docentes, discentes e coordenação, assim como para **orientar as ações de natureza operacional e administrativa** que apoiam a implementação efetiva do curso, demonstrando assim um adequado equilíbrio e balanceamento dos processos de gestão e dos resultados que se pretende alcançar, contribuindo para a sustentabilidade do curso e da própria instituição e cumprindo junto à sociedade o seu papel de ajudar a transformá-la com base nos valores mais essenciais da educação, do respeito e da cidadania.

A oferta do curso de Marketing se dá em respeito a um determinado contexto educacional. A cidade do Rio de Janeiro é uma metrópole cercada de contradições, pois embora tenha vivenciado ao longo do tempo e mais recentemente uma explosão de investimentos públicos e privados, ainda conta com acentuada disparidade de condições entre ricos e pobres. Assim, **uma Instituição de Ensino Superior comprometida com a política de transformação da realidade social, como é o caso da FACHA**, não pode se furtar a trabalhar para integrar o ensino acadêmico às atividades de extensão, visando beneficiar as comunidades próximas.

A renovação permanente de conteúdos de ensino e a modelagem de novos produtos educacionais e de serviços mantêm estreita sintonia com a realidade socioeconômica e cultural do Rio de Janeiro, o que torna a FACHA uma instituição por excelência integrada à sociedade e à economia da cidade e do Estado.

Diante dos cenários traçados, **o curso de Marketing objetiva propiciar ao aluno o desenvolvimento de competências que consolidem a capacidade crítica e reflexiva para a formação de um profissional com visão estratégica de negócios**, com condições de compreender a complexidade e as contradições que delineiam a dinâmica das

organizações, dos mercados e da sociedade, valorizando a inovação e o desenvolvimento sustentável.

A concepção do curso de Marketing da FACHA parte da premissa de que a diversificação e globalização intensa dos mercados e a sofisticação crescente da economia brasileira, do estado e da cidade do Rio de Janeiro, exigem a **formação de um profissional com ampla capacidade de intervenção sobre esta realidade, com viés transformador e com foco na inovação** geradora de valor para a solução dos problemas da sociedade.

2. PERFIL INSTITUCIONAL

2.1. Bases filosóficas

A criação da FACHA no início da década de 70 visou atender à demanda social por formação acadêmica de nível superior em áreas que recebiam pouca atenção do Governo, como foi o caso dos cursos de Comunicação Social.

Desde seu início, a Instituição marcou um posicionamento bastante singular nesse panorama educacional. Jamais abrindo mão de objetivos verdadeiramente acadêmicos, a FACHA não se atrelou à conformação imediatamente ditada por parâmetros característicos do pragmatismo de mercado. Ao contrário, a preocupação foi sempre a de inovar, **formando profissionais críticos, capazes de interferir de forma transformadora neste mesmo mercado**.

Neste sentido, a FACHA vem se destacando, entre outras qualidades, por garantir um **ambiente acadêmico de reflexão, debate e integração entre os alunos de seus vários cursos**. Ambiente pautado pela ética e respeito às diferenças. A partir deste ambiente, os alunos se tornam atores de questionamento da ordem social excludente e reivindicadores propositivos de transformações sociais. Não é à toa que o Diretório Acadêmico que congrega todos os alunos dos cursos da FACHA leva o nome de Vladimir Herzog e um dos laboratórios de informática foi batizado com o nome de Tim Lopes. O Núcleo de Prática Jurídica, após votação entre os alunos, foi batizado com o nome do Advogado Luis Gonzaga Pinto da Gama.

O Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) deixa patente o compromisso da FACHA com o discurso e a solução dos problemas da sociedade brasileira, buscando

compreender as contradições do mundo atual, mundo em que o sistema denominado "nova ordem mundial" promove a miséria na mesma proporção do progresso. **O compromisso da FACHA é com o desenvolvimento científico e tecnológico que promova o bem-estar da sociedade, privilegiando o modo de vida, a sociabilidade, a espontaneidade, a solidariedade e a cooperação**.

É neste contexto que se tornou **caminho natural integrar aos cursos existentes na FACHA diferentes formações na área de negócios**, ampliando as possibilidades de pesquisa, discussão e mesmo intervenção por meio de atividades de extensão.

Os currículos da FACHA definem prioritariamente o elenco de disciplinas que garantem a **formação intelectual (filosófica e científica) do corpo estudantil para, a partir daí, introduzirem os estudos de caráter mais profissionalizante**, sempre, porém, mantendo, em suas atividades, a preocupação fundamentalmente crítica e transformadora.

O PDI também registra o esforço contínuo da FACHA em não ceder à pressão que vem transformando as universidades em espaços de treinamento, produtividade, de maximização da competitividade e da simulação. As Faculdades Integradas Hélio Alonso seguem sua tradição assumindo toda transformação que julgar necessária de acordo com os princípios filosóficos estabelecidos no planejamento para o desenvolvimento da Instituição.

A história da FACHA foi e está sendo, portanto, a própria história do desenvolvimento e da confirmação destes princípios, que devem corresponder à natureza e a razão de ser da própria instituição universitária.

Neste sentido, cumprindo uma das metas do então PDI, **iniciou-se a primeira turma do Curso Superior de Tecnologia em Marketing em fevereiro de 2016**, que veio somar aos cursos de graduação em Comunicação Social com suas Habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Radialismo, ao curso de Turismo e também aos então recém autorizados cursos Tecnólogos em Gestão Desportiva e de Lazer, Gestão de Recursos Humanos e ao curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual, ampliando, desta forma, os campos de pesquisa e discussão teórica e a atuação prática das atividades de extensão.

2.2. Missão Institucional da FACHA

Formar profissionais aptos a atuar no mercado de trabalho, lidando com os desafios atuais e do futuro, comprometidos com a democracia e o desenvolvimento sustentável da sociedade por meio de ensino de qualidade, estímulo à pesquisa e promoção de atividades de extensão relevantes para a comunidade.

2.3. Visão de futuro para a FACHA

Ser referência nas áreas em que atua, tornando-se um importante centro de desenvolvimento humano, científico, profissional e cultural, contribuindo de forma constante para a sociedade.

2.4. Valores Institucionais da FACHA

Respeitar às diferenças com estímulo ao pensamento crítico e ao relacionamento multicultural; conviver de forma democrática no ambiente universitário; incentivar a inovação e a criatividade; adotar práticas solidárias visando à inclusão social; buscar permanente interação com a comunidade, por meio de atividades extensionistas e de pesquisa e também tornar transparentes os atos administrativos e de gestão acadêmica.

2.5. Finalidades da FACHA

O Plano de Desenvolvimento Institucional das Faculdades Integradas Hélio Alonso retrata o espírito democrático, empreendedor e responsável de seu fundador Prof. Hélio Alonso, bem como daqueles que o vem acompanhando ao longo das últimas quatro décadas de dedicação ao Ensino Superior e de consolidação deste espaço acadêmico, livre, porém socialmente compromissado que é a FACHA.

O curso de Marketing foi concebido de acordo com os mesmos valores que pautam o Planejamento Institucional da FACHA e que vão condicionar as finalidades institucionais, dentre as quais destacam-se:

- Entender que o conjunto formado por ensino, pesquisa e extensão constituem a tríade que permite a procura do saber.
- Desenvolver, entre os alunos, o exercício do espírito crítico-científico da realidade, na busca de produção de novos conhecimentos.
- Institucionalizar a pesquisa como forma de investigar cientificamente a realidade, desenvolvendo metodologias adequadas à produção do conhecimento.
- Desenvolver uma política permanente de capacitação e aprimoramento do corpo docente e técnico-administrativo.
- Promover, sempre que necessária, uma revisão da grade curricular, no sentido de confirmar ou estabelecer mudanças para uma adaptação às diretrizes curriculares do projeto pedagógico.
- Promover a interdisciplinaridade, viabilizando a circulação dos estudantes pelas áreas conexas.
- Criar núcleos interdisciplinares e transdisciplinares, definindo-os tematicamente, para a consolidação da pesquisa, da estrutura curricular de graduação e de seus possíveis desdobramentos.
- Garantir a continuidade acadêmica dos graduandos, incentivando-os à pesquisa e à pós-graduação.
- Proporcionar aos estudantes o contato com o exercício profissional através da realização de seminários de práticas profissionais como parte integrante do currículo obrigatório.
- Formar profissionais para atuar diretamente no processo de geração de ideias, como profissional consciente e crítico de seu papel no âmago de diferentes percepções oferecidas em sua área.
- Promover a formação humanista do cidadão, com capacidade crítica perante o Estado, a sociedade e o mercado.
- Fortalecer a aproximação da Faculdade com a sociedade, uma vez que o produto de seus cursos a ela deve servir, prioritariamente.
- Combinar o máximo de excelência acadêmica com o máximo de compromisso social no próprio escopo da política pedagógica.

- Promover e preservar a cultura como forma de fazer emergir a identidade regional em seus valores étnicos, artísticos, sociais e econômicos, através das múltiplas manifestações e criações da comunidade.
- Garantir a incorporação dos avanços tecnológicos.
- Promover as mudanças necessárias indicadas pela Comissão Própria de Avaliação para fortalecer a excelência no ensino.

3. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICO DO CURSO

3.1. Políticas institucionais no âmbito do curso

O Plano de Desenvolvimento Institucional da FACHA prevê uma série de políticas que contemplam todos os cursos. Dentre estas propostas, temos as atividades de monitoria e iniciação científica. Ambas são realizadas a partir da publicação de editais convocando os docentes a apresentarem projetos de ensino (monitoria) ou de pesquisa.

Após a seleção dos projetos dos docentes pelo **Núcleo de Iniciação Científica**, e pela Coordenação do Curso, no caso da monitoria, os alunos se candidatam às bolsas apresentando projetos vinculados aos dos docentes selecionados.

A estrutura curricular articula-se com os princípios, finalidades e diretrizes contidas no PPI e nos objetivos institucionais, por intermédio de **estruturas mais flexíveis das atividades complementares**, promovidas ao longo do curso, da iniciação científica, da monitoria e dos projetos de extensão.

Cabe aqui ressaltar a construção, a preservação e a manutenção do Centro de Produção e Pesquisa – CPP e demais laboratórios específicos da IES que têm contribuído e muito para o pleno e harmonioso desenvolvimento teórico-prático de seu projeto político-pedagógico.

A oferta de cursos de **Pós-Graduação lato sensu**, em harmonia com os cursos de graduação existentes, promove o aprimoramento curricular, onde os professores têm expressiva e simultânea participação, permitindo aos egressos a formação continuada e a manutenção de seus vínculos com a instituição. A FACHA vem trabalhando para oferecer cursos em várias áreas do conhecimento, mantendo uma posição de vanguarda e excelência em ensino superior e contribuindo para qualificar profissionais da economia

criativa – uma área cuja importância no Brasil cresce à medida que o país passa a ter mais visibilidade no mundo, tornando-se um dos atores relevantes do cenário internacional, do que resulta mais interesse por nossas atividades culturais, oportunidade de sediar eventos e megaeventos de grande porte, entre outras iniciativas.

Recentemente foram atualizadas as matrizes curriculares dos cursos, os conteúdos programáticos das disciplinas comuns, reforçada a **política de Responsabilidade Social**, capacitação profissional do corpo Técnico-Administrativo e modernização das áreas administrativas, além da consolidação dos serviços de **Ouvidoria** e do **Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP)**.

Visando o estímulo à reflexão crítica e à complementação da formação acadêmica do discente, bem como o aprofundamento e constante pesquisa do aluno, a FACHA mantém em seus cursos revistas e blogs acadêmicos, onde são disponibilizados artigos, publicações, entrevistas, etc., com temas referentes ao curso. No planejamento de ações para o curso de Marketing está previsto o **lançamento de uma revista ou e-books de acordo com os principais eixos temáticos do curso** e linhas de pesquisa desenvolvidas pelo corpo docente.

Outra política institucional é o **Projeto Egressos**, que estimula a formação de redes de relacionamento entre os egressos, a fim de proporcionar a troca de experiências, a identificação de oportunidades no mercado de trabalho e o levantamento de informações sobre a carreira profissional do egresso. Uma de suas ações se constitui no evento "Experiência FACHA" que convida egressos para compartilharem sua experiência profissional com os alunos de todos os cursos da IES.

Com essa ação, a FACHA objetiva estimular a formação de redes de relacionamento entre os egressos, a fim de proporcionar a troca de experiências e a identificação de oportunidades no mercado de trabalho, levantar informações sobre a carreira profissional do egresso, o que pode ser um indicador da qualidade de ensino da Instituição e integrar o egresso à comunidade acadêmica através da participação em eventos promovidos pela IES, mantendo, assim, o vínculo institucional dos egressos com a comunidade docente e discente.

O **Projeto Egressos** visa o fortalecimento do relacionamento entre a FACHA e seus ex-alunos, permitindo que, a partir das novas tecnologias da informação, seja estabelecido um canal de comunicação com os egressos e se conheça a situação profissional deles, aproximando, assim, a academia da realidade de mercado no qual eles estão inseridos.

Já a **Iniciação Científica** é realizada através de grupos de pesquisa e laboratórios, a partir dos campos de interesse de professores e alunos, e de acordo com as linhas de pesquisa definidas no Projeto Pedagógico dos diferentes cursos da FACHA.

A importância da iniciação científica desde os primeiros períodos de graduação é fundamental não só pelo aprendizado que tem início na sala de aula, mas especialmente pelo desenvolvimento da prática da investigação como elemento indispensável para a formação do aluno, oferecendo a ele informações que permitam a dialética teoria/prática.

Em relação ao corpo discente, esta prática busca, a partir do envolvimento nos projetos de pesquisa, estimular a investigação da realidade, proporcionar a aprendizagem de técnicas e métodos de pesquisa em diferentes áreas, fomentar o desenvolvimento de trabalhos autônomos, proporcionar a continuidade e o aprofundamento da formação curricular e estimular o encontro com diferentes áreas do saber.

Consideramos que para haver aprendizado é fundamental a participação efetiva da construção do objeto de conhecimento científico. A pesquisa em si baseia-se num processo de reflexão, na articulação de ideias e fatos, portadores de razões que comprovem aquilo que se quer demonstrar, e estas, por sua vez, fundamentam-se nas conclusões dos raciocínios dos processos de levantamento e caracterização dos fatos.

O programa de **Pesquisa e Iniciação Científica** apresenta-se como condição singular no processo de construção do conhecimento. Desta forma, visando à formação de profissionais de todos os cursos oferecidos pela FACHA, que problematizem seu espaço de atuação profissional, reflitam sobre suas práticas e estejam atentos à realidade social, mantemos linhas de pesquisa que contemplam os referenciais teóricos e práticos destas diferentes áreas.

Em relação ao corpo discente, esta prática busca:

- Estimular a investigação da realidade, possibilitando uma forma crítica de se olhar o mundo.
- Proporcionar a aprendizagem de técnicas e métodos de pesquisa em diferentes áreas.
- Fomentar o desenvolvimento de trabalhos autônomos.
- Proporcionar a continuidade e aprofundamento da formação curricular.
- Estimular o encontro com diferentes áreas do saber, a partir do envolvimento nos projetos de pesquisa.

Em relação ao corpo docente:

- Fomentar uma maior interação entre o corpo docente e o discente.
- Investir na continuidade de sua formação acadêmica e científica.
- Criar condições para a construção de projetos que possuam originalidade, relevância acadêmica e social, e qualidade técnica, a partir de um grupo de pesquisa e de funcionários Auxiliares, que ofereçam suporte às etapas do mesmo.
- Estimular o aumento da produção científica.

A prática de **Iniciação Científica** está relacionada de forma direta com o compromisso social, buscando o desenvolvimento tanto das atividades diretamente ligadas à investigação – problematização, levantamento de dados, conceituação, interpretação e conclusão – quanto em oferecer retorno à comunidade sobre as pesquisas em andamento, através de sua divulgação em diferentes veículos, tais como o site oficial da Instituição, eventos, programas em canais universitários, publicações em periódicos e livros e projetos de extensão.

De acordo com esta perspectiva, as atividades de pesquisa e **Iniciação Científica** são pensadas como um canal potencializador de saberes e atitudes reflexivas do conhecimento e das práticas profissionais, de forma a contribuir para a formação continuada e inserção dos egressos no mercado de trabalho e atividades acadêmicas.

Já as atividades de **Extensão** objetivam flexibilizar o currículo pleno, proporcionando ao aluno o contato com temas emergentes, em decorrência de fenômenos sociais, de novos estudos e reflexões produzidas na esfera da gestão de negócios, bem como aproximar/ampliar a convivência do aluno com temáticas/espaços de debate.

O debate nos meios acadêmicos quanto à distância entre a Faculdade e a comunidade – ainda não superada, mas minimizada – levou a FACHA a pensar na implementação da relação recíproca entre IES/aluno e a comunidade em que está inserido.

Em 1989, a FACHA inovou no seu relacionamento institucional com um dos seus públicos estratégicos – a comunidade, ao criar o **Núcleo de Educação e Comunicação Comunitária (NECC)**. O NECC desenvolveu atividades de extensão com as comunidades de baixa renda no Rio de Janeiro, uma das formas encontradas para aproximar estudantes universitários e moradores de comunidades interessados em desenvolver diversos projetos, principalmente na área de comunicação. No entanto, a extensão das ações do NECC foi além da proposta de promover a aproximação entre a universidade e a comunidade, alcançando também metas de disseminação do conhecimento e valorização da cidadania.

Com o objetivo de oferecer serviços especializados às comunidades carentes, relacionando-se em nível de permanente reciprocidade sociocultural, a FACHA foi a primeira faculdade a implantar a **TV Comunitária no Brasil – TV FACHA Comunitária**, funcionando nos bairros e favelas do município do Rio de Janeiro.

O objetivo maior do NECC foi preencher uma lacuna existente entre a universidade e a sociedade, capacitando grupos populares para uma leitura crítica dos meios de comunicação. A formação de grupos de comunicação nas comunidades ajudou a desmistificar o processo de comunicação, seus equipamentos e, também, a instituição acadêmica. Para os estudantes, o intercâmbio entre universidade e comunidade aproxima-os do mundo real, além dos muros da universidade, promovendo um espaço para experimentação e pesquisa, onde todos, com certeza, saem ganhando.

Os estudantes que passaram pelo NECC desenvolveram o raciocínio crítico, o espírito reflexivo e a capacidade criadora, atributos que os caracterizam como verdadeiros pesquisadores e produtores na área da comunicação social e humana, tendo participado de projetos tais como:

- Revista Comunicação & Comunidade

- Oficina Informática: Oficina Fotografia
- Oficina Filmagem e Edição
- Oficina Radialismo
- Oficina Jornal Comunitário
- Livro Falado
- Espaço FACHA Comunitário
- Versão do Passado
- Turismo popular

Alguns moradores das comunidades onde a FACHA atuou ou ainda atua, sobretudo os mais jovens, empolgados com as novas perspectivas abertas, tornaram-se estudantes universitários bolsistas integrais, passando a transitar no mundo acadêmico (as bolsas cedidas superam a meta estabelecia pelo título de filantropia para instituições de educação). Essa experiência de cessão de bolsas a moradores de comunidades carentes permitiu a abertura a parcerias com projetos de pré-vestibulares comunitários, como EDUCAFRO, NUPPEC, PVNC, Banco Carioca de Bolsas, entre outros.

Toda essa filosofia de trabalho de mais de quatro décadas dedicadas à educação e à cultura posiciona a FACHA entre as instituições de ensino mais conceituadas do Rio de Janeiro. E esse viés comunitário, parte do DNA da instituição, mantém-se firme, agora com uma atuação mais ampla com a implementação do **Núcleo do Responsabilidade Socioambiental (NRSA)**. Assim, a FACHA confirma seus princípios institucionais e mostra-se engajada em manter uma comunicação com os diversos atores sociais, agregando o meio ambiente de forma a compor um trabalho responsável e sustentável.

3.2. Perfil do Curso

A FACHA está situada na cidade do Rio de Janeiro, capital do Estado. O Rio de Janeiro obteve ao longo dos anos um aumento populacional extraordinário e, atualmente, é o terceiro estado mais populoso do Brasil. Seus mais de 15,9 milhões de habitantes estão distribuídos em 92 municípios.

A cidade do Rio de Janeiro, capital estadual, é a mais populosa, com 6.320.446 habitantes. É a segunda maior metrópole do Brasil, situada no Sudeste do país. Cidade

brasileira mais conhecida no exterior, maior rota do turismo internacional no Brasil e principal destino turístico na América Latina e em todo Hemisfério Sul, a capital fluminense funciona como um "espelho", ou "retrato" nacional.

É um dos principais centros econômicos, culturais e financeiros do país, sendo internacionalmente conhecido por diversos ícones culturais e paisagísticos, como o Pão de Açúcar, o Morro do Corcovado com a estátua do Cristo Redentor, as praias dos bairros de Copacabana, Ipanema e Barra da Tijuca (entre outros), o Estádio do Maracanã, o Estádio Olímpico João Havelange, as florestas da Tijuca e da Pedra Branca, a Quinta da Boa Vista, a ilha de Paquetá, o Réveillon de Copacabana e o Carnaval.

O Rio de Janeiro é uma cidade de fortes contrastes econômicos e sociais, apresentando grandes disparidades entre ricos e pobres. Enquanto muitos bairros ostentam um Índice de Desenvolvimento Humano correspondente ao de países nórdicos (Gávea: 0,970; Leblon: 0,967; Jardim Guanabara: 0,963; Ipanema: 0,962; Barra da Tijuca: 0,959), em outros, observam-se níveis bem inferiores à média municipal, como é ocaso do Complexo do Alemão (0,711) ou da Rocinha (0,732).

Um aspecto original das favelas do Rio de Janeiro é a proximidade aos distritos mais valorizados da cidade, simbolizando a forte desigualdade social, característica do Brasil. Alguns bairros de luxo, como São Conrado, onde se localiza a favela da Rocinha, encontram-se "espremidos" entre a praia e os morros. Nas favelas, ensino público e sistemas de saúde deficitários ou inexistentes, aliados à saturação do sistema prisional, contribuem com a intensificação da injustiça social e da pobreza.

A taxa de alfabetização é a terceira maior do país (96%), atrás somente do Amapá (97,2%) e do Distrito Federal (96,6%). O Rio de Janeiro apresenta a segunda melhor média de escolaridade do Brasil – 45,6% de sua população têm oito anos ou mais de estudos.

A cidade do Rio representa o segundo maior PIB do país (estimado em cerca de 140 bilhões de reais (IBGE/2007), e é sede de duas das maiores empresas brasileiras – a Petrobras e a Vale, e das principais companhias de petróleo e telefonia do Brasil, além do maior conglomerado de empresas de mídia e comunicações da América Latina, as Organizações Globo. Contemplado por grande número de universidades e institutos, é o

segundo maior polo de pesquisa e desenvolvimento do Brasil, responsável por 17% da produção científica nacional – segundo dados de 2005.

O Rio de Janeiro tem uma concentração considerável de empresas e organizações, sendo estas atuantes em segmentos de mercado diversos tais como energia, shopping center, varejo, mercado financeiro, educação, bebidas, telefonia, hotelaria, seguros, farmacêutico, tecnologia, podendo ser de pequeno, médio e grande porte, concentradas, cada vez mais no setor de serviços, seguidas pelo segmento de comércio e indústria. E, ainda, vale ressaltar que, aproximadamente, metade dos colaboradores de grandes empresas, aqui localizadas, permanecem lá devido às oportunidades de crescimento e qualidade de vida.

Paralelo a isso, não podemos deixar de mencionar as mudanças no perfil das organizações e do trabalhador. Ambos vêm experimentando as mudanças atreladas às novas concepções do trabalho e das relações sociais. Com a globalização fazendo surgir mercados cada vez mais dinâmicos, procura-se um **profissional motivado, com pensamento estratégico, que tenha uma visão holística empresarial e que saiba trabalhar em equipe exercendo liderança, mantendo-se atualizado nas novas técnicas de gestão**.

Assim, o curso de Marketing da FACHA representa a concretização do objetivo de contribuir para o crescimento político-econômico e social das diferentes regiões do Estado do Rio de Janeiro e da cidade do Rio de Janeiro em especial, pretendendo **formar profissionais altamente qualificados para exercer todas as atividades de cunho mercadológico tão necessárias para as empresas que atuam em ambientes de negócios altamente concorrenciais**.

Diante dos fatores acima citados, por uma necessidade regional, percebe-se uma **demanda relevante pelo curso de Marketing em função da importância econômica da região do Grande Meier** do município do Rio de Janeiro.

A criação dos **novos cursos tecnológicos na FACHA se constitui numa forma de sedimentar um processo de inovação que objetiva atender às necessidades contextuais e estruturais do Estado do Rio de Janeiro** e do Brasil. Assim, para **atender a uma demanda de profissionais que possam atuar no planejamento, gestão, implantação,**

acompanhamento e aperfeiçoamento de processos mercadológicos mais eficientes e integrados sistemicamente aos processos logísticos, de suprimentos, de produção, entre outros da organização, foi criado o Curso Superior de Tecnologia em Marketing.

Com a crescente integração dos mercados internacionais, novos fatores exercem uma constante influência nas organizações, as quais, para se manterem competitivas, necessitam desenvolver um grande esforço para se adaptar e crescer num ambiente de frequentes mudanças. Isso implica na necessidade de **alavancar suas ações orientadas a mercado, aperfeiçoando seus modelos de negócio e de gestão, e buscando desenvolver estratégias inovadoras e mais capazes de atender aos novos e constantes desafios de mercado**. Tais ações envolvem a diferenciação de produtos e serviços, aprofundamento do conhecimento do cliente e do comportamento de compra do consumidor, busca por novas maneiras de produzir mais e melhor a um custo menor, entre outras ações para fazer frente a esta nova realidade.

O Marketing configura-se assim como uma ciência que dispõe dos recursos necessários ao desenvolvimento de estratégias que permitam às organizações a manutenção da competitividade e a entrega de valor superior para os clientes. Consumidores não compram somente produtos e serviços, mas sim a percepção de valor oferecida, e cabe ao Marketing identificar necessidades e explorar as oportunidades de negócio existentes.

A FACHA vem então, através do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, contribuir para a **formação de profissionais já atuantes no mercado, ainda sem formação específica nesta área de conhecimento, assim como de jovens egressos do Ensino Médio interessados em desenvolver suas competências**, promovendo a capacitação de pessoas com foco em sua inserção nas oportunidades existentes no mercado de trabalho.

Nesse contexto, **a área de Marketing apresenta-se como boa possibilidade de carreira profissional**. Em que pese o Estado do Rio de Janeiro constituir-se em um importante polo de formação de profissionais de diversas áreas, reunindo um grande número de universidades e centros de pesquisa de excelência, e no atual cenário de enormes dificuldades econômicas e sociais, estima-se a existência de **demanda suficiente de profissionais na área de marketing, especialmente em um contexto de aumento da**

competitividade nos negócios, onde cresce a necessidade das empresas atuarem de forma criativa, desenvolvendo novas estratégias de mercado e diferenciais competitivos mais robustos.

O Núcleo Docente Estruturante e a Coordenação do Curso, ao elaborarem o projeto do curso, trabalharam no sentido de garantir uma **articulação coerente entre os objetivos, o perfil do egresso, a missão da Faculdade, os objetivos institucionais e as demandas e exigências do mercado de trabalho**.

A matriz curricular está organizada em quatro períodos consecutivos, semestrais, com carga horária total de **1.740 (mil e setecentas e quarenta horas) horas**, além de **140 horas de Atividades Complementares**. O curso pretende oferecer anualmente **160 vagas**, sendo o **período mínimo de integralização de 4 (quatro) períodos letivos e o máximo de 8 (oito) períodos letivos**. O regime de matrícula é semestral e o sistema é de créditos.

O curso de Marketing está instalado no campus Méier, na Rua Lucídio Lago, 345/427, utilizando as salas de aula, os laboratórios, a biblioteca e toda a infraestrutura existente na unidade para as suas atividades. **O curso funciona no turno noturno**.

3.3. Objetivos do Curso

Formar profissionais dotados da competência essencial para resolver problemas complexos e tomar decisões relativas à gestão de marketing de forma criativa e eficaz, além de capacitar os alunos para se inserirem no mercado de trabalho pela via das organizações ou no fenômeno de criação e desenvolvimento de novos empreendimentos.

Entende-se que esta competência para resolver problemas complexos e tomar decisões se produz somente pelo **domínio integrado e não-fragmentado de conhecimentos e instrumentos genéricos e específicos de gestão**, o que se obtém através da **criação de mecanismos interdisciplinares efetivos, como os contemplados neste curso**, notadamente através da **oferta das disciplinas denominadas Projeto Integrador I, II e III, onde o aluno desenvolve um trabalho integrado constituído pelas etapas de definição de um negócio, análise de mercado, planejamento estratégico e elaboração do plano de marketing**.

Nestas disciplinas, o aluno terá a oportunidade de realizar atividades práticas de campo sob orientação docente, por meio das quais o **aluno desenvolverá uma visão integrada do processo de concepção, análise, planejamento e desenvolvimento de negócios**, além de **despertar o interesse pelo empreendedorismo, importante na formação do futuro profissional da área de Marketing**, de acordo com a seguinte sequência:

- **Projeto Integrador I –** desenvolvimento da modelagem de um novo negócio usando a metodologia do Canvas, diagnóstico e análise estratégica do mercado a partir da aplicação de instrumentos de inteligência competitiva.
- **Projeto Integrador II –** elaboração do Planejamento Estratégico de Marketing do negócio em desenvolvimento, com ênfase na definição de objetivos e formulação de estratégias de negócio.
- **Projeto Integrador III –** elaboração do Plano de Marketing do negócio, com ênfase na definição do seu composto mercadológico.

A concepção do Projeto Integrador se baseia na busca da interdisciplinaridade, da contextualização de saberes e da inter-relação entre teoria e prática, sendo o seu desenvolvimento um trabalho de continuidade.

A efetiva interdisciplinaridade se manifesta na medida em que **para desenvolver as etapas subsequentes do trabalho é exigida do aluno a mobilização de vários conhecimentos e competências trabalhados em várias disciplinas do currículo**, seja no mesmo período letivo, seja nos períodos letivos anteriores.

Também é objetivo do curso valorizar a pesquisa individual e o trabalho em equipe, com a finalidade de proporcionar ao futuro tecnólogo em Marketing oportunidades de reflexão sobre a tomada de decisões mais adequadas, com base na integração dos conteúdos ministrados nas disciplinas.

Assim, o desenvolvimento do Projeto Integrador proporciona:

- Elaborar e apresentar um projeto de investigação numa perspectiva interdisciplinar, tendo como principal referência os conteúdos ministrados ao longo do(s) semestre(s) cursado(s).

- Desenvolver habilidades de relações interpessoais, de colaboração, de liderança, de comunicação, de respeito, aprender a ouvir e a ser ouvido – atitudes necessárias ao bom desenvolvimento de um trabalho em grupo.
- Adquirir uma atitude interdisciplinar, a fim de descobrir o sentido dos conteúdos estudados.
- Ser capaz de identificar e saber como aplicar o que está sendo estudado em sala de aula, na busca de soluções para os problemas que possam emergir.
- Desenvolver a capacidade para pesquisa que ajude a construir uma atitude favorável à formação permanente.

3.4. Perfil profissional do egresso

O profissional que se quer formar neste curso de Marketing é **dotado de características que se traduzem em um perfil aderente às atuais e futuras demandas do mercado de trabalho, seja para atuarem em empresas de diferentes portes e segmentos da economia, seja para empreenderem novos negócios**. Esse perfil deve se caracterizar pela presença de:

- **Espírito empreendedor** – capacidade de gerar soluções inovadoras no processo de gestão de marketing das organizações, empreender novos negócios e criar novas oportunidades de empregabilidade.
- **Visão sistêmica** – competência para resolver problemas complexos de gestão, baseada no domínio integrado do conhecimento e dos instrumentos de apoio à tomada de decisões no ambiente sócio organizacional.
- **Habilidades específicas –** capacidade de atuar como um profissional de marketing que atenda às exigências de mobilização de conhecimentos e ferramentas específicos da área.

O curso de Marketing também propicia aos estudantes, por meio de equipamentos, laboratórios, atividades práticas e extensionistas, o **desenvolvimento de habilidades e competências complementares para a prática da gestão mercadológica**, o que caberá aos alunos perseguir, estimulados pelo desejo de se prepararem para as oportunidades do mundo do trabalho:

- Leitura, compreensão e elaboração de textos.

- Pesquisa e utilização do conhecimento científico para fundamentar a resolução de problemas.
- Utilização do raciocínio lógico, de argumentação, de persuasão e de reflexão crítica.
- Julgamento e tomada de decisões.
- Domínio de tecnologias e métodos para permanente aplicação à gestão de marketing.

O **tecnólogo em Marketing é o profissional responsável pelo estudo e entendimento da dinâmica dos mercados e do ambiente socioeconômico onde as organizações estão inseridas**. Essa compreensão das necessidades e problemas manifestados pelos consumidores desperta o potencial para a **criação de produtos e serviços inovadores, assim como demanda a elaboração de estratégias de negócio capazes de atrair e manter esses clientes** e o planejamento e implementação de **ações que integrem um composto mercadológico sólido** por meio de uma gestão eficaz do portfólio de produtos e serviços, de sua precificação, da comunicação com o mercado e da distribuição pelos canais de venda mais apropriados.

Atento às constantes mudanças, **este profissional comunica e cria relacionamentos com consumidores, antecipa tendências, aproveita oportunidades de mercado e analisa riscos**. Aspectos da legislação que regulam as atividades de comercialização, consumo, contratos comerciais, questões tributárias e fiscais estão, de modo sistêmico, também ligados às atribuições deste profissional.

3.5. Estrutura curricular

O curso de graduação tecnológica em Marketing da FACHA é concebido a partir da identificação das demandas do mercado de trabalho que sinalizam as características exigidas no perfil do profissional da área de marketing e negócios nos dias atuais.

A grade curricular, portanto, está assentada em três pilares básicos presentes neste Projeto Pedagógico:

- **Formação específica**, com foco no desenvolvimento das competências e habilidades requeridas para a atuação de um profissional de marketing.
- **Formação interdisciplinar**, baseada na adoção de mecanismos efetivos de integração de conhecimentos.

- **Formação estratégica**, orientada para o desenvolvimento de um profissional com sólida visão sistêmica de negócios.

A organização das disciplinas, com seus respectivos conteúdos e objetivos específicos de aprendizado, é definida de forma a propiciar uma **formação profissional abrangente, diversificada, alinhada às demandas atuais do mercado de trabalho** que absorve o profissional de marketing e mais orientada ao cumprimento do papel social da FACHA, o de oferecer ensino de excelência para a **formação dos profissionais que permitirão às organizações contemporâneas sobreviver em ambientes de competição sujeitos a profundas transformações e incertezas**.

Sendo o **pilar da formação deste profissional o desenvolvimento de uma visão integrada e estratégica de negócios**, o elemento central da estrutura curricular do curso se baseia na elaboração de um **Projeto Integrador**, desenvolvido em três etapas ao longo do curso a partir da integração dos conteúdos das várias disciplinas necessárias para a construção de um **Plano de Marketing**, tendo este se **iniciado com a modelagem de um negócio e passado pela análise do seu mercado de atuação e por seu planejamento estratégico**.

3.5.1. Interdisciplinaridade

A interdisciplinaridade é trabalhada de diversas formas, seja pela metodologia de sala de aula, pelas atividades complementares e de extensão, seja por intermédio, **especialmente, das disciplinas Projeto Integrador I, II e III**.

Entende-se que o **processo de elaboração de um Plano de Marketing, um dos objetivos centrais deste projeto pedagógico, configura-se essencialmente como uma atividade interdisciplinar**, a qual exige a mobilização de conhecimentos de várias disciplinas que se integram para dar corpo a uma construção multidimensional e sistêmica, capaz de demonstrar a viabilidade mercadológica de um novo empreendimento, produto ou serviço.

3.5.2. Integração entre teoria e prática

A integração entre teoria e prática é feita em diversas oportunidades. Professores e alunos são convidados a transformar o ambiente da sala de aula em espaço para **permanente troca de experiências e laboratório de aprendizado ativo**, a partir dos quais são desenvolvidas as competências desejadas e estabelecidas como objetivos neste Projeto Pedagógico.

Os professores são ainda estimulados a fazerem **uso do método do estudo de caso**, propiciando aos alunos a oportunidade de construírem em sala de aula uma **ponte entre a necessária abordagem teórico-conceitual e sua aplicação na solução de problemas empresariais ligados à área de marketing** e temas conexos.

Algumas disciplinas são ainda ofertadas em laboratório de informática, tais como Inteligência Competitiva e Marketing e Mídias Sociais Digitais, propiciando ao aluno uma aplicação mais imediata do conhecimento na construção de projetos e na realização de atividades práticas que contribuem para o enriquecimento do aprendizado.

3.5.3. Eixo de formação fundamental

As disciplinas neste PPC que constituem a base fundamental da formação do gestor de marketing permitem ao aluno o desenvolvimento de uma visão geral do modo de funcionamento das organizações empresariais, a construção da capacidade de refletir criticamente sobre o papel das empresas no mundo atual, o amadurecimento do pensamento acadêmico e, especialmente, da contextualização de sua atuação como profissional de marketing nos atuais e futuros cenários competitivos em que se inserem.

Algumas destas disciplinas podem ser destacadas pela sua maior relevância:

- Inovação e Criatividade
- Métodos e Técnicas de Pesquisa
- Planejamento e Gestão de Carreira
- Comportamento Organizacional
- Empreendedorismo
- Economia
- Estatística

- Ética e Responsabilidade Socioambiental

A interação entre os docentes das disciplinas fundamentais permite afinar o conteúdo e os debates travados na fase inicial do curso, permitindo assegurar que os estudantes amadureçam e se tornem mais aptos aos estudos e ao autodesenvolvimento.

3.5.4. Eixo de formação profissional

As disciplinas desse eixo consolidam a formação profissional do aluno e constituem o núcleo duro do desenvolvimento de uma sólida base teórico-conceitual, servindo de ponte para a aplicabilidade do conhecimento à solução dos desafios enfrentados pelos profissionais de marketing no cotidiano das organizações empresariais.

Naturalmente que todas as disciplinas desse eixo são essenciais para a formação do aluno, mas algumas, como as citadas abaixo, podem ser destacadas por uma **contribuição mais direta ao processo de elaboração do Projeto Integrador** que o aluno desenvolve ao longo de toda a sua trajetória no curso, caracterizado pela análise de mercado no qual um negócio esteja inserido, o planejamento estratégico de sua atuação e a elaboração do plano de marketing que guia suas ações orientadas ao mercado.

- Inteligência Competitiva
- Antropologia do Consumo
- Fundamentos de Marketing
- Planejamento Estratégico
- Pesquisa de Opinião e de Mercado
- Elaboração do Plano de Marketing
- Gestão de Produtos
- Formação de Preços
- Comunicação Integrada de Marketing
- Logística de Distribuição

3.5.5. Eixo de formação prática e aplicada

A formação prática do aluno do curso de Marketing se dá efetivamente ao longo de todas as disciplinas, pois todos os docentes são orientados a adotar como metodologia de ensino-aprendizado uma forte associação entre a abordagem teórico-conceitual e sua

aplicabilidade prática por meio do uso intensivo de exercícios, dinâmicas, estudos de casos e simulações.

Somado a isso, do 2º ao 4º período da Matriz Curricular, são oferecidas as disciplinas denominadas Projeto Integrador I, II e III. Estas configuram-se como o principal eixo, não somente de formação prática dos alunos, mas especialmente de formação interdisciplinar, integradora e sistêmica, com foco no desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para a elaboração do Planejamento Estratégico e do Plano de Marketing de um negócio, o que se traduz como um objetivo central deste Projeto Pedagógico.

3.6. Matriz Curricular

A Matriz Curricular está organizada em quatro períodos consecutivos, semestrais, com carga horária total de **1.740 (um mil e setecentas e quarenta) horas, acrescidas de 140 horas de Atividades Complementares**. A disciplina LIBRAS é oferecida como eletiva no curso.

A estrutura curricular do curso propicia uma fundamentação básica necessária para a formação do profissional capaz de lidar com os desafios do atual e futuro mercado de trabalho, assim como proporciona forte ênfase em disciplinas que proporcionam uma formação específica nas diferentes áreas do marketing, conferindo ao egresso um **perfil profissional dotado de sólido arcabouço teórico-conceitual e apto a realizar a necessária instrumentalização do conhecimento para aplicação na solução de problemas do mundo real**.

Diante disso, o curso de Marketing da FACHA se propõe a formar profissionais de marketing com amplo conhecimento do mercado e de sua dinâmica que, através do desenvolvimento de competências, habilidades e atitudes, poderão ser absorvidos nos vários segmentos do mercado de trabalho existente no estado do Rio de Janeiro, bem como ter capacidade analítica e crítica para empreender novos negócios na região a partir da compreensão das novas demandas.

A organização curricular do curso observa as determinações legais presentes na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB nº 9.394 de 1996), no Catálogo Nacional

de Cursos Superiores de Tecnologia, no Projeto Pedagógico Institucional das Faculdades Integradas Hélio Alonso e no Projeto Pedagógico do Curso e demais regulamentações específicas. Esses referenciais nortearam as orientações para definição do perfil do egresso e as competências e habilidades pretendidas pelo curso.

Todas as disciplinas do curso são oferecidas com 40 ou 60 horas, algumas delas com a realização de atividades de campo, à exceção das disciplinas Projeto Integrador de I, II e III, que possuem 100 ou 120 horas.

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE MARKETING - MATRIZ CURRICULAR 2019.1

1o. Período - 380 h

Disciplina	INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	MÉTODOS E TÉCNICAS DE ESTUDO E PESQUISA	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		20
CH Total	**60**	

Disciplina	PLANEJAMENTO E GESTÃO DE CARREIRA	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	REDAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40	40	
CH Total	**80**	

Disciplina	COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	MATEMÁTICA APLICADA	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40	40	
CH Total	**80**	

Disciplina	EMPREENDEDORISMO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

2o. Período - 400 h

Disciplina	INTELIGÊNCIA COMPETITIVA	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40	40	
CH Total	**80**	

Disciplina	ESTATÍSTICA	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	ANTROPOLOGIA DO CONSUMO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		20
CH Total	**60**	

Disciplina	ECONOMIA	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	FUNDAMENTOS DE MARKETING	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	PROJETO INTEGRADOR I	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		60
CH Total	**100**	

Disciplina	LIBRAS	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
20		20
CH Total	**40**	

3o. Período - 400 h

Disciplina	PLANEJAMENTO DE ESTRATÉGICO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	PESQUISA DE OPINIÃO E DE MERCADO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	MARKETING E MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
	40	20
CH Total	**60**	

Disciplina	MARKETING DE VAREJO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		20
CH Total	**60**	

Disciplina	INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E NEGÓCIOS DISRUPTIVOS	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	MARKETING DE SERVIÇO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		20
CH Total	**60**	

Disciplina	PROJETO INTEGRADOR II	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		60
CH Total	**100**	

4o. Período - 420 h

Disciplina	ÉTICA E RESP. SOCIOAMBIENTAL	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	GESTÃO DE PRODUTOS	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	FORMAÇÃO DE PREÇOS	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		20
CH Total	**60**	

Disciplina	LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	GESTÃO DE VENDAS	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		
CH Total	**40**	

Disciplina	PROJETO INTEGRADOR III	
CH Teórica	CH Prática	CH Campo
40		80
CH Total	**120**	

DURAÇÃO PLENA DO CURSO	
2 ANOS OU 4 SEMESTRES	
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	**140**
DISCIPLINAS CURRICULARES	**1600**
TOTAL GERAL	**1740**

3.6.1. Conteúdos curriculares

Um dos desafios do ensino nas diferentes áreas de negócios, onde o curso de Marketing se inclui, está na preparação presente dos estudantes para enfrentarem o futuro mercado de trabalho em transformação e cada vez menos previsível quanto às suas características. **Como fazer o aluno aprender de fato, reter o conhecimento e ser capaz de mobilizá-lo para a ação efetiva diante dos problemas com os quais as organizações se defrontarão amanhã é o grande desafio das instituições de ensino superior**.

Neste sentido, é preciso fazer com que os conteúdos curriculares abordados nas diferentes disciplinas do curso estejam alinhados com a necessidade de **prover uma sólida base teórico conceitual**, que leva em conta todo o **conhecimento consolidado na área de marketing e de negócios em geral** ao longo do tempo, mas **também contemplando uma abordagem contemporânea e relacionada com as mais modernas concepções da gestão empresarial e mercadológica**, influenciando assim a elaboração e a contínua revisão dos planos de ensino adotados nas disciplinas do currículo.

3.6.2. Atendimento às DCNs para educação das relações étnico-raciais e para o ensino de história e cultura afro-brasileira e indígena

A temática da História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena perpassa a FACHA enquanto Instituição de Ensino Superior que adota uma postura de respeito às diversidades étnicas, ao multiculturalismo e ao respeito à existência das individualidades e suas representações culturais das quais o ser humano jamais se dissocia e sem as quais a sociedade é inviável.

A FACHA também se preocupa com a questão de gênero, buscando, através da disseminação do conhecimento e de ações concretas atuar na efetivação do princípio constitucional da igualdade.

O tradicional **Núcleo Artístico e Cultural da FACHA (NAC)** desenvolve atividades culturais desde 1995, sempre priorizando a valorização da cultura popular brasileira, as tradições indígenas e nossas raízes africanas, juntamente com o **Núcleo de Responsabilidade Sócio Ambiental (NRSA)**, em atividades de natureza transversal.

Especificamente no curso de Marketing, as relações étnico-raciais, indígenas e de gênero são **abordadas no conteúdo programático das disciplinas Empreendedorismo, Antropologia do Consumo e Ética e Responsabilidade Socioambiental**, além de serem tratadas em palestras e outros eventos realizados na FACHA com o propósito de discutir temáticas relacionadas a estas questões.

3.6.3. Atendimento às políticas de educação ambiental – Lei 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4.281, de 25 de junho de 2002

O atendimento à Política de Educação Ambiental, prevista na Lei Nº 9.795 de 1999 e no Decreto Nº 4.281 de 2002, é realizado através das atividades desenvolvidas pelo Núcleo de Responsabilidade Sócio Ambiental – NRSA e também de maneira transversal nas disciplinas que compõem a matriz curricular do curso, onde a temática recebe especial atenção por meio dos conteúdos abordados na disciplina **Ética e Responsabilidade Socioambiental**.

3.6.4. Estágio Curricular Supervisionado

O Projeto Pedagógico do Curso não contempla a realização de estágio curricular supervisionado.

3.6.5. Atividades Complementares

As atividades complementares visam estabelecer uma maior aproximação do estudante com a realidade que o profissional enfrenta no mercado de trabalho, **oferecendo oportunidades de formação por meio de outras modalidades que vão além das atividades realizadas em sala de aula**.

As atividades complementares estão institucionalizadas na FACHA, existindo um regulamento institucional próprio seguido pelo curso de Marketing, o qual contempla as categorias e os respectivos tipos de atividades realizados pelos alunos, dentro e fora da IES, e considerados válidos para fins de aceitação e cômputo das horas.

O curso de Marketing requer a integralização de 140 horas de atividades complementares a serem desenvolvidas ao longo do curso pelos alunos, sejam elas oferecidas pela IES ou realizadas em atividades externas. São consideradas atividades complementares a realização de atividades de Monitoria, Iniciação Científica e Extensão; a participação em Palestras, Simpósios, Congressos e Conferências; Vivência profissional; Atividades de capacitação e ainda outras atividades relevantes.

As Atividades Complementares propiciam um enriquecimento dos conhecimentos do estudante, bem como da sua prática por meio da exploração de saberes culturais, artísticos, literários, científicos e históricos. Privilegiam o processo de ensino-aprendizagem através das atividades de cunho comunitário e de interesse coletivo, de assistência acadêmica e de iniciação científica, culturais e intercâmbio com instituições congêneres.

Possibilitam ainda constante atualização curricular enfocando questões emergentes no cenário científico e socioeconômico geral. Constituem-se de atividades de cunho cultural, técnico-científicas, dentre outras, podendo ter a forma de cursos de curta duração, oficinas de trabalho, conferências, palestras, seminários e outras atividades correlatas.

As Atividades Complementares são obrigatórias e devem ser realizadas ao longo do curso de graduação, enfatizando o conhecimento transdisciplinar, interdisciplinar e de extensão, contribuindo para a formação integral do estudante, sendo o cumprimento da carga horária indispensável à conclusão do curso, cabendo sempre ao aluno apresentar os devidos comprovantes e certificados que atestam a realização das ACs.

A Coordenação do Curso, assim como a Secretaria Geral, avalia os certificados e comprovantes das atividades e atribuem a carga horária equivalente, conforme o Regulamento das Atividades Complementares que se encontra nos Anexos deste Projeto.

3.6.6. Trabalho de Conclusão de Curso – TCC

O Projeto Pedagógico do Curso não contempla o desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

3.7. Planos de Ensino

Os planos de ensino das disciplinas da matriz curricular encontram-se anexos a este Projeto.

3.8. Metodologia

O processo de ensino na FACHA coloca o estudante como pivô da construção do conhecimento, que se dá a partir do estímulo à curiosidade do aluno por meio da **apresentação de questões e situações concretas que ensejem um aprofundamento nos conceitos trabalhados em cada disciplina**.

Todas as disciplinas do curso de Marketing possuem Planos de Ensino que orientam as atividades docentes. Estes Planos de Ensino institucionais, elaborados com a participação dos docentes, servem de **roteiro estruturado para as aulas, servindo de guia de estudo para os alunos**. O roteiro é uma proposta de atividades aos alunos, para que eles próprios possam pesquisar e estudar os assuntos mais relevantes de cada matéria.

É **estimulada a utilização de estudos de caso como metodologia de ensino-aprendizado**, além da **formulação de situações-problema que permitam ao aluno a percepção das possibilidades de aplicação do conhecimento nos processos de tomada de decisão** que se dão nas organizações em geral, notadamente diante dos problemas de marketing que são enfrentados no cotidiano.

No curso contempla-se também o **estímulo à utilização pelos docentes de novas abordagens pedagógicas, tomando os conceitos de sala de aula invertida, aprendizado ativo, entre outros**, como referências para a construção de uma metodologia com as características próprias à realidade da FACHA.

A atuação do docente como um facilitador do aprendizado é essencial, ajudando a derrubar qualquer barreira que dificulte o acesso dos alunos ao conhecimento, fazendo **uso de métodos não só criativos e estimulantes, mas que também facilitem a assimilação e o processamento das informações pelos estudantes**, além de permitir que os alunos desenvolvam competências e habilidades de forma autônoma e capazes de

perceber continuamente as possibilidades de integração entre a teoria e a prática profissional.

3.9. Apoio ao Discente

A FACHA entende o seu papel como o de oferecer uma ambiência de acolhimento aos seus públicos de relacionamento, em especial os discentes. As unidades da IES já aproximam os estudantes, posto que todos os cursos são majoritariamente presenciais em suas duas unidades. Por outro lado, a IES entende o seu papel como o de facilitadora de laços de convivência, companheirismo e amizade. Por essa razão, **estimula e acata a criação dos grupos que emergem do convívio entre esses jovens. São exemplos disso o Diretório Acadêmico Vladimir Herzog, a Atlética FACHA e o Programa Alumni (Egressos)**.

A FACHA acolhe uma parcela de estudantes que vem por meio de bolsas sociais, programas governamentais e intercâmbios internacionais. Os programas de estágios, iniciação científica e monitoria revelam-se como políticas de permanência relevantes, pois a concessão de bolsas de estágio também pode se organizar em função de dificuldades que os alunos formalizam à IES. O estudante passa a trabalhar e estudar na organização, em setores administrativos ou nos próprios laboratórios do curso.

Em relação a nivelamento, **a FACHA desenvolve sob demanda dos cursos atividades de nivelamento em Língua Portuguesa ou outras disciplinas, via EAD ou presencial**, assim como oferece aulas presenciais de idiomas com professores nativos. As atividades de nivelamento também estão presentes na montagem de eventos como a Semana Acadêmica e demais iniciativas do curso e da IES.

A Central de Relacionamento e Atendimento constitui órgão de apoio administrativo e de orientação ao discente. É um dos canais de comunicação que interage, tanto com os discentes, quanto com os candidatos, prestando informações e auxiliando no encaminhamento dos processos relacionados ao ingresso e à sua permanência na instituição. É um espaço de relacionamento institucional com os acadêmicos, enquanto a Secretaria cuida de todo o registro e controle acadêmico.

O DCE Vladimir Herzog é a entidade representativa dos discentes. Sua principal finalidade é a defesa dos interesses dos estudantes da Faculdade, como também a

promoção de eventos políticos e culturais que visem o enriquecimento curricular, fomentando debates que permeiam nossa sociedade.

3.9.1. Núcleo de Atendimento Psicopedagógico

A FACHA oferece **apoio psicológico a seus discentes e docentes por meio do Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP**, criado pela Portaria, de 10 de abril de 2015.

O Núcleo de Apoio Psicopedagógico - NAP da FACHA **realiza atendimentos individuais em situações de dificuldades relacionadas ao processo ensino-aprendizagem**. A proposta é contribuir para o desenvolvimento e adaptação acadêmica, facilitando a integração no contexto universitário.

Entre os objetivos do NAP estão: promover a reflexão sobre o processo ensino-aprendizagem e suas repercussões no cotidiano do estudante; atender aqueles em dificuldade de aprendizagem que sejam portadores de necessidades educacionais especiais e que estejam vivenciando algum transtorno de ordem emocional para realizar o encaminhamento externo – caso necessário; orientar o discente em seu processo de formação acadêmica, pessoal e profissional; suporte aos professores para adoção de práticas docentes inclusivas e proporcionar atendimentos breves de cunho psicopedagógico e social, com a finalidade de integração, inserção e reinserção dos discentes no âmbito acadêmico.

O NAP não realiza avaliação psicológica e nem psicodiagnóstico. Os alunos portadores de necessidades educacionais especiais acompanhados pelo núcleo, deverão entregar laudos comprobatórios com nome, endereço e registro profissional de acordo com as suas necessidades dos profissionais da área (psiquiatras, psicólogos, fonoaudiólogos, neurologistas e afins). No caso de transtornos emocionais esse laudo deverá ser renovado a cada semestre ou quando houver uma necessidade.

A IES percebe crescente demanda por parte de estudantes com deficiência (física ou cognitiva) que são acolhidos na dinâmica universitária, em igualdade de condições com os demais estudantes, desenvolvendo-se constante mobilização, a partir do NAP, quanto aos aprimoramentos que os docentes precisam fazer para lidar com o perfil dos estudantes com deficiência, adaptação das instalações das unidades de ensino, além do

esclarecimento contínuo sobre as exigências dadas pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (9.394/1996, capítulo V – Educação Especial) para o atendimento dos estudantes com tais necessidades.

O NAP está formalizado no regimento da IES e há processo administrativo estruturado de auto declaração e laudo comprobatório, formalizando a necessidade de acompanhamento especial já no ato de matrícula.

Alunos atendidos pelo NAP

Semestre	Total alunos atendidos
2016.1	5
2016.2	8
2017.1	19
2017.2	21
2018.1	41
2018.2	50

3.9.2. Núcleo de Estágios

O Núcleo de Estágio da FACHA atua desde 2012, **oferecendo aos alunos oportunidades de estágio em empresas do mercado do Rio de Janeiro**, permitindo o contato entre o mercado e os alunos, através de parcerias e termos de convênio estabelecidos. O estágio não obrigatório remunerado possui regimento interno específico e coordenação exclusiva para gestão de convênios e contratos.

Estimula-se que os contratos sejam precedidos por convênios institucionais prevendo direitos e deveres das partes, em especial reforçando-se o compromisso com a formação de qualidade do futuro profissional, dentro do escopo da atividade e sem desvios de função. O acompanhamento se dá pela exigência da entrega de relatórios de atividades, formulários preenchidos pelos estagiários e empregadores, em padrão normatizado pela área de Estágios.

No cotidiano, há o acompanhamento da coordenação e professores sobre a adaptação dos estudantes dentro das organizações, indicação de oportunidades de trabalhos voluntários ou remunerados, demandas por candidatos a estágios e indicação dos alunos para processos seletivos e oportunidades de intercâmbios.

Há também parceria com a FUNDAÇÃO MUDES para atendimento a alunos da FACHA e de outras Instituições de Ensino Superior, funcionando no Campus Botafogo. Desde 2013 o Núcleo participa, também, da seleção e contratação de estagiários para os grandes eventos da cidade do Rio de Janeiro como: COPA DO MUNDO, JOGOS OLÍMPICOS.

3.9.3. Monitoria

A Instituição desenvolve um Programa de Monitoria, com o **objetivo primordial de despertar no aluno, vocação para a vida acadêmica**. Os futuros monitores são convocados, anualmente, também por meio de edital, inscrevendo-se e apresentando a documentação para a seleção das disciplinas indicadas pelas coordenações de curso. Ao final do processo seletivo, são classificados como bolsistas ou voluntários e passam a desenvolver suas atividades junto à turma onde realiza a monitoria.

A Monitoria pode ser exercida pelo aluno regular de curso de Marketing da FACHA para o desenvolvimento de atividades auxiliares de ensino e pesquisa, não podendo substituir o docente em aulas teóricas, corrigir provas, nem exercer tarefas administrativas não acadêmicas. A carga horária dedicada à monitoria poderá ser utilizada na composição da carga horária destinada às Atividades Complementares.

Define-se como Monitoria, a realização de atividades extraclasse, por parte de um discente, como auxílio aos alunos, na resolução de exercícios e trabalhos, e como auxílio ao professor, na produção de informações a respeito das dificuldades mais comuns encontradas.

Total de alunos atendidos com bolsa de Monitoria

Ano	Total alunos com bolsa de 50%	Total alunos voluntários
2014/2015	1	1
2015/2016	7	3
2016/2017	10	1
2017/2018	7	7
2018/2019	9	14

3.9.4. Ouvidoria

A Ouvidoria das Faculdades Integradas Hélio Alonso é um **canal de comunicação aberto e transparente que tem por objetivo ouvir, encaminhar e acompanhar críticas e sugestões da comunidade interna e externa, atuando como agente de integração dos segmentos que compõem a instituição**: alunos, professores, funcionários, ex-alunos e visitantes, promovendo, assim, a integração e fortalecimento das redes de relacionamento e comunicação entre a instituição e a comunidade acadêmica.

Os principais canais de atendimento aos alunos e à comunidade acadêmica são o formulário online disponível no website da IES e o endereço de e-mail **ouvidoria@FACHA.edu.br**. Por meio de atendimento telefônico é possível agendar horário para atendimento presencial.

3.9.5. Núcleo de Intercâmbio

O Núcleo de Intercâmbio está institucionalizado na FACHA, contando com coordenação específica e equipe dedicada, tendo à frente professor responsável pela atividade. Convênios no Brasil e no exterior são estabelecidos para incluir os estudantes e/ou egressos em instituições dentro da rede internacional de intercâmbios.

O núcleo capta os convênios, organiza administrativamente as parcerias, divulga formalmente os editais em reuniões com os estudantes e egressos, atendimentos presenciais, por telefone, murais, sites, redes sociais na internet e todos os demais canais de comunicação da IES.

Presta-se auxílio aos estudantes que concorrem às vagas na elaboração de currículos e demais evidências de desempenho acadêmico. Sendo os estudantes aceitos pelas instituições externas, o setor agencia os primeiros contatos dos estudantes aceitos nos programas com as instituições que os receberão, cuidando desde as inscrições em matérias curriculares, passando pelas informações necessárias à adaptação no exterior, ajuda na emissão de passaportes e obtenção de vistos, acompanhamento e auxílio enquanto estão em outra cidade ou país. Ao fim do intercâmbio, o setor ainda apura os resultados obtidos, tanto na perspectiva dos estudantes quanto também colhendo as visões das IES que os receberam.

O Núcleo de Intercâmbio foi criada em 2011 em função da grande demanda e também com o objetivo de firmar e ampliar os convênios internacionais e atividades de intercâmbio; tornando-o um departamento independente.

Além das parcerias com as IES internacionais, há parcerias no Brasil objetivando a prestação de serviços plurais na área de intercâmbio. A primeira ação neste sentido foi uma parceria firmada com a AIESEC/RJ: intercâmbio cultural e social em mais de 120 países; com o FALA BRASIL – Escola de português para alunos internacionais no Rio de Janeiro; com o Programa AU PAIR USA e com o programa Santander Universidades/Universia.

Em 2013, a FACHA começou efetivamente a receber e enviar alunos para semestre/ano acadêmico no exterior bem como para programas de estágio internacional, quando foram realizados na unidade da FACHA em Botafogo os projetos GLOBAL VILLAGE (encontro de alunos internacionais da AIESEC no Rio de Janeiro) e START UP – MODELO CANVAS DE NEGÓCIOS.

Este último projeto foi apresentado por 5 (cinco) jovens de 5 países diferentes. Teve a duração de 10 dias e foi realizado em julho/2013, 2014 e 2015, oferecido exclusivamente para os alunos da FACHA, sem custo e ministrado todo ele em inglês e espanhol. Ainda em 2013 participamos do projeto YOUTH TO BUSINESS na PUC-RJ e da reunião de Coordenadores do projeto Ciência Sem Fronteiras, realizado na USP/SP. O projeto START UP tem sido realizado anualmente, sempre com a participação de alunos internacionais.

A FACHA possibilitou aos seus alunos a oportunidade de estágio remunerado durante a COPA DO MUNDO de 2014 e nos JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016, através de parcerias firmadas com a HBS, OBS e JET SET SPORTS. Tivemos aproximadamente 450 alunos com treinamento internacional em inglês e posteriormente aprovados para estágio em diversas áreas. Durante os Jogos Olímpicos Rio 2016 criamos canais de parceria com as delegações da França, Holanda e Reino Unido. A FACHA é um centro examinador do IELTS / British Council – certificado de proficiência da língua inglesa mais utilizado em todo o mundo, e também do DELE, em parceria com o Instituto Cervantes do Rio de Janeiro.

Alunos que participaram do projeto olímpico Rio 2016 e que tiverem grande estaque em suas atuações também tiveram a oportunidade de participar dos JOGOS DE INVERNO na Korea; do PROJETO PILOTO DO CANAL OLÍMPICO em Madrid; e também dos JOGOS DA JUVENTUDE em Buenos Aires, todos eles em parceria com a OBS – Espanha.

3.9.6. Núcleo de Ensino a Distância (NEAD)

O Núcleo de Educação a Distância (NEAD) é o órgão da IES responsável pela **coordenação administrativa e tecnológica das atividades de educação a distância na Instituição**, em extensão, graduação e pós-graduação, e tem como objetivos desenvolver ações que reflitam a abrangência de sua área de trabalho.

Entre as finalidades do NEAD, vale destacar:

a) Valorizar o papel da Educação a Distância na implantação e suporte de novas tecnologias que promovam uma nova cultura educacional, comprometida com a formação do educando em múltiplas linguagens, com a ampliação dos espaços educacionais e dos domínios do conhecimento.

b) Contribuir, por meio da disseminação de programas, conhecimentos e tecnologia aplicada à Educação a Distância, para a melhoria da qualidade e ampliação das possibilidades de acesso ao ensino superior.

c) Contribuir para o aprimoramento da qualidade do ensino presencial, incorporando a este, recursos pedagógicos e tecnológicos próprios da educação a distância.

d) Realizar atividades de suporte ao processo de ensino, que envolvem a criação de conteúdos para professores, biblioteca digital, chats, serviço de acesso à Internet para discentes e docentes através do ambiente virtual de aprendizagem – AVA.

Cabe ainda ao NEAD:

a) Participar da qualificação dos docentes e tutores para atuarem em EAD.

b) Assessorar e dar suporte a todas as iniciativas e experiências em EAD, no âmbito das IES.

c) Propor normas de organização, gestão e avaliação da EAD no âmbito das IES.

d) Promover congressos, simpósios e similares sobre assuntos relacionados com EAD.

3.9.6.1. Atividades de tutoria

Com a criação do Núcleo de Educação a Distância - NEAD, foi proposta uma estratégia para implantação de disciplinas online em todos os cursos da FACHA. Foi estabelecida uma parceria com a Pearson Editora com um portfólio composto de disciplinas eletivas e curriculares, e para tanto foram selecionados professores específicos para cada disciplina com titulação e experiência para trabalhar metodologias interativas possibilitada pela EAD.

A avaliação do desempenho dos professores e tutores assegura a qualidade nas suas ações junto aos alunos, visando acompanhar o crescimento intelectual, suas capacidades e autonomia. O acompanhamento e controle dos profissionais se baseia em reuniões periódicas semestrais.

Tem sido de suma importância a preparação de professores e tutores no NEAD para sua atuação no processo educacional. Neste sentido, a cada reunião da equipe é realizada uma capacitação para abordar ações como interação com seus alunos, atendimento, abordagem sobre o funcionamento do AVA e dos conteúdos desenvolvidos. Na oportunidade são avaliados, principalmente, três pontos: interação, conhecimento e metodologias desenvolvidas na aprendizagem dos alunos.

Nessas oportunidades de avaliação são abordados os seguintes itens para mediação pedagógica:

- **Interação:** a participação dos alunos e o estímulo ao aprendizado através de perguntas e mensagens através de Fóruns e Atividades propostas e os debates entre eles sobre os temas trabalhados, assim como a disponibilidade de tempo para esse atendimento;
- **Conhecimento:** os conteúdos de estudo, as orientações dadas, as atividades propostas, a forma trabalhada, abordagens da atualidade, respostas aos alunos prontamente. Utilização da avaliação para servir ao aluno em seu desempenho, mas também ao professor para perceber os critérios utilizados e os conteúdos trabalhados.
- **Metodologia:** uso de práticas ativas, inovações didáticas, informações complementares de enriquecimento aos conteúdos disponibilizados, busca de informações que possam esclarecer as dificuldades encontradas na aprendizagem, mantém registros das atividades e progressos dos alunos e participam das avaliações presenciais periódicas dos alunos em laboratórios.

Os professores e tutores têm a oportunidade de troca de experiências, assim como espaço para críticas e sugestões, contribuindo assim para a dinamização de cada semestre que se inicia. Também são feitas auto avaliações a cada reunião, sendo utilizados os pontos da análise como pontos fracos, fortes e possibilidades de melhoria cada vez mais no desenvolvimento do trabalho dos professores tutores.

3.9.6.2. Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às atividades de tutoria

A coordenação do NEAD **promove sistematicamente capacitação continuada para os professores e tutores das disciplinas online** como também abre espaço para os professores e coordenadores presenciais, a fim de proporcionar oportunidades de incorporação de conteúdos e alinhamento dos métodos e das ações trabalhadas e a serem implementadas. Algumas das práticas do AVA vêm sendo paulatinamente testadas e verificadas nas disciplinas presenciais, aumentando a adesão dos estudantes aos conteúdos ministrados.

Em parceria com a Pearson do Brasil, a FACHA traz a seus alunos um processo organizado em Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, solução desenvolvida em

ambiente Moodle, cuja equipe de suporte de informática da IES possui ampla experiência no uso.

Dispõe-se de conteúdos digitais de qualidade, interdisciplinares, contextualizando os temas das disciplinas que serão trabalhadas e enriquecidas pelos professores e tutores. Os conteúdos são adequados aos currículos do curso oferecido presencialmente. O AVA dialoga também com as seis **mil obras da biblioteca virtual, permitindo ao professor articular as duas plataformas com facilidade**, além de todos os recursos de hiperlink e incorporação de audiovisual que os recursos digitais permitem. A plataforma permite convergir qualquer programa disponível na internet.

Os estudantes se inscrevem nas disciplinas de EAD dentro da Secretaria Virtual, no mesmo período em que incluem no seu cardápio do semestre as disciplinas presenciais. As disciplinas de EAD são devidamente identificadas como tal, contendo o nome do professor responsável, o número de créditos que ela cumpre, assim como o custo para cursá-la.

O acesso ao EAD se faz por um endereço específico, sob a mesma lógica do site da IES. A cognição de uso, portanto, segue um padrão reconhecido e consagrado pelos estudantes. **Ao iniciar o curso, professores e o tutores evidenciam o programa previsto no plano de ensino, esclarece sobre os módulos e unidades, os conteúdos disponíveis, bem como detalha o cronograma e as tarefas pontuais previstas. Esclarece igualmente qual será o sistema de avaliação para aprovação na disciplina**. As avaliações seguem a legislação em vigor, que obriga que as provas sejam realizadas presencialmente nas instalações da IES.

Há ferramentas dentro do sistema para comunicação individual e coletiva; criação de grupos de trabalho e outras tarefas em grupo, permitindo que tanto professores e tutores, quanto os estudantes, possam editar certos campos de interação, como por exemplo áreas de bate-papo no estilo "chat".

O acesso ao sistema virtual incorporou as funcionalidades das mídias responsivas, com a opção de o estudante acessar todos os conteúdos nos smartphones, favorecendo assim os hábitos de leitura dos que prezam pela mobilidade. Ao adentrar no sistema, os

menus e conteúdos se readaptam automaticamente para oferecerem consumo mais confortável na tela do aparelho.

No NEAD, os materiais didáticos são revistos sistematicamente, **o processo de comunicação e suporte acadêmico e técnico conduz todo o processo de aprendizagem, orientando e subsidiando professores e estudantes das disciplinas oferecidas nos cursos da FACHA**. A implementação das disciplinas online está sendo feita com cautela visando uma ação didática e administrativa de acordo com as necessidades e demandas dos estudantes e da instituição. Os materiais permitem criar, estruturar e dinamizar situações de aprendizagem e estimular a aprendizagem sob medida do usuário e amplia a autoconfiança no desenvolvimento das capacidades individuais dos estudantes.

Professores tutores possuem competências, habilidades e atitudes consagradas para a prática das atividades online. Adicione-se a isso o papel de **escuta ativa da coordenação do NEAD, que atende online e presencialmente os estudantes**, conhecendo as impressões e julgamentos sobre a atuação dos professores e da plataforma.

A coordenação também dá assistência didática aos professores e tutores, apresentado e estimulando práticas pedagógicas diferenciadas em metodologias ativas e inovadoras como o uso de sala de aula invertida, visitas técnicas orientadas e trabalhos de equipe em rede, potencializando as ações de tutoria. Essa formação é feita de maneira estruturada e registrada em ata formal.

A inovação também se manifesta na paulatina **integração do Centro de Produção e Pesquisa com as atividades do NEAD**, o que tem permitido o desenvolvimento de conteúdos sob medida, tendo os próprios professores como âncoras em programas no formato audiovisual, gravações de palestras e entrevistas, desenvolvimento de animações e vinhetas, entre outras soluções que aumentam a aderência do conteúdo trabalhado com a realidade dos estudantes da FACHA.

3.9.6.3. Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)

O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) está desenvolvido em plataforma Moodle e atende plenamente às disciplinas ministradas em EAD, não apenas distribuindo conteúdos multimídia e textuais, como também oferecendo uma gama de ferramentas de interatividade entre estudantes e tutores, em canais como chats,

fóruns, ferramentas conjugadas para atividades em grupo e demais espaços de troca de ideias, documentos e links.

Optou-se pela **construção de ambiente virtual próprio**, de acordo com as necessidades do modelo de EAD que a instituição demanda. Adaptaram-se os computadores de servidor da rede para receber o ambiente, **tendo à frente a equipe de informática que instala as atualizações e realiza a manutenção da infraestrutura e programação**. A plataforma de aprendizagem escolhida foi o **Moodle**, que possibilita a aplicação dos métodos de ensino e aprendizagem a serem realizados pelo AVA nas disciplinas online e presenciais dos cursos.

Os professores e tutores interagem com o estudante dentro do AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem – desenvolvendo atividades para o acompanhamento, tanto do desempenho dos estudantes como de sua participação na aula, através dos acessos e relatórios. Os professores e tutores apresentam metodologias diferenciadas numa proposta dialógica e interativa.

As ferramentas utilizadas e os recursos foram desenvolvidos internamente, sendo regularmente aperfeiçoados a partir do retorno dos professores e estudantes. A equipe de Tecnologia da Informação da FACHA atualiza periodicamente a infraestrutura e os softwares, tendo um suporte responsável em base contínua para o acompanhamento diário do sistema. Há integração entre a plataforma EAD e o sistema de controle acadêmico geral da IES, o que garante o lançamento de notas e outros registros acadêmicos de forma alinhada e sem interrupções.

Dentro da **rotina de governança do sistema EAD**, ao passar de um semestre para outro, faz-se um “backup” do período anterior, preparando o ambiente para receber novos conteúdos e atividades. A manutenção das ferramentas web e a assistência aos estudantes pelo suporte de TI possibilitam melhores acessos e incentivam a utilização dos ambientes virtuais no apoio ao ensino online.

As pesquisas da CPA e a atuação focada de uma coordenação são fontes importantes de aprimoramento da plataforma. A cada semestre são analisadas as necessidades da FACHA e as demandas de cada curso, definindo-se os conteúdos e disciplinas que serão disponibilizados a distância.

As ações de melhoria são pautadas também ao final de cada período de avaliação presencial, nos estudos dos resultados dos alunos em cada disciplina, o que permite a revisão das metodologias e as inovações incrementadas, antes mesmo do final do semestre. Os critérios de avaliação online seguem os institucionais.

3.9.6.4. Interação entre Tutores, Docentes e Coordenadores de Curso

A interação entre profissionais e colaboradores se dá constantemente, em encontros presenciais (reuniões pedagógicas, formações continuadas e oficinas que são ofertadas pela Instituição) ou por outros canais de comunicação (e-mail, telefon e AVA). Todos os envolvidos no processo de ensino aprendizagem, docentes e técnicos administrativos são convidados a participarem das ações que buscam a reflexão, o diálogo, a troca de ideias e experiências vividas, também com o intuito de auto avaliar se nas práticas diárias e na resolução de problemas encontrados em sala de aula ou no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA.

3.9.6.5. Material didático

As disciplinas oferecidas em EAD são **escolhidas no catálogo da Pearson Editora pela equipe multidisciplinar**, de acordo com necessidades dos cursos presenciais e de acordo com a matriz curricular contida no PPC do curso de Marketing.

As disciplinas oferecidas em EAD são estruturadas nos mesmos moldes das disciplinas presenciais, apresentando planos de ensino compostos de ementas, conteúdo programático e bibliografia. Elas são desenvolvidas através de diferentes interações como: textos, atividades, tarefas individuais ou em equipe, fóruns, chats e painéis.

Além dos seis mil títulos de mais de 25 editoras disponíveis na base e todo o acervo físico para pesquisa, os professores e tutores, de acordo com a atualidade, eventos e inovações, podem acrescentar conteúdo específicos às unidades, possibilitando aos estudantes integrarem ativamente o conteúdo ao seu cotidiano vivido. A equipe multidisciplinar, composta por professores tutores de ampla experiência,

acompanham a legislação e os mecanismos da web e conteúdos utilizados no ensino, incentivando métodos criativos e inovadores.

3.9.6.6. Processo de controle de produção ou distribuição de material didático (logística)

Os materiais institucionais são elaborados e/ou validados pela equipe multidisciplinar, de modo a atender às necessidades de cada disciplina e do Projeto Pedagógico dos cursos, proporcionando a disponibilização de conteúdos em diferentes mídias com uma linguagem adequada ao perfil dos estudantes, oferecendo apoio e suporte pedagógico ao professor na construção desse material.

Professor e tutor estão em constante interação de modo a construir um material instrucional coerente com as premissas da abordagem de aprendizagem de ensino a distância da FACHA e que atendam ao objetivo de desenvolver nos discentes as competências necessárias para sua formação profissional e como indivíduo.

Ao longo da condução do ciclo de aprendizagem cabe ao tutor entrar em contato com a equipe multidisciplinar responsável por esse conteúdo caso encontre alguma dúvida, assim como, ao final de cada turma, reunir-se com tal equipe para sugerir melhorias, adequações e revisões do material propostos.

O material ficará disponível no ambiente virtual para download. Caso o aluno possua dificuldade de acesso à internet poderá se direcionar ao Laboratório de Informática campus Botafogo para baixar todo o material com o apoio de uma equipe de suporte.

A escolha das mídias e tecnologias a serem utilizadas nas atividades de cursos ofertados na modalidade à distância é fator essencial para o sucesso da aprendizagem do aluno EaD. No processo de ensinoaprendizagem, o material didático deve ser o fio condutor entre a palavra escrita e a realidade vivida, contribuindo com o processo de construção do conhecimento. Nesse sentido, o material didático constitui-se em elemento mediador entre o aluno e o conteúdo a ser aprendido, sendo que o grande desafio colocado é gerar materiais que desafiem cognitivamente os alunos, promovendo o desenvolvimento de habilidades e competências imprescindíveis para o processo de formação.

Nesse sentido, a produção de material didático compõe um processo relevante que exige atenção em um projeto de EaD. Entendido como um processo de fluxo dinâmico com subprocessos e tarefas definidas, a equipe envolvida nesse cenário deve considerar alguns elementos específicos de entradas e saídas, desde a definição do coordenador do curso sobre as disciplinas que devem ser oferecidas a distância e que necessitam de produção e/ou disponibilização de material, passando pela escolha de professores e tutores.

3.10. Tecnologias de Informação e Comunicação (TIc) no processo ensino-aprendizagem

A FACHA introduz paulatinamente as Tecnologias de Informação e Comunicação no processo ensino-aprendizagem, como prevê seu PDI. As disciplinas oferecidas em EAD vão sendo incorporadas período a período de acordo com a avaliação da demanda existente e levando em conta as necessidades institucionais.

Os professores dispõem de tecnologias para suporte às aulas, como o ambiente do professor na Secretaria Virtual, no qual se pode disponibilizar conteúdos de material digitalizado, em base textual e multimídia. Todas as salas de aula são equipadas com recursos multimídia (TV LCD ou projetor; **computador desktop; infraestrutura de rede), com acesso à internet banda larga.**

Os laboratórios do Centro de Produção e Pesquisa têm sido usados como espaços de gravações, edições e produções diversas que ampliam o potencial de aprendizado com material audiovisual, permitindo formas diferenciadas de construir e compartilhar o conteúdo. Dessa forma, amplia-se a relação entre estudantes, professores e tutores, marcando-se a presença do ambiente digital dentro e fora de sala de aula em base contínua.

O acesso ao sistema virtual incorporou as funcionalidades das mídias responsivas, com a opção de o estudante acessar todos os conteúdos nos smartphones, favorecendo assim os hábitos de leitura dos que prezam pela mobilidade. Ao adentrar no sistema, os menus e conteúdos se readaptam automaticamente para oferecerem consumo mais confortável na tela do aparelho.

Do ponto de vista da administração da vida acadêmica, a FACHA oferece na Secretaria Virtual acesso a todos os dados do desempenho acadêmico; disciplinas

cursadas e faltantes; número de horas computadas em atividades complementares e estágios; acesso às pesquisas institucionais; inscrição em disciplinas e cursos de extensão; emissão dos carnês de mensalidades, entre outros serviços que ampliam a conveniência do uso da ferramenta, inclusive para os professores que podem usá-la para compartilhamento de conteúdos e lançamento de notas.

3.11. Procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem

Uma questão básica que tem sido preocupação constante da FACHA é a explicitação de um Projeto Político Pedagógico que parta de uma concepção teórica, crítica e reflexiva. Destaca-se como fundamental nessa reflexão, o Sistema de Avaliação do Processo Ensino-Aprendizagem que se dá no bojo deste projeto.

A avaliação não é um processo meramente técnico, implica uma postura política e inclui valores e princípios, refletindo inclusive uma concepção de sociedade. Por isso mesmo, pensar os fundamentos que norteiam as teorias avaliativas significa desvendar as ideologias em que se apoiam. Portanto, há uma estreita relação dialógica entre avaliação e concepção teórica da educação e que se estende para todo o processo educativo e ao próprio conceito de aprendizagem. **A finalidade da verdadeira aprendizagem consiste não em reproduzir um modelo, mas, sobretudo resolver situações, ou seja, criar, reinventar soluções**.

A avaliação nessa perspectiva não tem um fim em si mesmo, ao contrário, ela deve ser instrumento de diagnóstico para o próprio trabalho do professor na medida em que dá oportunidade de corrigir os possíveis desvios. Implica que os instrumentos de avaliação sejam elaborados e aplicados levando-se em conta alguns princípios: objetivos claramente definidos; preocupação com a melhoria da aprendizagem do estudante e da metodologia de ensino aprendizagem; planejamento adequado dos instrumentos de avaliação; clareza na comunicação e análise dos dados coletados pela avaliação, com rigor científico.

As avaliações dos estudantes baseiam-se nas competências, habilidades e nos conteúdos curriculares desenvolvidos tendo como referência as Diretrizes Curriculares.

No tocante aos procedimentos, **são utilizados vários instrumentos de avaliação, tais como: provas escritas, atividades práticas, apresentação de seminários, trabalhos de pesquisa em grupo e individuais, pesquisas de campo, relatórios**, entre outros.

As diretrizes orientadoras e disciplinares da prática avaliativa do processo ensino-aprendizagem, no âmbito dos cursos de Graduação da FACHA, encontram-se estabelecidas no Regimento Interno das Faculdades Integradas Hélio Alonso – FACHA. Essas diretrizes têm por função precípua assegurar a unidade de ação pedagógica, bem como a coerência com os princípios, concepções e linhas de ação, consoantes com o Regimento, PPI e PDI da Instituição.

A avaliação do rendimento escolar é feita por disciplina, de acordo com o aproveitamento obtido nos trabalhos acadêmicos durante o período letivo, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento. São considerados trabalhos acadêmicos: **provas escritas, provas orais, seminários, atividades de campo e outros propostos pelos respectivos professores e aprovados pelo coordenador do curso**. Os trabalhos acadêmicos são executados dentro dos prazos fixados pelo calendário acadêmico e sem prejuízo das demais atividades do Curso.

A avaliação do aproveitamento do aluno, em cada disciplina, é feita pelo professor, sendo expressa por meio de graus de qualificação, apresentados numericamente em **escala de 0 (zero) a 10 (dez)**, correspondente às seguintes notas:

- Nota de Avaliação de Aprendizagem 1 – AV1.
- Nota de Avaliação de Aprendizagem 2 – AV2.
- Nota de Avaliação de Aprendizagem 3 – AV3.

Os alunos devem realizar ao menos duas avaliações. Obtendo média igual ou superior a 6 (seis) e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) serão considerados aprovados nas respectivas disciplinas.

Serão reprovados os alunos com média inferior a 6 (seis), com qualquer frequência e os alunos com frequência inferior a 75% (setenta e cinco por cento) com qualquer média. Salvo os casos expressamente previsto em lei, não há abono de faltas.

Os alunos que tenham extraordinário aproveitamento nos estudos, demonstrado por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específicos, aplicados por banca

examinadora especial, poderão ter abreviada a duração dos seus cursos, de acordo com as normas dos sistemas de ensino.

É competência da coordenação do curso o acompanhamento do processo de avaliação e o encaminhamento para reavaliação, em última instância.

3.12. Número de vagas

O campus Méier da FACHA encontra-se localizado em uma região de grande relevância econômica para o município do Rio de Janeiro, além de ser também um ponto de ligação importante com outros bairros da cidade.

Na região do grande Meier são encontradas unidades de outras IES, tais como Universidade Estácio de Sá, Universidade Cândido Mendes e Centro Universitário Unicarioca, demonstrando o **potencial de demanda por ensino superior da região**.

A rede de transporte metroviário, com estações muito próximas ao campus Meier da FACHA, constitui-se uma importante alternativa de transporte, uma vez que a maioria de nossos estudantes não possui carro.

O Questionário Sociocultural aplicado em todos os processos seletivos revela que 76% dos nossos candidatos são da faixa etária de 17 a 25 anos, sendo 57% do sexo feminino, procedentes de diversas regiões do Rio de Janeiro, possuem curso de nível médio concluído em escola particular e pública e são conscientes das atividades profissionais para a qual fizeram opção. Seus estudos são, normalmente custeados pela família, com núcleo composto de 3 a 4 pessoas, cuja renda familiar encontra-se de 3 a 5 salários mínimos em média.

Mesmo diante de um cenário socioeconômico difícil, o município do Rio de Janeiro é considerado uma metrópole global, extremamente atrativa, polo cultural e uma das principais entradas de turistas no país. A economia do município do Rio de Janeiro, como uma cidade moderna e desenvolvida, está basicamente ligada ao comércio e aos serviços, atividades que contribuem com 85% do valor do PIB. É a principal porta de entrada do Brasil e destino de ¼ de todos os investimentos estrangeiros no país. O PIB per capita do município referente ao ano de 2013, de acordo com a CEPERJ, é de R$ 43.941,24. O cenário mercadológico e econômico da cidade do Rio de Janeiro se baseia na prestação

de serviços, tendo ainda uma parte significativa de indústria e pouca influência no setor de agropecuária.

Considerando que a região do grande Meier se constitui como um polo empresarial e de negócios, a oferta do curso de Marketing nesta região tem como objetivo suprir a carência de formação desse profissional. Dessa forma, dentre as potencialidades do curso, estão a **formação de profissionais que podem vir a desempenhar um papel de protagonismo no desenvolvimento sustentável do seu entorno geográfico e da comunidade local**.

Assim, o curso está voltado para **formação de profissionais que estarão na linha de frente da operação e gestão de atividades de cunho mercadológico nas empresas da região**, habilitando-os a desenvolver e realizar os processos de marketing com qualidade, eficiência e foco na sustentabilidade, contribuindo de forma criativa e flexível para a construção de uma empresa bem-sucedida e competitiva, enquanto integrada ao seu contexto social.

Tendo em vista todas as características regionais apresentadas, fica demonstrado o quanto o curso de Marketing pode contribuir significativamente para o desenvolvimento humano, organizacional e regional do município do Rio de Janeiro.

O município do Rio de Janeiro, capital do Estado e segunda maior capital do país, possui entorno de 6,5 milhões de habitantes (IBGE, 2016). É neste contexto populacional, que está inserido o campus Méier da FACHA, localizado na zona norte da cidade. Este dado ratifica a necessidade de formar um profissional empreendedor e capacitado para atuar de acordo com as demandas dessa região.

PERCENTAGEM DOS OCUPADOS SEGUNDO A POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO: ESTADO E CIDADE DO RIO DE JANEIRO E ÁREAS, 2010

	POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO (%)					
	EMPREGADOS COM CARTEIRA ASSINADA	EMPREGADOS SEM CARTEIRA ASSINADA	FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS E MILITARES	CONTA PRÓPRIA	EMPREGADORES	NÃO REMUNERADO, NÃO DEFINIDO
ERJ	52,8	17,7	6,0	20,1	1,9	1,5
Rio de Janeiro	55,6	14,5	7,0	19,4	2,3	1,2
Centro e Zona Sul	54,7	12,2	8,3	19,8	3,8	1,2
Zona Norte	57,9	14,4	6,7	18,6	1,4	1,1
Zona Oeste	53,7	16,1	6,4	20,0	2,4	1,4

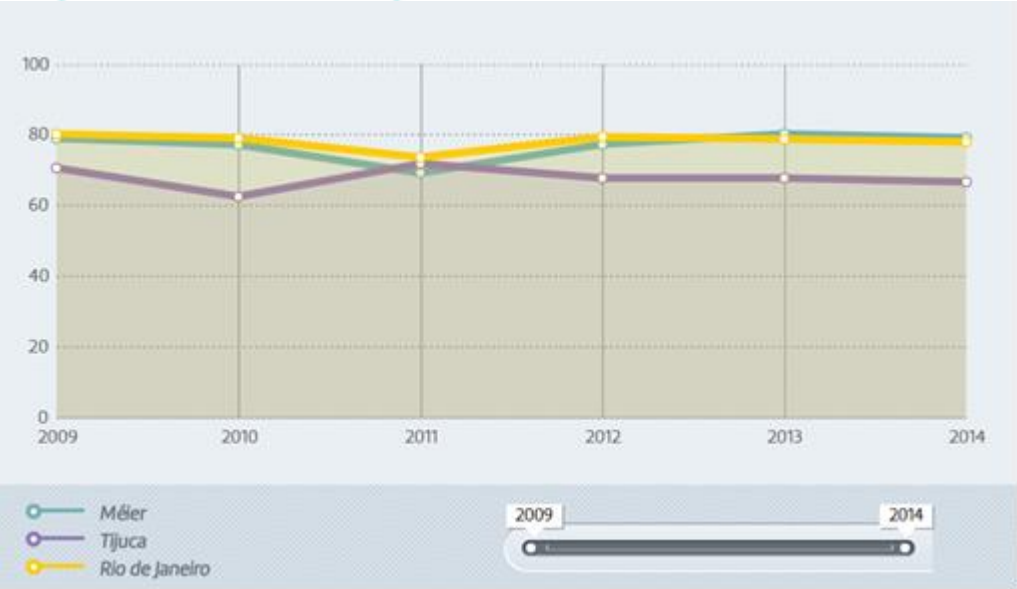
Fonte: IETS, com base em estimativas produzidas a partir dos microdados e de dados do Censo/IBGE (2010).

Com base nos dados divulgados pela Secretaria Municipal de Urbanismo do município, o local é um tradicional e importante polo comercial do Rio de Janeiro, cuja atividade econômica envolve, em sua ampla maioria, os segmentos de comércio e prestação de serviços. Trata-se de uma região da cidade com uma das maiores quantidades de mão-de-obra empregada no município.

Por outro lado, nas adjacências do campus Meier estão situadas várias comunidades que vivenciam dificuldades financeiras e de acesso à saúde, educação, lazer, cultura, condições adequadas de moradia, dentre outros aspectos essenciais à qualidade de vida de um indivíduo e de uma sociedade, além das conhecidas questões delicadas relacionadas à periculosidade, violência e criminalidade. **É nesta realidade complexa e contraditória de crescimento e potencial de determinadas regiões e públicos em meio à desigualdade social e pobreza de outros que está inserido o campus Meier da FACHA**.

O campus Meier da FACHA está inserido neste contexto, ciente do seu papel transformador da comunidade local, ofertando não somente as condições pedagógicas, como também a estrutura necessária para que a comunidade do entorno tenha acesso a Educação Superior com a qualidade desejada.

Estatísticas como a abaixo demonstrada, deixam claro as carências enfrentadas. 80% das escolas públicas da Região Administrativa do Meier não possuem laboratórios, por exemplo.



FONTE: Alunos de Ensino Médio da rede pública sem acesso a laboratórios (IBGE, 2014)

Há uma demanda cada vez maior por profissionais da área de marketing, especialmente para dar conta do fenômeno recente de surgimento de startups, de todo o ecossistema empreendedor altamente dinâmico existente na cidade e do crescimento do segmento de marketing digital, voltado a todo tipo de negócio e portes de empresas. E o mercado do Rio de Janeiro mostra grande potencial em ambas as frentes.

Em termos geográficos, o estado de São Paulo é líder disparado em **número de startups** filiadas à Associação Brasileira de Startups: são 31%. Minas Gerais – onde fica San Pedro Valley, região de Belo Horizonte que abriga startups como RockContent e SambaTech – está em segundo lugar, com 9%. **Em terceiro está o Rio de Janeiro, com 8% (ABStartups, 2017)**.

O crescimento do setor de marketing digital, por sua vez, não dá o menor sinal de arrefecimento. O Senso Digital publicado pela ABRADI (Associação Brasileira de Agências Digitais) mostra um crescimento acelerado do setor. E com a percepção das empresas sobre a importância de uma presença online cada vez maior nos dias de hoje, a **perspectiva é de que continue acelerado pelos próximos anos**. Dessa forma, **juntando-se a carência de profissionais qualificados com a expansão do setor, a tendência é que também os salários no marketing digital continuem em alta**.

Como parâmetro geral, podemos tomar como base a média salarial dos profissionais de marketing digital, calculada pelo Sistema Nacional de Empregos (SINE), que aponta um **valor aproximado de R$ 3.200,00 como remuneração média para este tipo de profissional**, com tendências de crescimento.

O total de vagas estipulado para este curso foi de 160 vagas anuais. Esse número levou em consideração dados quantitativos e qualitativos obtidos por meio de pesquisa nos colégios da região, a qual demonstrou que haveria uma boa demanda para a implantação do curso.

Em relação às instalações, o campus Méier passou recentemente por uma reforma, ampliando às condições de infraestrutura necessária para o curso, com a disponibilização de salas e laboratórios para o seu desenvolvimento. Atualmente, estão instalados no referido campus, somente os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

O corpo docente do curso possui um quantitativo de 21 professores que atendem perfeitamente ao número de alunos matriculados.

3.13. Formas de Acesso ao Curso

O ingresso nos cursos de graduação da FACHA é feito mediante processo de seleção, fixado pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPEX. A elaboração e a execução dos processos seletivos para os cursos de graduação estão a cargo da Comissão de Vestibulares, nomeada pelo Diretor Geral, com profissionais experientes e em contínuo aperfeiçoamento.

As inscrições para o processo seletivo são abertas em edital, do qual constam os cursos oferecidos, com as respectivas vagas, o prazo de inscrição, a relação de documentos, os períodos das provas, os critérios de classificação e desempate e demais informações úteis. O manual do candidato contém todas as informações e normas do processo seletivo; é parte integrante do edital.

Os critérios e normas de seleção e admissão levam em conta as referências e orientações do ensino médio e a articulação com os órgãos normativos dos sistemas de ensino. Estão aptos a ingressar nos cursos superiores da FACHA os alunos que possuem ensino médio completo (segundo grau). Candidatos que cursaram o ensino médio no

exterior devem apresentar declaração de equivalência de estudos, homologado pelos órgãos competentes.

A classificação obtida nos processos de seleção é válida para a matrícula no período letivo para o qual se realize o concurso ou a título de reserva de vaga para outro semestre, conforme previsto no Edital. Havendo vagas remanescentes, poderá ser realizado novo processo de seleção destinado a candidatos em geral ou aos já graduados em nível superior e transferidos.

Além do ingresso por vestibular, são previstas ainda as seguintes formas de acesso:

- **ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio):** para o candidato que assim desejar, de acordo com Edital do Vestibular.
- **Portadores de diploma de nível superior:** destinado a graduados que podem requerer ingresso em curso superior, condicionado à existência de vagas abertas pela Faculdade.
- **Transferência Externa:** oportunidade de estudantes regulares de outros estabelecimentos de ensino, nacionais ou estrangeiros, ingressarem em cursos de áreas afins, na FACHA, condicionados à existência de vaga.
- **PROUNI (Programa Universidade para Todos):** a FACHA aderiu ao Programa recebendo, semestralmente, candidatos selecionados pelo Ministério de Educação e concedendo bolsa integral.

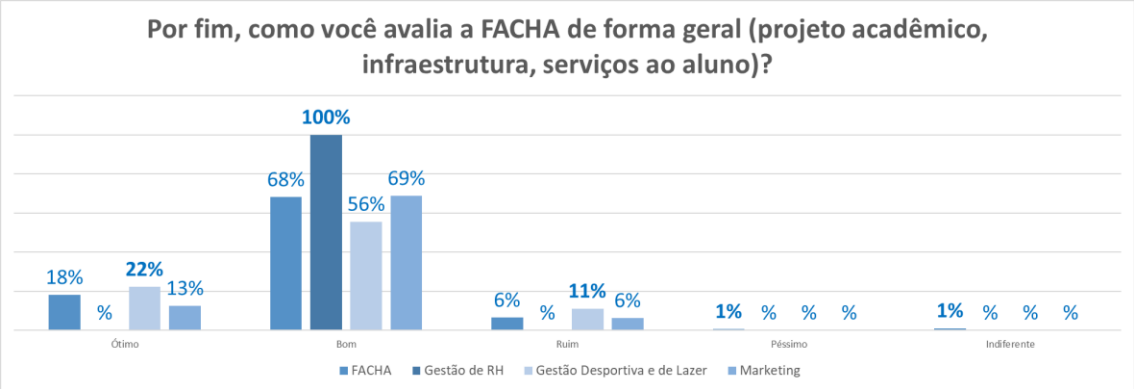
3.14. Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa

A FACHA avalia suas práticas pedagógicas, administrativas e ambientes físicos, reconhecendo na investigação da realidade conduzida pela Comissão Própria de Avaliação – CPA um processo consistente para melhoria contínua. Nos anos recentes, os métodos de avaliação em todas as etapas vêm sendo refinados tanto no seu planejamento, aplicação e tratamento, como também na consideração efetiva e permanente de resultados para aprimorar os cursos, conforme o direcionamento institucional e as metas estabelecidas pelo SINAES nas diretrizes por dimensões (Lei 10.861/2004).

Sob coordenação da Comissão Própria de Avaliação, a Pesquisa Institucional tem sido instrumento importante para compreender a realidade, ao revelar as opiniões de docentes, discentes, profissionais técnico-administrativos e sociedade civil. **Ouvir as opiniões de seus diferentes públicos tem sido aspecto fundamental no direcionamento do planejamento e da gestão de cada departamento, curso, assim como da própria instituição**.

Conduzida de maneira autônoma, a CPA/FACHA se reúne regularmente para planejar as avaliações, traçar diagnósticos baseados em informações metodologicamente consistentes, debater sobre os resultados encontrados indicando ações corretivas, assim como divulgar os resultados encontrados para os diferentes públicos envolvidos com a instituição.

Melhorias na infraestrutura de ambas as unidades, reaparelhamento de laboratórios, novo layout de salas, revisão de serviços administrativos, atualização de projetos pedagógicos dos cursos, entre outras mudanças, são a constatação da atuação efetiva da CPA.



Os resultados da CPA são fonte primária para os coordenadores direcionarem suas decisões semestre a semestre, tendo o pulso do sentimento de seus alunos sobre o desempenho da IES. **Aliados aos resultados dos trabalhos da CPA, unem-se outras pesquisas, notadamente a Avaliação Docente, que oferece a cada professor uma visão individualizada e detalhada de seus alunos sobre o trabalho feito no semestre anterior**.

Enfim, um ambiente de informação em fluxo se estrutura a partir do trabalho organizado pela CPA e demais setores, atuando harmoniosamente, formando conhecimento de maneira consistente, organizada e contínua.

Para além da aplicação da metodologia tradicional, as coordenações dos cursos e mesmo a Secretaria Geral da instituição têm sido incentivadas a conduzir outros métodos para avaliar o desempenho de professores e funcionários, partindo do princípio de que uma grande avaliação anual não impede que se façam outras mais pontuais.

Assim, entrevistas individuais e reuniões com pauta livre, com o interesse de ouvir professores e funcionários, tem sido prática regular. No caso dos alunos, **a instância da Ouvidoria é também responsável por acolher as sugestões, reclamações e seus pontos de vista formalmente**, assim como o acesso irrestrito aos próprios coordenadores de cursos nos casos pertinentes. Nas reuniões de planejamento estes dados (já sistematizados) em contraponto ao relatório final da CPA servem para subsidiar a tomada de decisão, a fixação de objetivos gerais e metas específicas.

4. CORPO DOCENTE E TUTORIAL

4.1. Núcleo Docente Estruturante – NDE

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) é **órgão deliberativo e normativo em matéria de natureza acadêmica no âmbito dos cursos, sendo presidido pelo coordenador do curso**.

O NDE constitui-se de um grupo de docentes, com atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuante no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do projeto pedagógico do curso, conforme a Resolução nº 1, de 17 de junho de 2010 da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior – CONAES.

São atribuições do Núcleo Docente Estruturante:

a) Contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso.

b) Zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo.

c) Indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso.

d) Zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.

e) Acompanhar as atividades do corpo docente, recomendando ao Conselho de Curso a indicação

f) ou substituição de docentes, quando necessário.

g) Elaborar, acompanhar a execução e propor alterações no Projeto Pedagógico do Curso.

h) Avaliar, constantemente, a adequação do perfil profissional do egresso do curso.

i) Propor procedimentos para a autoavaliação do curso.

j) Propor ajustes no curso a partir dos resultados obtidos na autoavaliação e nas avaliações externas.

O NDE constitui-se de um grupo de docentes, com atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuante no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do projeto pedagógico do curso, conforme a Resolução nº 1, de 17 de junho de 2010 da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior – CONAES.

São atribuições do Presidente do Núcleo Docente Estruturante:

a) Convocar e presidir as reuniões, com direito a voto, inclusive o de qualidade;
b) Representar o NDE junto aos órgãos da instituição;
c) Encaminhar as deliberações do Núcleo;
d) Designar relator ou comissão para estudo de matéria a ser decidida pelo Núcleo e um representante do corpo docente para secretariar e lavrar as atas;
e) Coordenar a integração com os demais colegiados e setores da instituição.

4.2. Equipe Multidisciplinar

O NEAD é composto por uma Coordenação, Equipe Multidisciplinar; Gerência de Tecnologia e Informação e uma Equipe de Apoio para suporte.

A equipe multidisciplinar é composta por professores de diferentes áreas do conhecimento e as reuniões são abertas à participação dos coordenadores de graduação, em contato com os professores e tutores de EAD. **Os membros da equipe têm como requisitos mínimos: ter experiência com aplicativos do pacote Microsoft Office (Word, Excel e Power Point) e navegação na internet, além de experiência em EAD**. Os profissionais participantes são nomeados por meio de portarias para atuar em atividades pedagógicas e/ou administrativas na EAD.

As funções atribuídas aos profissionais da Equipe Multidisciplinar são:

a) Realizar atividades online, procedimentos que garantam a comunicação mediatizada e dialógica.

b) Atender os estudantes online, via web, presencialmente ou por telefone.

c) Avaliar o desenvolvimento dos estudantes e seu progresso, promovendo ações pedagógicas complementares e de apoio.

d) Manter atualizadas as atividades e questões de provas das disciplinas online.

e) Orientar, assessorar e acompanhar os alunos de EAD nos pedidos e solicitações, acompanhando as colocações de mensagens e atuando quando necessário.

f) Cooperar e manter os dados acadêmicos dos alunos e o funcionamento do AVA.

g) Conceber, produzir e disseminar as tecnologias, metodologias e os recursos educacionais para a educação a distância.

h) Participar da organização e execução das atividades de formação continuada do EAD.

i) Planejar e avaliar o trabalhos e eventos pedagógicos.

j) Auxiliar na gravação, edição e publicação de vídeo-aulas, vinhetas e demais produções audiovisuais que o EAD venha a precisar.

k) Atender a coordenação do NEAD, dentro de sua área de atuação.

l) Avaliar as atividades online realizadas pelos alunos.

m) Manter atualizadas as atividades e questões de provas das disciplinas online.

n) Orientar, assessorar e acompanhar os alunos de EAD nos pedidos e solicitações em suas dificuldades e dúvidas.

o) Planejar, acompanhar, executar e avaliar as atividades do EAD.

p) auxiliar na gravação, edição e publicação de vídeo aulas, vinhetas e demais produções audiovisuais que a EAD venha a precisar.

q) participar de atividades relacionadas aos projetos pedagógicos dos cursos de graduação e pós-graduação da EAD.

r) Pesquisar e divulgar metodologias ativas e práticas pedagógicas a serem trabalhadas pelos professores e tutores.

s) Acompanhar e avaliar o desempenho dos alunos EAD.

A composição da Equipe Multidisciplinar contempla a coordenação do NEAD e tutores com habilidades, competências e conhecimentos complementares, que enriquecem a dinâmica dos cursos de graduação e pós-graduação.

A Equipe Multidisciplinar da FACHA é formada por:

a) Profª Adamir Antunes Pereira Gallignani – Pedagogia, Geografia, Administração de Sistemas de Ensino, Administração Acadêmica e Universitária.
b) Prof. João Luiz Carvalho Rocha de Oliveira – Administração, Metodologia do Ensino Superior, Administração e Desenvolvimento Empresarial.
c) Prof. Jorge Vieira da Rocha – Administração, Psicologia, Administração e Desenvolvimento Empresarial.
d) Luis Alfredo Chrysostomo Guimarães – Administração, Gestão Ambiental e Ciências.
e) Reginaldo Canha Júnior – Tecnologia da Informação.
f) Ana D'Arc Maia Pinto – Tecnologia Educacional e Pedagogia.
g) José Luiz Abreu Dutra – Ciências Sociais e Administração.
h) Valéria Teixeira Macaciel – Marketing Empresarial e Administração.

A equipe multidisciplinar leva em consideração as análises dos cursos, de suas matrizes curriculares, do ambiente interno, da avaliação diagnóstica formativa e somativa para a definição de sua expansão, assim como o apoio ao desenvolvimento dos cursos de graduação e pós-graduação online. Oferece também apoio pedagógico e metodológico online para os cursos presenciais da instituição.

4.3. Atuação do Coordenador

As Faculdades Integradas Hélio Alonso possuem uma estrutura organizacional funcional, racional e flexível que atende a todas as atividades que lhe são próprias, com rápido fluxo de decisões entre os diferentes setores que a integram. A gestão acadêmico-administrativa é realizada pela Coordenação de Curso com o apoio dos demais setores administrativos da IES – Secretaria Geral, Divisão de Apoio ao Ensino, Central de Atendimento, entre outros.

A Coordenação do Curso Tecnológico de Marketing é conduzida pelo Professor Alexandre Cesar Motta de Castro, cujo perfil resumido é destacado abaixo.

- Mestre em Administração de Empresas, com ênfase em planejamento organizacional e gestão de recursos humanos pela PUC Rio. MBA em Gerenciamento de Projetos pela FGV-RJ. Economista pela PUC Rio.
- Certificado Scrum Master para gestão ágil de projetos pela Scrum Alliance.
- Avaliador Institucional do INEP-MEC para reconhecimento de cursos de graduação.
- Elaborador de questões para o BNI-ENADE do INEP-MEC do ciclo de avaliação de 2018.
- Assessor-chefe da Assessoria de Planejamento Estratégico da Fundação Centro Estadual de Estatística, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Estado do Rio de Janeiro (CEPERJ) desde 2019.
- Coordenador do Centro de Educação Tecnológica das Faculdades Helio Alonso (FACHA) desde 2015.
- 20 anos de destacada experiência profissional em cargos de coordenação e direção de importantes instituições de ensino superior (ULBRA, São José, UniverCidade, UVA, FACHA, etc.).
- Vivência de 25 anos como professor em cursos de graduação e pós-graduação em disciplinas das áreas de marketing, recursos humanos, planejamento estratégico e gestão de projetos em destacadas instituições de ensino superior (PUC Rio, IBMEC, FGV, Estácio, Universo, ULBRA, UniverCidade, UVA, Unigranrio, FACHA, IBMR Laureatte, SENAC, etc.).
- Experiência de 15 anos na realização de projetos de consultoria em gestão de recursos humanos, gestão estratégica, gerenciamento de projetos, organização de empresas e

implantação de escritórios de gestão de projetos pela ProCompetence Consultoria, FGV Projetos, entre outras.

- Autor do livro “Marketing Canvas – planejamento de marketing interativo”, publicado pela Editora Altabooks.
- Autor do livro e e-book “Quem precisa de Peter Drucker: enfrentando com bom senso e bom humor os desafios cotidianos do trabalho no mundo corporativo”, publicados pela Editora Publiki.
- Co-autor do livro “Planejamento e Gestão Estratégica de TI” e revisor técnico dos livros “Fundamentos de Governança de TI”, “Governança de TI” e “Gerenciamento de Projetos de TI”, publicados pela Editora da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP).
- Experiência em coaching e treinamento para desenvolvimento de executivos e novas lideranças.

Ao coordenador cabe a execução das atividades e diretrizes previstas no PPC e no PDI e a implementação dos demais projetos promovidos e idealizados pela FACHA, **com base em um Plano de Ação que define objetivos, metas e indicadores de gestão a serem alcançados**. Este encontra-se documentado como um anexo deste PPC, e está em fase de discussão e validação com o NDE do curso e com a Direção Acadêmica, sendo um documento propositivo para o ciclo de planejamento 2020-2021, quando deverá efetivamente ser utilizado para nortear todas as decisões tomadas no âmbito do curso.

4.4. Regime de trabalho do coordenador de curso

O regime de trabalho do coordenador é de tempo integral. Além de suas atividades docentes no curso de Marketing e no curso de Administração, o coordenador desenvolve suas atividades de gestão dos cursos de acordo com as demandas existentes, atendendo plenamente as exigências, seja para garantir o atendimento aos alunos e promover reuniões com o corpo docente em suas várias formas de organização, seja para realizar as atividades de natureza administrativa e acadêmica relacionadas ao escopo de sua atuação.

4.5. Corpo docente: titulação e regime de trabalho

O corpo docente do curso de Marketing conta com professores com sólido perfil acadêmico e profissional, caracterizado por um equilíbrio de experiências e vivências que traz um enorme ganho de qualidade para o processo de ensino-aprendizado. Trata-se de uma **equipe coesa e bastante estável ao longo dos anos**, o que tem permitido a manutenção de políticas bem sucedidas sem prejuízo à inovação e renovação de ideias e práticas.

O corpo docente do curso possui o **percentual superior a 75% de mestres e doutores.** Quanto ao regime de trabalho, **mais de 80% dos professores tem contrato de trabalho em regime integral e parcial.**

O corpo docente tem atuação relevante no aperfeiçoamento das práticas adotadas nas diferentes disciplinas do curso, propondo sistematicamente atualizações nos planos de ensino que são submetidas à apreciação da coordenação do curso e do NDE, de tal forma a serem incorporados novos conteúdos, práticas metodológicas inovadoras e referências bibliográficas mais recentes.

Destaca-se ainda que **grande parte dos professores do curso de Marketing também ministra aulas em outros cursos da FACHA, o que estimula o intercâmbio interno e facilita a integração** e o desenvolvimento de atividades com objetivos comuns.

4.6. Políticas de Qualificação

A qualificação dos docentes constitui uma preocupação permanente da FACHA, como forma de garantir a excelência do ensino, em articulação com as atividades de extensão e de pesquisa. Além da valorização da titulação acadêmica como critério de seleção, **a IES proporciona mecanismos de estímulo à qualificação, dentre eles o pagamento de adicional progressivo a especialistas, mestres e doutores e promoções no Plano de Carreira Docente aos professores com obtenção de nova titulação acadêmica**.

Na FACHA percebeu-se desde logo que o processo de ampliação do número de cursos, e subsequentemente na transformação em Centro Universitário, teria de passar invariavelmente pelo cumprimento de um conjunto de melhorias, do qual o mais

importante corresponde à qualidade dos recursos humanos de que dispõe, especialmente dos componentes de seu corpo docente.

Por isso, na FACHA vem sendo desenvolvida uma série de ações sistematicamente destinadas à melhoria da qualificação de seus professores, mediante a oferta de cursos de especialização, aperfeiçoamento e atualização, ao lado da realização de seminários e outros encontros.

A IES tem proporcionado apoio a iniciativas individuais de professores para ingresso ou continuação de estudos em programa de pós-graduação stricto-sensu. Além disso, ampliou as exigências para seleção de novos docentes, visando contratar profissionais já portadores de mestrado ou, pelo menos, com participação em programas dessa natureza.

Desde logo compreenderam os dirigentes da Instituição, bem como os componentes da Comissão Própria de Avaliação, ser indispensável o estabelecimento de uma política institucional, capaz de viabilizar diretrizes e ações compatíveis com os mecanismos consistentes e duradouros para capacitar, adequada e ordenadamente, seu corpo docente, bem como de seu pessoal técnico-administrativo. Em consequência, decidiu-se elaborar planos de capacitação docente e de qualificação do pessoal técnico-administrativo, de acordo com as necessidades da IES.

Assim, as políticas da FACHA constituem-se em diretrizes gerais e orientações para ação que regem todo o corpo de funcionários da Instituição. Em sua **política geral de recursos humanos** a FACHA considera fundamental:

- Promover as melhores relações entre professores, funcionários e estudantes.
- Valorizar os Recursos Humanos como maior patrimônio da Instituição.
- Dispensar a todos o mesmo tratamento, com justiça, respeito e dignidade.
- Proporcionar a participação de todos nos debates e nas decisões que afetam a vida da Instituição.
- Buscar elevados padrões de conduta profissional.
- Promover a qualidade universitária.
- Valorizar a qualificação, a competência, o desempenho e a participação.
- Valorizar o pessoal docente em tempo integral como agentes de suporte do desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.

4.7. Plano de Carreira Docente

As normas e diretrizes gerais aplicáveis ao corpo docente são estabelecidas pelo Regulamento da Carreira Docente e pela legislação vigente. O Regulamento específico que rege os dispositivos do quadro de carreira docente é aprovado pelo Conselho Superior – CONSUP, e dispõe sobre os requisitos básicos para ingresso e promoção na carreira, enquadramento funcional, exigências de titulação, experiência profissional e demais normas reguladoras para o exercício do magistério na FACHA.

O Plano de Carreira Docente compreende quatro categorias de professores: auxiliar, assistente, adjunto e titular, estando ainda prevista a contratação eventual e por tempo determinado de professores visitantes e substitutos.

A valorização do corpo docente faz parte do histórico da FACHA, honrando sempre seus compromissos financeiros e morais e mantendo um excelente relacionamento com o sindicato dos Professores do Município do Rio de Janeiro.

4.8. Critérios de Seleção e Admissão

As Faculdades Integradas Hélio Alonso dispõem de um processo de seleção e admissão de professores, alinhado com o desenvolvimento de seu projeto pedagógico institucional. **Os critérios baseiam-se num conjunto de competências e habilidades indispensáveis para o alcance dos objetivos institucionais**. A instituição prioriza a admissão de docentes com maior titulação acadêmica como forma de favorecer à excelência no ensino e pesquisa. São indicadores básicos neste processo:

- Diploma de curso de graduação na área de atuação pretendida.
- Títulos de pós-graduação em áreas de conhecimento compatíveis com as disciplinas a serem ministradas.
- Experiência anterior que indique qualificação profissional e acadêmica.
- Demonstração de competências técnicas, comportamentais e sociais compatíveis com o exercício docente, avaliadas mediante realização de entrevistas e prova de aula.

Além da inscrição através dos meios tradicionais, a FACHA possibilita aos candidatos, o envio de suas informações através de um banco de dados acessível ao público através do endereço eletrônico: FACHA.edu.br.

A substituição eventual de professores é realizada pela coordenação do curso e aprovada pelo Núcleo Docente Estruturante, priorizando os docentes da IES. Na ausência dos mesmos, é aberto o processo externo conforme descrito acima.

O professor poderá solicitar afastamento, com ou sem remuneração de suas funções para participar de programas de capacitações, eventos científicos, técnicos ou culturais, assuntos particulares bem como exercer função pública.

4.9. Experiência profissional e no exercício da docência superior do corpo docente

O corpo docente do curso de Marketing conta com professores com sólido perfil acadêmico, experiência de mercado diversificada e grande vivência docente no ensino superior, equilibrando esse conjunto de competências de tal forma a constituir uma equipe capaz de agregar profundo valor ao processo de ensino-aprendizado. Trata-se de uma **equipe coesa e bastante estável ao longo dos anos**, o que tem permitido a manutenção de políticas bem sucedidas sem prejuízo à inovação e renovação de ideias e práticas. O perfil completo dos professores pode ser verificado na documentação anexa a esse PPC.

4.10. Experiência no exercício da docência na educação a distância

O corpo docente de EAD tem larga experiência no ensino superior e em EAD, evidenciando a propriedade com que esses profissionais se relacionam com as rotinas acadêmicas presenciais e fazem a transposição desse modo de trabalhar para ferramentas inovadoras de ensino a distância. São professores com larga produção acadêmica e conduzem atividades com os estudantes que evidenciam a liderança exercida por esses profissionais.

Com experiência no exercício da docência, os professores-tutores fazem na plataforma EAD da IES a interação com o estudante, identificando as eventuais necessidades de aprendizagem, oferecendo conteúdo em linguagem adequada a tal

perfil, com exemplos atualizados e ligados ao cotidiano do jovem residente no Rio de Janeiro.

Desenvolvem-se igualmente atividades sob medida para os casos de estudantes com dificuldades em acompanhar o curso regular em EAD. As avaliações de aprendizagem também são previstas incluindo os repertórios mais assimilados pelos estudantes, aqueles que foram mais apreciados e as atividades desenvolvidas com mais desenvoltura ao longo do ciclo de aprendizagem.

Os conteúdos que atualmente são oferecidas neste formato estão **dentro do limite legal de 20% da carga horária máxima do curso**.

4.11. Experiência no exercício da tutoria na educação a distância

O corpo tutorial satisfaz as necessidades de uso da plataforma EAD utilizada pela FACHA e desperta o interesse dos estudantes do curso de Marketing, mobilizando e engajando esse público para aprender a lidar com as situações de aprendizagem no ambiente virtual. Os tutores desempenham um papel social de interação ao fazer o contato presencial na ambientação a cada início de período. Eles incentivam a participação e envolvimento com as atividades propostas no AVA, estimulando o pensamento crítico dos alunos.

O corpo tutorial desenvolve um papel pedagógico e intelectual, encorajando a construção colaborativa em rede na construção do conhecimento entre os participantes no processo de aprendizagem e suas dificuldades didáticas. Os professores enriquecem e complementam os conteúdos online, tendo em vista os planos de ensino, possibilitando alinhar os conhecimentos a serem trabalhados a distância. Assim, demonstra qualidade no relacionamento e comprometimento pela qualidade no processo de ensino.

4.12. Atuação do colegiado de curso

O Colegiado de Curso é órgão deliberativo e normativo em matéria de natureza pedagógica, e é constituído pelo Coordenador de Curso, que o preside, por todos os professores do Curso, por um representante dos alunos, indicado por seu órgão

representativo, que esteja regularmente matriculado no curso e por um representante do Núcleo de Educação a Distância.

São atribuições do Colegiado de Curso:

a) Apresentar propostas relacionadas ao Projeto Pedagógico do Curso e acompanhar sua execução.
b) Coordenar os programas de ensino e as experiências pedagógicas.
c) Propor alterações na regulamentação da verificação do rendimento escolar, do trancamento de matrícula, da transferência interna e externa, para decisão do Conselho Superior.
d) Acompanhar a execução do calendário acadêmico e o cumprimento de programas aprovados.
e) Emitir resoluções e normas complementares, dentro de sua esfera de competência.
f) Propor práticas de diversificação e flexibilização curricular, ouvido o NDE, e estabelecer parâmetros para a consolidação da aprendizagem por todos os alunos do curso, inclusive aqueles com deficiência fisiológica ou psicológica, transtornos globais de desenvolvimento e altas habilidades/superdotação.
g) Analisar e aprovar, alterações no projeto pedagógico do curso, propostas pelo NDE, e encaminhar o PPC para aprovação do Conselho Superior.
h) Propor e implementar a autoavaliação no âmbito do curso em complemento à avaliação institucional.
i) Realizar avaliação periódica sobre seu desempenho, para implementação ou ajustes de práticas de gestão.

Evidencia-se assim o fluxo decisório estabelecido para dar encaminhamento às deliberações do Colegiado do curso. Decididas pelo Colegiado a partir das proposições do NDE, as questões são endereçadas para análise, validação e decisão final do CONSUP, o qual determina os necessários desdobramentos para implementação.

4.13. Titulação, formação e experiência do corpo de tutores em educação a distância

A FACHA instituiu uma política de capacitação e formação continuada para o seu corpo de tutores e pretende durante o período de vigência desse PDI implantar em todos

os seus cursos 20% da carga horária em EAD. Com isso, será necessário capacitar os seus tutores para que possam assumir seu papel com a qualificação adequada.

O plano contempla ações de desenvolvimento no EAD da FACHA. Nesse sentido, o tutor receberá treinamento sobre sua atuação como tutor e, por fim, sobre a prática na ferramenta EAD usada na instituição. Esses são pré-requisitos para o tutor assumir seu papel no EAD.

Foi desenvolvido um Manual de Formação do Tutor com premissas que o tutor precisa saber para o Ensino a Distância. Além disso, **é feito um treinamento cujo objetivo é ajudar os tutores a utilizar a tecnologia para planejar, colaborar e facilitar tanto o processo de construção dos elementos pedagógicos, quanto a troca de experiência entre os grupos**.

A despeito desse esforço institucional de capacitação contínua dos tutores e candidatos a tutores, **os profissionais que atualmente desempenham esse papel possuem experiência relevante em ensino a distância**, contribuindo para agregar valor ao processo de ensino-aprendizado que se dá nas disciplinas oferecidas em EAD em toda a IES, e notadamente também no curso de Marketing.

Essa experiência pode ser observada na documentação anexa que resume o perfil dos tutores em atividade.

4.14. Produção científica, cultural, artística ou tecnológica

A prática da pesquisa na FACHA tem como princípio fundamental estimular nos discentes o desenvolvimento do espírito crítico e do pensamento reflexivo, por meio do incentivo ao trabalho de investigação científica, com a inserção de eixos de pesquisa nas matrizes curriculares. A pesquisa na FACHA viabiliza o aprofundamento conceitual e prático, proporcionando experiências de trabalho e subsídios para a continuidade dos estudos dos estudantes, além de estimular o envolvimento e a coatuação dos corpos docente e discente em projetos acadêmicos.

As atividades de pesquisa estão relacionadas de forma direta com o compromisso social, buscando o desenvolvimento tanto das atividades diretamente ligadas à investigação – problematização, levantamento de dados, conceituação, interpretação e

conclusão, quanto em oferecer retorno à comunidade sobre as pesquisas em andamento, através de sua divulgação em diferentes veículos, tais como o site oficial da Instituição, eventos, programas em canais universitários, publicações em periódicos e livros e projetos de extensão.

No Núcleo de Pesquisa da FACHA, sob a orientação do professor coordenador, os alunos desenvolvem projetos de médio e longo prazo, sempre sob orientação docente, visando sua iniciação no campo da pesquisa científica e da produção científica.

Sob a ótica docente, a revista COMUM, indexada segundo critérios da plataforma Qualis, de publicação semestral, integra indistintamente todos os membros do seu quadro de professores através da publicação de trabalhos em diversas áreas de investigação, admitindo a colaboração de docentes de todos os cursos da FACHA, o que possibilita e estimula a colaboração entre os docentes para a produção de trabalhos de natureza interdisciplinar.

Numa linha discente, apesar do curso de Marketing não contemplar em seu PPC a monografia final de curso ou outro tipo de Trabalho de Conclusão de Curso, os alunos são incentivados no processo de construção do Projeto Integrador a desenvolverem estudos de mercado que exigem levantamento de dados e informações necessários para subsidiar o processo de elaboração do Planejamento Estratégico de Marketing e do Plano de Marketing a ser apresentado no final do curso no contexto da disciplina Projeto Integrador III, o que representa uma forma de contribuir para uma formação sólida dos alunos e sua inserção no mercado de trabalho.

Sob essa perspectiva discente, essa prática busca:

- Estimular a investigação da realidade, possibilitando uma forma crítica de se olhar o mundo.
- Proporcionar a aprendizagem de técnicas e métodos de pesquisa em diferentes áreas.
- Fomentar o desenvolvimento de trabalhos autônomos.
- Proporcionar a continuidade e aprofundamento da formação curricular.
- Estimular o encontro com diferentes áreas do saber, a partir do envolvimento nos projetos de pesquisa.

Já em relação ao corpo docente, os propósitos são:

- Fomentar uma maior interação entre estes e o corpo discente.
- Investir na continuidade de sua formação acadêmica e científica.
- Criar condições para a construção de projetos que possuam originalidade, relevância acadêmica e social, e qualidade técnica, a partir de um grupo de pesquisa e de funcionários auxiliares, que ofereçam suporte às etapas do mesmo.
- Estimular o aumento da produção científica.

5. INFRAESTRUTURA

O Campus Méier, situada à Rua Lucídio Lago, nº 345, segue as características da sede, concentrando quatro pavimentos totalmente adaptados para as atividades de ensino, com dois pátios: interno e externo, este ainda com ambiente arborizado. Localizada estrategicamente na principal região da Zona Norte, essa nossa unidade fica na área mais calma do bairro do Méier, que é caracteristicamente tradicional, sendo um dos mais valorizados do Rio de Janeiro.

Uma das características do Meier é ser, ao mesmo tempo, residencial, porém, com grande predominância do setor comercial, visto que, algumas grandes empresas possuem operações no bairro, tornando-o importante na arrecadação de impostos da cidade.

Alguns dos principais polos comerciais da cidade fazem parte dessa região carioca, que vem desenvolvendo novo ciclo de progresso desde a concretização da Linha Amarela. A via expressa contribuiu muito para o sistema de transportes do bairro, que ainda conta com acesso à estação de trem Méier e é relativamente próxima da estação de metrô Maria da Graça e de integração Méier – São Francisco Xavier, ligando com os bairros do Centro, da Zona Sul e da Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro.

Para atender às necessidades acadêmicas, **a estrutura dispõe de salas de aula, laboratórios, auditório com estrutura multimídia, salas administrativas, além dos espaços da biblioteca e outras instalações**.

5.1. Espaço de trabalho para docentes em tempo integral

O Campus possui espaço de trabalho para docentes em tempo integral, dotado de mesas, computadores conectados à internet, rede wifi, telefone, impressora

compartilhada e demais recursos necessários para o desempenho de suas atividades acadêmicas, contando ainda com o apoio da Divisão de Apoio ao Docente.

5.2. Espaço de trabalho para o coordenador

O espaço de trabalho para o coordenador do curso é perfeitamente adequado para o desempenho de suas atividades acadêmicas e administrativas. É disponibilizada uma estação de trabalho individual, com computador conectado à internet e também a uma impressora compartilhada com a Divisão de Apoio ao Docente, telefone e também acesso à rede wifi caso necessário.

Há espaço disponível para atendimento aos alunos, sendo que na existência de demandas para conversas que exijam maior privacidade, o mesmo se dá em sala reservada destinada para este fim.

5.3. Sala coletiva de professores

A sala dos professores está situada no 1º andar no campus Méier, tendo sido construída observando aspectos como: espaço físico, acústica, iluminação, ventilação, mobiliário e limpeza. Busca-se com isso garantir o conforto para o desempenho das atividades docentes.

Nessa sala os professores dispõem de serviços de apoio e secretaria, contando sempre com um técnico à disposição para auxiliá-los.

O espaço conta com ampla mesa de reunião, permite a interação entre os professores, ao mesmo tempo que se apresenta como espaço de descanso. Há também aparelho de TV LCD, com pacote de canais de TV a cabo. Animados debates e trocas de experiências são a tônica desse espaço, que está assimilado na cultura da IES, o que sempre chama a atenção dos professores que estão chegando à casa, que rapidamente se sentem acolhidos em uma ambiência de respeito, pluralismo e alto domínio sobre os assuntos em debate.

Todos os equipamentos disponíveis neste ambiente contam com acesso à rede e Internet, possuindo cada usuário um login único, com acesso exclusivo a diversos pontos

de armazenamento local ou em nuvem, tendo ainda acesso à rede wi-fi restrita para o corpo docente.

5.4. Salas de aula

A IES dispõe de salas de aula atendendo às condições adequadas de conforto aos alunos e professores, passando por manutenção regular. Os espaços comportam confortavelmente turmas de tamanhos variados, a partir de 25 alunos, havendo salas para efetivos maiores, se for o caso. Todas as salas de aulas possuem televisões ligadas a computadores com acesso à rede acadêmica e à internet, recursos multimídia, TVs LCD, refrigeração, iluminação natural dentro das normas, piso e teto para tratamento acústico.

A especificação dos equipamentos multimídia é compatível com os equipamentos de mercado, o que permite que os recursos dos professores e dos estudantes também possam ser conectados nestes espaços, a partir de compatibilidade de plataformas.

A manutenção dos equipamentos é realizada pela equipe de suporte técnico alocada nas unidades e contamos com um contrato de locação dos equipamentos, o qual também garante a substituição imediata dos componentes.

As carteiras são individuais e projetadas de forma a proporcionar diferente configurações, em atividades individuais ou em grupos, considerando também os aspectos ergonômicos que propiciem condições satisfatórias ao aprendizado.

O curso de Marketing utiliza salas de aulas variadas do campus, destinadas ao curso a cada semestre letivo de acordo com a demanda de alunos por cada disciplina oferecida, sendo estas alocadas em espaços que proporcionam conforto e condições apropriadas para o sucesso do processo de ensino-aprendizado. Todas as salas de aula possuem televisor, computador, quadro branco e carteiras escolares adequadas às necessidades dos alunos.

A instituição conta com um auditório no campus Méier para 90 pessoas. Esse número tem atendido satisfatoriamente às necessidades de realização das atividades de ensino, pesquisa e extensão promovidas pelos cursos. O auditório possui recursos

tecnológicos adequados ao porte do espaço físico no que se refere a áudio e vídeo e iluminação que se adequa aos tipos de apresentação.

5.5. Acesso dos alunos a equipamentos de informática

A FACHA dispõe de um conjunto de laboratórios que servem à formação e à realização de atividades acadêmicas programadas pelos docentes em disciplinas dos seus vários cursos. Especificamente no curso de Marketing, **duas disciplinas utilizam regularmente o laboratório de informática para realização de atividades de pesquisa e levantamento de informações de mercado (Inteligência Competitiva) e para o estudo de casos e simulações de uso de recursos de marketing digital (Marketing e Mídias Sociais Digitais)**.

Na medida em que houver necessidade e disponibilidade de horários, por solicitação dos docentes responsáveis, outras disciplinas também podem ser alocadas em laboratório de informática para fazer uso de recursos de software e de pesquisa na internet para subsidiar atividades didático-pedagógicas programadas.

É também nos laboratórios de informática que os alunos podem acessar os serviços online na secretaria virtual, podendo ter acesso às notas, informações financeiras, requisição de documentos, quadro de horário, levantamento curricular, e etc.

A conservação e atualização dos equipamentos são feitas a partir de uma análise constante pelo pessoal técnico, os quais verificam a necessidade de se adquirir novos equipamentos e/ou atualizar os existentes, assim como a atualização de softwares é realizada através de uma análise periódica pelo pessoal técnico das demandas de alunos, professores e dos coordenadores de cursos.

É permitida a impressão de todos os trabalhos acadêmicos desenvolvidos nas aulas ministradas e os alunos contam com suporte de um profissional especializado para desenvolvimento de suas atividades.

Cada aluno devidamente matriculado possui um login exclusivo de acesso à rede que lhe dá acesso a uma área exclusiva e não compartilhada para armazenamento dos seus trabalhos acadêmicos.

5.6. Acessibilidade a instalações e serviços

O prédio da Unidade do Méier, locado pela IES, foi edificado em 1976. A normatização e execução do projeto de acessibilidade, todavia, tem sido mais completa, tendo em vista o tipo dessa edificação. O empenho da Entidade Mantenedora, OHAEC, é efetivo em atender às normas de acessibilidade para pessoas com deficiência e necessidades especiais.

Ressaltam-se as **implementações realizadas no campus Meier para garantir a acessibilidade às suas instalações e serviços por pessoas com necessidades especiais.**

As instalações físicas dos laboratórios permitem acesso irrestrito aos cadeirantes, de maneira que provemos total integração dos deficientes físicos, garantindo acesso a todos os alunos.

5.7. Biblioteca

A Biblioteca Central Miguel Alonso, registrada no Conselho Regional de Biblioteconomia sob o nº 49/76, coordena as atividades da Biblioteca Setorial Mirtes Alonso (localizada no campus Méier), formando o Sistema de Bibliotecas da FACHA. O Sistema de Bibliotecas possui um acervo de mais de 40 mil itens (DVD's CD's, revistas, periódicos, livros, folhetos, jornais, monografias de final de curso, etc.), sendo especializado nas áreas de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Radio, TV e Internet, Relações Públicas, Cinema, Turismo, Direito, Administração, Marketing, Recursos Humanos e Gestão Desportiva e de Lazer.

O Sistema de Bibliotecas conta com um acervo de mais de 33 mil exemplares de livros, incluindo aqueles constantes das bibliografias básicas de cada disciplina dos cursos, além de obras de caráter geral, para que o aluno possa desenvolver seus estudos, trabalhos e pesquisas.

Em 2012 foi feita uma revisão geral no acervo e alguns livros foram descartados, seguindo a Política para Aquisição e Desenvolvimento de Acervo do Sistema de Bibliotecas da FACHA, Art. 13. Foi criado também um local para guarda do material excedente e de pouca utilização. O local, denominado Armazém, está localizado no Campus Méier.

Acervo geral

Área	Títulos	Volumes
Ciências Exatas e da	277	457
Ciências Biológicas	43	78
Engenharia/Tecnologia	109	172
Ciências da Saúde	93	145
Ciências Agrárias	50	72
Ciências Sociais	11.568	20.155
Ciências Humanas	3.721	6.365
Linguística, Letras e	3.438	5.400
Multidisciplinar	239	638
Total	**19.538**	**33.482**

Em relação aos periódicos, principal fonte de informação atualizada e base fundamental para a pesquisa científica, as bibliotecas contam com assinaturas correntes. O Sistema de Bibliotecas promove a permuta das publicações acadêmicas editadas pela FACHA – Revista Comum e Direito & Diversidade, abrigando em sua coleção mais de 60 títulos de revistas de comunicação social, turismo e direito de IES de todo o Brasil.

São disponibilizadas aos alunos e professores as bases de dados Biblioteca Virtual da Pearson, Biblioteca Saraiva Digital e RT Online, com acesso online e acesso local, além de bases de dados de acesso gratuito em nosso site biblioteca.FACHA.edu.br.

5.7.1. Base de Dados RT Online – Fonte de pesquisa jurídica digital nacional

Seu conteúdo contempla: doutrina, periódicos, coleção doutrinas essenciais e pareceres, jurisprudência, legislação, códigos e legislação comentada, súmulas, notícias e outros conteúdos. A consulta à base pode ser feita diretamente nos computadores da FACHA, através do acesso na Secretaria Virtual ou Sistema da Biblioteca, ou através de acesso remoto. Com a Base de Dados RT Online, os alunos têm acesso aos 24 títulos de revistas da RT, com acesso direto a todos os conteúdos, através de pesquisa integrada.

5.7.2. Biblioteca Virtual

Trata-se de um acervo digital composto por mais de 4 mil títulos, que abordam diversas áreas de conhecimento, tais como: administração, marketing, engenharia, direito, letras, economia, computação, educação, medicina, enfermagem, psiquiatria, gastronomia, turismo e outras. Além dos títulos da Pearson, a plataforma conta com títulos de 16 editoras parceiras: Manole, Contexto, Intersaberes, Papirus, Casa do Psicólogo, Ática, Spcione, Companhia das Letras, Educs, Rideel, Jaypee Brothers, Aleph, Lexicon, Callis, Summus e Interciência.

Os principais benefícios que a Biblioteca Virtual oferece à comunidade acadêmica:

- App – Facilita ainda mais a vida dos seus usuários e reforçar o compromisso de acesso a sua biblioteca, quando e onde você precisar.
- Integração – Permite catalogação com MARC 21 integrável com outros acervos da biblioteca, facilitando a busca dos usuários.
- Mobilidade e praticidade – Pode ser acessada por computadores, tablets e smartphones, de qualquer lugar e a qualquer hora do dia.
- Economia – Desconto diferenciado na compra de livros para o acervo da biblioteca física.
- Acervo – Atualização permanente de títulos.
- Acessibilidade – Pode ser integrada a softwares de acessibilidade, que disponibilizam o acervo a deficientes visuais.
- Segurança – Proteção do conteúdo contra cópias ou replicações ilegais.
- Recursos Interativos – Busca avançada, ferramenta de anotações, seleção de livros favoritos, impressão de páginas, download de conteúdo, ferramenta para destacar trechos do conteúdo, entre outros.

5.7.3. Biblioteca Saraiva Digital

Acervo de obras digitais da Editora Saraiva, que reúne mais de 2 mil títulos que abrangem as bibliografias básica e complementar da ementa de diversos cursos.

5.7.4. Espaço físico para estudos

A Biblioteca Setorial do Méier possui uma área total de aproximadamente 150m2, com acesso livre controlado ao acervo. Em toda a Biblioteca está disponibilizado acesso à

rede wifi e o acesso dos usuários portadores de necessidades especiais é garantido por meio de elevador.

O horário de atendimento da Biblioteca Central e Setorial do campus Méier para alunos, professores, funcionários e ao público em geral, é de segunda a sexta-feira, das 7h às 21h45min.

O Sistema de Bibliotecas conta com uma equipe composta por técnicos, atendentes, auxiliares, estagiários e bibliotecários registrados no respectivo órgão de classe.

Todos os funcionários são constantemente atualizados e treinados nas rotinas da biblioteca, visando o atendimento sempre satisfatório do usuário e o padrão no atendimento em todas as unidades.

5.7.5. Serviços oferecidos

5.7.5.1. Empréstimos

Usuários cadastrados podem fazer o empréstimo domiciliar do acervo, conforme categoria de usuário – alunos, professores, funcionários e ex-alunos cadastrados, e tipo de material. A devolução em atraso implicará em suspensão e multa solidária, com doação de alimentos não perecíveis, que são doados a instituições carentes.

5.7.5.2. Consulta local

Todos os usuários podem fazer consulta ao acervo, através dos terminais de consulta disponíveis nos salões de leitura e recepção.

5.7.5.3. Renovação de empréstimo

Qualquer material retirado poderá ter seu prazo de empréstimo renovado através dos terminais de consulta ou através da página da Biblioteca – www.biblioteca.FACHA.edu.br, pelo mesmo período do empréstimo inicial a contar da data da renovação. Para tanto, é necessário que o material não possua reserva, que o usuário esteja com sua situação regular na Biblioteca e não possua material em atraso.

5.7.5.4. Reserva de publicações

Livros com todos os exemplares já emprestados poderão ser reservados. A reserva deverá ser feita nos terminais ou através da página da Biblioteca. Havendo mais de uma reserva, será observada a ordem cronológica das reservas. O aluno recebe e-mail avisando da disponibilidade do livro reservado.

5.7.5.5. Levantamentos e pesquisas bibliográficas

Recupera informações existentes sobre um determinado assunto, em qualquer tipo de documento existente nas Bibliotecas.

5.7.5.6. Aviso automático via e-mail

O sistema InformaWeb envia emails de aviso de empréstimo, devolução, aviso de material em atraso e disponibilidade de reserva.

5.7.5.7. Orientação em normalização de trabalhos acadêmicos

O Sistema de Bibliotecas oferece, gratuitamente, orientação individual para a normalização de referências bibliográficas de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

5.7.5.8. Elaboração de ficha catalográfica

Elabora ficha catalográfica para os trabalhos de conclusão de curso – TCC. As solicitações devem ser feitas no balcão das bibliotecas ou através do e-mail biblioteca@FACHA.edu.br.

5.7.5.9. Visita orientada à Biblioteca

Oferecida aos alunos dos primeiros períodos e a outros interessados. Visa o treinamento de usuários para a utilização dos instrumentos de pesquisa disponíveis nas bibliotecas, bem como o conhecimento dos serviços prestados.

5.7.5.10. Serviço de referência

O Serviço de Referência auxilia o usuário na busca de informações específicas sobre os materiais bibliográficos.

5.7.5.11. Orientação para Trabalhos Acadêmicos

Suporte aos alunos na realização de pesquisas de apoio à realização de atividades e trabalhos acadêmicos.

5.7.5.12. Disponibilização no site da Biblioteca de material didático dos professores

Reúne no site da Biblioteca material didático disponibilizado pelos professores para consulta dos alunos.

5.7.5.13. COMUT on-line

Cópias de artigos de periódicos especializados, teses, trabalhos publicados em anais de congressos e capítulos de monografias, não existentes no acervo da Biblioteca, podem ser obtidos por meio dos programas COMUT on-line, via correio.

5.7.5.14. Empréstimo entre bibliotecas

Solicitação de materiais informacionais a bibliotecas conveniadas de outras instituições, caracterizando o empréstimo entre bibliotecas.

5.7.5.15. Acesso à Internet e Wi-fi

A Biblioteca disponibiliza nos salões e recepção computadores para acesso a Internet e wi-fi liberado para todos.

5.7.5.16. Sala de vídeo/DVD/multimída

Sala com aparelho de DVD, vídeo e computador, para utilização de alunos e professores.

5.7.5.17. Sala de estudo

Sala utilizada por alunos para discussão de trabalhos e reuniões.

5.7.5.18. Convênios com Instituições/Bibliotecas/Compartilhamento de Bibliotecas

Todos os alunos e professores da FACHA podem utilizar os serviços oferecidos pelas Bibliotecas participantes do Compartilhamento, como por exemplo empréstimo entre bibliotecas, consulta local nas bibliotecas participantes, etc.

5.7.5.19. Canais digitais de informações

- "Você pergunta e a Biblioteca responde" (por e-mail biblioteca@FACHA.edu.br).
- Novas aquisições do mês através do site e twitter: http:/twitter.com#!/biblio_FACHA.
- Site da Biblioteca com informações, novas aquisições, regulamento, links etc. (www.biblioteca.FACHA.edu.br).

5.7.5.20. Processamento Técnico

No preparo técnico do acervo é adotada a catalogação simplificada, com base na AACR2, nível 2, adaptada conforme às necessidades dos usuários. O acervo é classificado de acordo com a CDD - Classificação Decimal de Dewey e a classificação da Doris, específica para a área de Direito. A indexação dos assuntos é feita utilizando linguagem natural pré-coordenada. Todo o acervo é carimbado e etiquetado (lombada e código de barras) e disponível para empréstimo conforme Regulamento do Sistema de Bibliotecas.

5.7.5.21. Acesso ao acervo

O acesso ao acervo na Biblioteca Central e Biblioteca Setorial da Unidade Meiér é livre, controlado. Em todas as bibliotecas são usados armários para guarda de bolsas e mochilas.

5.7.5.22. Informatização

O Sistema de Bibliotecas da FACHA é informatizada e o sistema utilizado é o InformaWeb. Todo o acervo está disponibilizado no sistema, que pode ser acessado nos

terminais de consulta nas Bibliotecas ou através da Internet, pelo endereço www.biblioteca.FACHA.edu.br.

O sistema InformaWeb permite a emissão de diversos relatórios e estatísticas de controle dos serviços da biblioteca, além de possibilitar o compartilhamento de dados com outras instituições. No módulo Leitor o usuário tem acesso a todo o acervo do Sistema de Bibliotecas, que pode ser recuperado por título, autor e assunto. Através da Internet o usuário pode fazer reserva, consulta ao histórico de empréstimos, além de fazer a renovação dos livros emprestados.

O empréstimo de publicações é realizado através de leitura do código de barras, utilizando leitoras óticas e impressão de comprovantes, que permitem maior agilidade no atendimento. O aluno também recebe por e-mail o comprovante do empréstimo, além de aviso de publicação reservada disponível.

A biblioteca setorial do Méier está equipada com computadores para uso do público, sendo:

- 2 computadores para consulta e acesso à internet
- 3 computadores para atendimento/empréstimo e processamento técnico-administrativo

As equipes do Sistema de Bibliotecas estão treinadas para orientar os usuários no uso do sistema e pesquisa na Internet.

Intercâmbios e grupos de interesse: Centro Cultural Banco do Brasil, IUPERJ Funarte, Biblioteca Popular de Botafogo, PUC Instituto Perito Moreno, Maison de France ABI, Prefeitura do Rio – Dep.Com.

- CBIES – O Sistema de Bibliotecas da FACHA integra o Compartilhamento de Bibliotecas de Instituições de Ensino Superior do Estado do Rio de Janeiro. Através deste grupo, tem acesso a mais de 30 instituições, que promovem o intercâmbio no uso do acervo das bibliotecas participantes através da disponibilização das instalações à consulta dos alunos das instituições conveniadas. No CBIES são desenvolvidos trabalhos que visam a troca de experiências, cursos de atualização, além de palestras e eventos. http:/www.uva.br/cbies/home.htm

- COMUT – É participante do COMUT on-line como biblioteca solicitante. Todos os alunos e professores podem solicitar, através das bibliotecas do Sistema, artigos de periódicos, dissertações e teses, nas bibliotecas participantes do Catálogo Coletivo Nacional.
- PORTCOM – A Biblioteca Central é participante da Rede de Informações em Comunicação em Países de Língua Portuguesa, que tem como uma das metas a integração das unidades brasileiras de informação em Comunicação que compõem a Rede.

Estatística geral de uso (2014-2018)

ANO	2014	2015	2016	2017	2018
Alunos	37.3	30.4	29.5	28.3	23.7
Professores	1.38	1.01	1.24	1.45	1.50
Funcionário	883	699	807	869	988
Visitantes	3.52	3.66	2.68	347	475
Total	**43.1**	**35.7**	**34.2**	**31.0**	**26.4**

CONSULTA					
Livros	5.17	6.496	9.230	11.41	9.315
Revistas	1.61	1.339	1.208	689	235
Periódicos	300	435	447	477	208
Jornais	2.06	485	526	454	351
Monografias	223	275	301	587	327
Referência	185	200	68	52	107
INTERNET (acessos ao	9.552	12.091	11.920	12.319	10.544

EMPRÉSTIMO					
Livros	11.05	8.95	8.01	7.65	6.99
DVDs	202	211	184	118	58
Jornais	109	104	187	132	106
Revistas	224	147	139	231	138
Total	**11.59**	**9.41**	**8.52**	**8.13**	**7.29**

SERVIÇOS					
Reserva	194	164	132	114	83
Sala de estudo	3.05	3.13	2.88	2.77	1.65
Sala de vídeo	2.27	2.45	2.34	1.98	748
Pesquisa internet	25	164	105	204	411
Pesquisa bibliográfica	56	56	66	136	74
Orientação trab.	125	250	207	135	47
Orient. No uso bib.	2.32	3.40	2.78	2.98	1.72
Empr. Externo.	11	4	3	2	5

5.7.5.23. Plano de atualização do acervo

A atualização do acervo é semestral e está voltada ao atendimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão da FACHA e adota as seguintes etapas de operacionalização: indicação dos professores, a pedido da coordenação do curso; solicitação para aquisição da bibliografia necessária para o próximo semestre, justificada pelas coordenações e encaminhamento para orçamento e efetiva aquisição, conforme especificado na Política para Aquisição e Desenvolvimento de Acervo do Sistema de Bibliotecas.

5.7.5.24. Bibliografia básica e complementar por Unidade Curricular (UC)

Toda a bibliografia, básica e complementar, usada no curso de Marketing pode ser consultada nos planos de ensino disponibilizados em anexo a este PPC, assim como todo o acervo está documentado, físico e digital, podendo ser consultado e acessado na biblioteca do campus Meier.

5.8. Laboratórios didáticos de formação específica

O curso de Marketing não faz uso de laboratórios de formação específica como parte integrante de seu PPC. No entanto, é franqueada aos seus alunos a utilização dos diversos laboratórios existentes no campus Méier para que eles desenvolvam atividades

de estudo, pesquisa e de complementação que contribuam para o desenvolvimento dos trabalhos solicitados pelos professores nas diferentes disciplinas do currículo.

Anexo I - REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Este Regulamento disciplina as Atividades Complementares das Faculdades Integradas Hélio Alonso, dispondo sobre seus objetivos, categorias, competências e operacionalização.

CAPÍTULO II

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art.2º As Atividades Complementares são componentes curriculares que possibilitam o reconhecimento, por avaliação, de habilidades, conhecimentos e competências do (a) aluno (a), inclusive adquiridas fora do ambiente universitário, incluindo a prática de estudos e atividades independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, especialmente nas relações com o mundo do trabalho e com as ações de extensão junto à comunidade.

Art.3º As Atividades Complementares serão desenvolvidas no âmbito de cada curso com suas especificidades e normas complementares a este regulamento.

CAPÍTULO III

DA CARGA HORÁRIA

Art.4º A carga horária total das Atividades Complementares será definida pelo Projeto Pedagógico de cada curso, podendo ser cumprida a partir do primeiro período, em pelo menos três das categorias previstas neste regulamento.

Parágrafo único. Deve ser iniciativa do (a) aluno (a) buscar desenvolver atividades de caráter complementar.

Art.5º As atividades desenvolvidas constarão do histórico escolar, com a atribuição da carga horária conferida pela Coordenação do curso.

Art.6º Caberá ao estudante requerer, por escrito, até o final do semestre letivo, a averbação da carga horária para sua contabilização, sem atribuição de grau.

Art.7º Para fins deste Regulamento são consideradas Atividades Complementares aquelas previstas na tabela de Atividades Complementares, em anexo.

CAPITULO III

DOS OBJETIVOS

Art. 8º As Atividades Complementares têm por objetivos:

I - desenvolver a autonomia intelectual do (a) aluno (a), favorecendo sua participação em atividades de estudos diversificados que contribuam para a formação e atuação profissional;

II - estimular a aquisição das habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar;

III - adquirir outras formas de construção do conhecimento, além dos limites da sala de aula e da própria instituição;

IV - fortalecer a articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva;

V - incentivar a participação do(a) aluno(a) em projetos de extensão;

Parágrafo único. O que caracteriza as Atividades Complementares é a flexibilidade de carga horária semanal, com controle do tempo total por parte da Instituição, da dedicação do estudante durante o semestre ou ano letivo, de acordo com o Parecer do CNE/CES nº 492/2001.

CAPÍTULO IV

DAS CATEGORIAS DE ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Art. 9º As atividades passíveis de serem validadas como Atividades Complementares estão agrupadas em cinco categorias:

I - ensino;

II - pesquisa;

III - extensão;

IV- atividades de Gestão/ Vivência Profissional Complementar;

V - atividades Artísticas e Culturais.

Art. 10 Para garantir a diversidade de vivências acadêmicas e culturais, indispensável ao enriquecimento e formação do(a) aluno(a), este regulamento estabelece um limite de horas passível de ser validado para cada uma das modalidades e para cada uma das categorias.

Parágrafo único. A especificação das atividades relacionadas a cada uma das categorias, e do limite de horas mencionado no caput deste artigo consta na tabela anexa a este regulamento.

Art. 11 A conclusão dos Cursos está condicionada ao cumprimento integral da carga horária exigida das Atividades Complementares.

Art. 12 As Atividades Complementares podem ser realizadas a qualquer momento, inclusive durante as férias escolares, desde que respeitados os procedimentos estabelecidos neste Regulamento.

Art. 13 A saída do (a) aluno (a) para realização de atividades complementares fora da FACHA é de sua inteira responsabilidade.

Art. 14 Atividades realizadas antes do início do curso ou durante o trancamento não serão aceitas.

Art. 15 Excluem-se das Atividades Complementares aquelas atividades exercidas no Estágio Supervisionado, Prática de Ensino e em seminários ou palestras que fazem parte da carga horária de disciplinas específicas do curso.

Art. 16 Serão registradas e convalidadas as Atividades Complementares somente de alunos (as) regularmente matriculados na FACHA.

CAPÍTULO V
DAS COMPETÊNCIAS DAS COORDENAÇÕES DE CURSO

Art. 17 Compete às Coordenações dos Cursos:

I - divulgar, entre os (as) alunos (as) do curso, o presente regulamento e a tabela das atividades e suas respectivas cargas horárias;

II - divulgar as Atividades Complementares internas e externas;

III - incentivar a participação do (a) aluno (a) em eventos acadêmicos e culturais organizados por outros cursos da FACHA;

IV - promover situações/condições para a participação dos (as) alunos (as) em eventos que se configurem como Atividades Complementares;

V - analisar solicitações relacionadas ao aproveitamento de horas das Atividades Complementares;

VI - validar as Atividades Complementares apresentadas pelos (as) alunos (as);

VII - informar à Direção da FACHA os casos omissos neste regulamento.

CAPÍTULO VI
DAS COMPETÊNCIAS DOS ALUNOS

Art. 18 Compete aos (às) alunos (as):

I - informar-se sobre o Regulamento e as atividades oferecidas dentro ou fora da Instituição que propiciem horas para as Atividades Complementares;

II - inscrever- se e participar efetivamente das atividades;

III - solicitar a avaliação de outras atividades não previstas na tabela de atividades Complementares à Coordenação do Curso;

IV - providenciar a documentação comprobatória, relativa à sua participação efetiva nas atividades realizadas;

V - entregar, no protocolo de sua unidade, a documentação necessária para a pontuação e avaliação das Atividades Complementares.

VI - arquivar a documentação comprobatória das Atividades Complementares e apresentá-la sempre que solicitada;

Art. 19 Para a abertura do requerimento, o(a) aluno(a) deverá levar a cópia xerocada para ser autenticada pelo funcionário da Secretaria Setorial.

Art. 20 As atividades que exigirem relatórios de participação dos(as) alunos(as) deverão seguir as seguintes orientações:

I - Indicação da natureza da atividade, seus participantes, local, data e duração.

II - Descrição pormenorizada dos fatos envolvidos na própria atividade, o que varia dependendo de sua natureza.

III - O relatório será rejeitado se for considerado insuficiente para demonstrar que o(a) aluno(a) atendeu integralmente à atividade ou pode ser conferida carga horária inferior tendo em vista critérios de desempenho e qualidade.

CAPITULO VII

DA OPERACIONALIZAÇÃO

Art. 2I Os registros administrativo e acadêmico do cumprimento da carga horária equivalente às Atividades Complementares são responsabilidades das Secretarias Setoriais do Campus/ Unidade ao qual o curso está vinculado.

§ 1º A Secretaria Setorial verificará se a documentação atende ao previsto neste Regulamento e providenciará o lançamento das horas.

§ 2º A Secretaria Setorial fará a verificação do cumprimento das três categorias pelo (a) aluno (a).

Art. 22 Casos não previstos no presente Regulamento serão levados à Coordenação do Curso para análise, antes do lançamento.

CAPÍTULO VIII
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art.23 Não poderá ser computada carga horária de Atividades Complementares às atividades acadêmicas relativas às disciplinas obrigatórias e optativas dos currículos dos Cursos de Graduação, salvo disciplinas cursadas excedentes como enriquecimento curricular.

Art.24 Serão consideradas as horas relativas às participações externas quando o comprovante de participação estiver devidamente autenticado ou contenha algo que legitime a sua comprovação.

Art. 25 A participação nas atividades desenvolvidas internamente serão comprovadas através de lista de presença, as quais serão enviadas pelo ERP, ou pelo professor responsável pela atividade, diretamente ao setor competente, para registro.

Art. 26 Os (as) alunos (as) que ingressarem nos Cursos de Graduação da FACHA através de transferência ficam sujeitos ao cumprimento da carga horária total das Atividades Complementares e poderão solicitar à Coordenação do Curso o cômputo da carga horária atribuída pela Instituição de Ensino Superior de origem, desde que devidamente compatíveis com este Regulamento e, desde que realizadas no prazo máximo de 5 (cinco) anos.

Art. 27 Atos complementares que se fizerem necessários, para o aperfeiçoamento das atividades complementares serão expedidos pela Direção.

Art. 28 Os casos omissos neste regulamento serão resolvidos pela Coordenação do Curso e a Direção Acadêmica.

Art. 29 Este regulamento entra em vigor na data da sua assinatura, revogadas as disposições em contrário.

ANEXO A – TABELA DE ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Carga Horária	Número mínimo de categorias exigidas
140,180, 200, 220, 300 e 320	Três Categorias
100	Duas Categorias

CATEGORIA I - ATIVIDADES DE ENSINO – **LIMITE 100 HORAS**

Descrição da Atividade	**Carga Horária**	**Documento Exigido**
Monitorias em disciplinas pertencentes ao currículo do Curso do (a) aluno (a).	50 horas por semestre até o limite de 100 horas	Comprovante de participação com carga horária
Cursos e Oficinas de atualização, aperfeiçoamento, complementação, aprofundamento de estudos e out- ros realizados na FACHA e outras IES - Participação como ouvinte.	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Cursos e Oficinas de atualização, aperfeiçoamento, complementação, aprofundamento de estudos e outros realizados na FACHA e outras IES - Partici- pação palestrante.	Dobro da carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Cursos técnicos, cursos in company, qualificações curtas e oficinas realizadas em outras instituições que não IES - Participação como ouvinte.	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária

Cursos técnicos, cursos in company, qualificações curtas e oficinas realizadas em outras instituições que não IES - Participação como palestrante.	Dobro da carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Eventos Científicos - Congressos, seminários, jornadas, encontros, simpósios, workshops, feiras e outros. Participação como ouvinte.	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Eventos Científicos - Congressos, seminários, jornadas, encontros, simpósios, workshops, feiras e outros. Participação como palestrante.	Dobro da carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Participação em cursos de longa duração ou cursos de verão/inverno.	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Visitas técnicas aprovadas pelas Coordenações dos Cursos	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Cursos de idiomas ou informática (semestre completo)	Até 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Participação no Jornal Laboratório	Até 50 horas (a ser definida pelo Editor do JL)	Comprovante de participação com carga horária
Outras atividades não contempladas neste Grupo, porém relevantes para a formação do (a) aluno (a), serão avali- adas pela coordenação do curso para a classificaçãoe atribuição das horas	Definida pela Coordenação	Definidos pela Coordenação

de atividades complementares.		

CATEGORIA II - ATIVIDADES DE PESQUISA

Limite de 50 horas para currículos que exigem 100h e 180h de AC e limite de 100h para os demais currículos

Descrição da Atividade	Carga Horária	Documento Exigido
Participação em projetos de iniciação científica orientados por docentes da IES ou em outra, desde que reconhecida e que haja relação com o Curso do (a) aluno (a).	60 horas por semestre até o limite de 120 horas	Comprovante de participação com carga horária
Participação em projeto de pesquisa	60 horas por semestre até o limite de 120 horas	Comprovante de participação com carga horária
Apresentação de trabalhos em eventos científicos com publicação de resumo em Anais	15 horas por trabalho	Comprovante de apresentação ou cópia da publi-cação
Apresentação de trabalhos em eventos científicos com publicação de texto completo em Anais	20 horas por trabalho	Comprovante de apresentação ou cópia da publi-cação
Publicação de trabalhos científicos em periódicos científicos indexados	20 horas por trabalho	Cópia da publicação
Publicação de capítulo de livro	20 horas por capítulo	Cópia da publicação

Concursos e prêmios – submissão e premiação de monografias, projetos, planos de negócios etc.	20 horas por trabalho	Comprovante da instituição premiadora.
Participação como ouvinte em banca de TCC, na FACHA ou em outra IES.	5 horas por banca	Comprovante de participação, assinado pelo Presidente da Banca.
Participação como ouvinte em defesa de dissertação e/ou tese em outras IES.	3 horas por banca	Comprovante de participação
Defesa de TCC	20 horas	Relatório da Coordenação de TCC
Trabalhos de Campo orientados por professores da IES.	Carga horária equivalente até o limite de 40 horas.	Comprovante de participação e relatório
Outras atividades não contempladas neste Grupo, porém relevantes para a formação do (a) aluno (a), serão avaliadas pela coordenação do curso para a classificação e atribuição das horas de atividades complementares.	Definida pela Coordenação	Definidos pela Coordenação

CATEGORIA III - ATIVIDADES DE EXTENSÃO

Limite de 50 horas para currículos que exigem 100h e 180h de AC e limite de 100h para os demais currículos

Descrição da Atividade	Carga Horária	Documento Exigido
Cursos de Extensão realizados na FACHA	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Declaração contendo carga horária, atividade e

		período (duração)
Cursos de Extensão realizados em outra IES	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Declaração contendo carga horária, atividade e período (duração)
Estágio curricular não obrigatório	Até 50 horas por semestre – Limite de 100 horas	Termo de compromisso de estágio com a carga horária
Representação Discente de Sala de Aula	Até 50 horas por semestre	Declaração da Coordenação do Curso
Participação em comissão organizadora de eventos, alinhados à temática do curso.	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Participação em atividades voluntárias	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Participação em campanhas comunitárias	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas	Comprovante de participação com carga horária
Participação em atividades públicas (reuniões de conselhos gestores, audiências públicas, conferên- cias municipais, etc.).	Carga horária equivalente ao evento, até o limite de 30 horas.	Comprovante, declaração ou cópia de ata com a carga horária.
Participação em programas de intercâmbio institu- cional, nacional ou internacional.	Carga horária equivalente ao evento, até o limite de 50 horas.	Comprovante ou declaração com a carga horária
Publicação em jornais, revistas de texto relacionado à temática do curso.	Carga horária equivalente ao evento, até o limite de	Cópia da publicação

	20 horas.	
Participação em atividades cívicas, tais como mesário em eleições, conselhos, associações de bairro, etc.	Carga horária equivalente ao evento, até o limite de 20 horas.	Comprovante ou declaração com a carga horária
Participação em jogos estudantis como atleta.	20 horas, até o limite de 50 horas.	Relação departicipação expedida pelo órgão organizador.
Criação de Blog	De 10 a 40 horas – Análise da Coordenação	Endereço do blog
Outras atividades não contempladas neste Grupo, porém relevantes para a formação do (a) aluno (a), serão avaliadas pela coordenação do curso para a classificação e atribuição das horas de atividades complementares.	Definida pela Coordenação	Definidos pela Coordenação

CATEGORIA IV - ATIVIDADES DE GESTÃO/ VIVÊNCIA PROFISSIONAL COMPLEMENTAR;

Limite de 50 horas para currículos que exigem 100h e 180h de AC e limite de 100h para os demais currículos

Descrição da Atividade	**Carga Horária**	**Documento Exigido**
Voluntariado em setores administrativo da FACHA.	Carga horária equivalente, até o limite de 50 horas.	Declaração com a carga horária
Participação, como membro eleito, em Diretório ou Centro Acadêmico.	50 horas por semestre até o limite de 100 horas	Ata da eleição
Participação como representante	Carga horária equivalente	Declaração ou lista

estudantil em as- sembleias e colegiados da IES.	ao evento, até o limite de 30 horas.	de presença com a carga horária
Atividades Profissionais na área de interesse do Curso do (a) aluno (a).	Carga horária equivalente, até o limite de 50 horas.	Registro da atividade em carteira profissional ou portaria de nomeação
Participação em incubadoras ou empresas juniores	Carga horária equivalente até o limite de 50 horas.	Comprovante ou declaração com a carga horária
Organização de eventos, mostras e exposições.	Até 50 horas por semestre até o limite de 100 horas	Documento da Instituição Organizadora
Outras atividades não contempladas neste Grupo, porém relevantes para a formação do (a) aluno (a), serão avaliadas pela coordenação do curso para a classificação e atribuição das horas de atividades complementares.	Definida pela Coordenação	Definidos pela Coordenação

CATEGORIA V - ATIVIDADES ARTÍSTICAS E CULTURAIS

Limite de 50 horas para currículos que exigem 100h e 180h de AC e limite de 100h para os demais currículos

Descrição da Atividade	**Carga Horária**	**Documento Exigido**
Participação em eventos culturais e artísticos ou em cinemas, teatros e exposições entre outros.	Carga horária equivalente ao evento, até o limite de 30 horas.	Comprovante de participação e relatório. (mínimo de 15 linhas)

Participação como expositor em exposição artística ou cultural	Carga horária equivalente ao evento, até o limite de 30 horas	Comprovante de participação e relatório (mínimo de 15 linhas)
Participação no GRUTACHA	Até 50 horas (a ser definida pela Coordenação)	Comprovante de participação com carga horária (mínimo de 15 linhas)
Outras atividades não contempladas neste Grupo, porém relevantes para a formação do (a) aluno (a), serão avaliadas pela coordenação do curso para a classificação e atribuição das horas de atividades complementares.	Definida pela Coordenação	Definidos pela Coordenação