

CATÁLOGO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING

ATOS LEGAIS DO CURSO:

Nome do Curso: Curso Superior de Tecnologia em Marketing

Nome da Mantida: Centro Universitário de Rio Preto

Endereço de Funcionamento do Curso: Rua Yvette Gabriel Atique, 45, Boa Vista

Ato Legal de Criação: Resolução CONSEPE – UNIRP nº. 04/2010, de 10 de maio de 2010.

Ato Legal de Reconhecimento: Portaria nº. 40, de 14 de maio de 2013.

Ato Legal de Renovação de Reconhecimento: Portaria nº.204, de 7 de julho de 2020.

Número de Vagas Autorizadas: 150 (cento e cinquenta)

Tempo de Integralização:

Mínimo: 2 anos

Máximo: 3 anos

Modalidade: Presencial

Periodicidade: Seriado Semestral

Modalidade: Presencial, com carga horária a distância, conforme Portaria nº. 2.117, de 06/2/2019 – DOU 11/12/2019.

Turno de Funcionamento: Noturno

PERFIL DO EGRESSO E DO CURSO:

Os egressos do Curso Superior de Tecnologia em Marketing do UNIRP serão habilitados a atuar como profissionais facilitadores das ações de coordenação, envolvendo os trabalhos de mudanças organizacionais, aptos a interagir com outros profissionais ligados às áreas afins. Assume-se que o profissional alie conhecimentos técnicos peculiares com as habilidades e competências para interpretar, propor procedimentos e resolver problemas, além da indispensável compreensão da interface entre os diversos segmentos negócios, somando-se a uma sólida formação em metodologias de gestão, possuindo atributos que os façam vislumbrar oportunidade de colocação no mercado de trabalho.

O perfil desejado do egresso do Curso Superior de Tecnologia em Marketing do UNIRP, não o restringe ao conjunto de conhecimentos apreendidos, mas também socialmente responsável, ético e com senso crítico.

DIFERENCIAIS DO CURSO:

- Conteúdos profissionais bem definidos, atualizados e voltados para formação de seus estudantes com qualidade.

- Conteúdos básicos indispensáveis a formação profissional e alocados de forma a permitir a efetiva integralização do processo de ensino-aprendizagem.
- Corpo docente formado por profissionais experientes, academicamente formados e, comprometido em auxiliar os estudantes a alcançar sua promoção social partindo do estudo das mais simples funções mercadológicas, que agregadas a conhecimentos técnicos, chegarão às mais complexas análises da área de gestão em marketing.
- Curso permite ingresso rápido no mercado de trabalho.
- O Curso oferece Certificação Modular a cada semestre.
- Curso permite o Registro no Conselho Regional da Categoria (CRA-SP).
- Curso permite ingresso na Pós Graduação.

RESPONSABILIDADE SOCIAL DO CURSO (Justificativa da necessidade do Curso):

Muito da responsabilidade social e do comprometimento com o desenvolvimento regional que se esperam das instituições universitárias começa e se traduz pela qualidade e eficiência do ensino que disponibilizam aos seus discentes, seja em relação às dimensões constitutivas de sua formação profissional, seja em relação às dimensões de sua formação humanística, étnico-racial e ambiental, sobretudo quando reconhecidos como futuros agentes das transformações sociais que desejamos para o país.

Com efeito, com base no desenvolvimento de políticas sociais consensualmente eficientes, encontra-se o comprometimento do Curso Superior de Tecnologia em Marketing por uma educação de qualidade na formação integral de seus alunos, baseando-se na ética, no respeito cultural e na realidade social.

O conjunto de disciplinas do Curso contribui para que os alunos desenvolvam competências relacionadas à atuação ética com responsabilidade social, permitindo que tenham formação para atuar na construção de uma sociedade solidária, para que haja organização, comunicação, análise crítica, resolução de problemas e tomada de decisões na carreira profissional.

Ainda, a Instituição promove o aperfeiçoamento do saber com os cursos de Pós-Graduação "Lato Sensu" que buscam o domínio científico de uma área

específica da profissão e também aproximam a formação adquirida na graduação, da pesquisa e da ciência.

O Curso de Tecnologia em Marketing proporciona ainda a fundamentação em novos ambientes de aprendizagem, atendendo e levando ensino para diferentes municípios de Estados Brasileiros nos cursos de graduação e Pós-Graduação "Lato Sensu", inovando e expandindo cada vez mais para a inclusão social.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

Nos termos do Regimento Geral do UNIRP a apuração do rendimento escolar é feita por disciplina, abrangendo os aspectos de frequência e aproveitamento.

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing da UNIRP parte do pressuposto de que a avaliação é um processo contínuo e que seu propósito é o de verificar e diagnosticar em que medida os objetivos propostos para o processo de ensino-aprendizagem estão sendo atingidos procurando-se, desta forma, corrigir distorções que possam estar ocorrendo, assegurando, então, a plena consecução destes objetivos.

Para a continuidade do aperfeiçoamento das políticas de avaliação estabelecidas no PDI, são realizadas várias estratégias e ações através de: Reuniões do Núcleo Docente Estruturante (NDE); Reuniões com a Área Acadêmica da Reitoria; Fórum UNIRP de Integração; Encontro Institucional de Integração com Representantes de Classe; Conquistas Acadêmicas e Científicas: um Reconhecimento e Workshop de Avaliação de Cursos.

A avaliação é parte integrante do processo de formação, uma vez que possibilita diagnosticar lacunas a serem superadas, aferir os resultados alcançados, considerando as competências a serem constituídas e identificando mudanças de percurso eventualmente necessárias.

Quando a perspectiva é de que o processo de formação garanta o desenvolvimento de competências e habilidades, a avaliação destina-se à análise da aprendizagem dos alunos, de modo a favorecer seu percurso e regular as ações de sua formação.

Nesse sentido a avaliação não se presta a punir os que não alcançam o que se pretende, mas a ajudar cada aluno a identificar melhor as suas necessidades de formação e empreender o esforço necessário para realizar sua parcela de investimento no próprio desenvolvimento profissional.

O que se pretende avaliar não é só o conhecimento adquirido mais a capacidade de acioná-lo e de buscar outros para realizar o que é proposto. Avaliar as competências e habilidades é verificar não apenas se adquiriram os conhecimentos necessários, mas também se, quando e como fazem uso deles para resolver situações-problemas (reais e simulados) relacionadas, de alguma forma, com o exercício da profissão.

Para tanto, a avaliação é realizada mediante critérios explícitos e compartilhados com os alunos, uma vez que, o que é objeto de avaliação representa uma referência importante para quem é avaliado, tanto para a orientação dos estudos como para a identificação dos aspectos considerados mais relevantes para formação em cada momento do curso.

A avaliação do aproveitamento acadêmico deve ser entendida como instrumento de acompanhamento contínuo e de caráter construtivo, visando à melhoria da qualidade da aprendizagem através de um processo formativo, permanente e de progressão continuada.

MERCADO DE TRABALHO:

Os egressos do Curso serão profissionais de Marketing que atuarão solucionando dificuldades/problemas eminentes das organizações.

Num ambiente altamente tecnológico, de transformações constantes e associadas à diversidade da força de trabalho, cada vez mais presente, o Curso apresenta estrutura curricular que forma profissionais socialmente responsáveis, éticos e com senso crítico, devendo ainda:

- Aplicar conceitos e práticas do Marketing;
- Analisar dados e usar informações;
- Aproveitar potenciais de mercado considerando oportunidades e ameaças;
- Elaborar e implementar estratégias de Marketing;
- Comunicar, criar e manter relacionamentos com os clientes;

- Criar e inovar produtos e serviços;
- Criar experiências positivas com o consumidor;
- Promover e solidificar a marca no mercado;
- Controlar e mensurar resultados das ações de Marketing.

O Tecnólogo em Marketing é capacitado em termos comportamentais e técnicos de acordo com os valores e preceitos éticos estabelecidos pela profissão e pela sociedade, atendendo as novas demandas de um contexto organizacional mais exigente, dinâmico e competitivo.

Portanto, pela abrangência de atuação profissional, o egresso poderá inserir-se no mercado de trabalho à ocuparem cargos gerenciais em micros e pequenas empresas e altos executivos em médias ou grandes organizações como gestores de marketing.

COORDENAÇÃO DO CURSO

A Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Marketing do UNIRP é exercida pelo Prof. Me. Carlos Alípio Caldeira.

Minicurriculo do Coordenador:

Administrador, Especialista em Administração Global e Marketing e Mestre em Engenharia de Produção. Currículo Lattes:
<http://lattes.cnpq.br/3013947914333440>

Horário e Locais de Atendimento da Coordenação:

De segunda, quinta e sexta-feira, na Unidade I:

| Horários | Segunda-feira | Quinta-feira | Sexta-feira |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Tarde | 15h às 18h | 15h às 18h | |
| Noite das 19h às 22h | 18h30 às 20h30 | 18h30 às 20h30 | 21h às 22h30 |

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO:

O Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (instituído pela Portaria n.12, de 14 de agosto de 2006) serve como documento norteador para os cursos dessa natureza. Este Catálogo segue as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos Cursos Superiores de Tecnologia (Resolução CNE/CP nº. 03/2002).

A Resolução CNE/CP nº 3, de 18/12/2002, que Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia, prega que a educação profissional de nível tecnológico deve ser integrada às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia e objetiva, prioritariamente, garantir aos cidadãos o direito à aquisição de competências profissionais que os tornem aptos para a inserção em setores profissionais nos quais haja utilização de tecnologias.

As disciplinas do Curso foram pensadas considerando quatro níveis de formação, partindo da:

- **Formação básica:** que deverá possibilitar o futuro profissional a desenvolver competências para diagnosticar problemas ligados as questões de sua formação, para tanto, uma vez concluído esse nível, o aluno será certificado como Auxiliar Administrativo em Marketing.

- **Formação Intermediária:** que deverá possibilitar o futuro profissional a desenvolver competências para, além de diagnosticar os problemas, desenvolver relação entre o que foi diagnosticado com o contexto estudado. Uma vez concluído este nível, o aluno será certificado como Assistente em Marketing.

- **Formação Avançada:** que deverá possibilitar o futuro profissional a desenvolver competências para, além de diagnosticar os problemas, desenvolver relação entre o que foi diagnosticado com o contexto estudado, desenvolver habilidades de intervenção, com conhecimento teórico e prático máximo das tecnologias como suporte de suas decisões diante da necessidade de resolver ou mesmo mitigar problemas de gestão empresarial. Uma vez concluído este nível, o aluno será certificado como Analista em Marketing.

- **Formação Tecnológica em Marketing:** que deverá possibilitar o futuro profissional a desenvolver competências para, além de diagnosticar os problemas, desenvolver relação entre o que foi diagnosticado com o contexto estudado, desenvolver habilidades de intervenção, com conhecimento teórico e prático máximo das tecnologias como suporte de suas decisões diante da necessidade de

resolver ou mesmo mitigar problemas de gestão empresarial, por meio do planejamento, organização, direção, liderança e avaliação de pessoas e processos. Uma vez concluído este nível, o aluno será diplomado como Tecnólogo em Marketing.

Assim, no componente específico da área de Tecnologia em Marketing, tomará como referencial os seguintes conteúdos curriculares:

- I - visão sistêmica mercadológica;
- II - capacidade investigativa e analítica de micro e macro ambientes;
- III - capacidade estratégica na geração de valor para o negócio;
- IV - aptidão à tomada de decisão para a sustentabilidade (econômica, social, ambiental, cultural e política);
- V - capacidade de planejamento, implementação, controle e mensuração de resultados;
- VI - liderança e trabalho em equipe;
- VII - postura ética e socialmente responsável.

| Resumo | Carga Horária |
|---------------------------------|---------------|
| Disciplinas Presenciais 960 h/a | 800 horas |
| Disciplinas EaD | 560 horas |
| Disciplinas Optativas EaD | 80 horas |
| Disc. Extensionistas | 160 horas |
| Duração Total do Curso | 1.600 horas |

| Certificação | Módulos | Carga Horária |
|-----------------------|--------------------|---------------|
| Analista em Marketing | 3º Período 480 h/a | 400 horas |

INTEGRALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO NA MATRIZ CURRICULAR

A atual matriz curricular do curso de Pedagogia conta, em conformidade com a resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, estabelecida pelo MEC, com 10% da carga horária total do curso na forma de atividades de extensão, e regulamentado pela Resolução CONSEPE-UNIRP 11/2022. As mesmas são representadas na matriz curricular por disciplinas denominadas de Projeto Integrador Extensionista (I, II, III, IV ...). Nestas disciplinas os alunos, com o auxílio e orientação dos docentes

responsáveis, realizam atividades diretamente ligadas ao perfil do egresso estabelecido no PPC e que sejam voltadas à Comunidade.

A cada oferta das disciplinas de extensão, será desenvolvido um projeto único, que deverá envolver todos os alunos matriculados na turma. Os projetos deverão ser protocolados na Coordenadoria de Extensão e Cultura da Pró-Reitoria Acadêmica, de acordo com Edital a ser publicado semestralmente e, uma vez concluídos, deverá ser apresentado relatório descrevendo as ações desenvolvidas, seus êxitos e contribuições como ações de extensão. O projeto deverá garantir que as ações desenvolvidas contribuam efetivamente para a formação do aluno, e que seja explicitado a forma como a comunidade será atendida. Deverá também deixar claro a forma como a carga horária será integralizada, considerando tempo destinado para preparação, discussões teóricas sobre os temas abordados no projeto, execução do mesmo e avaliação.

Estas ações, por sua vez, são disponibilizadas em canais específicos da instituição (site, blogs, redes sociais etc.) e abertas a toda comunidade, como forma de disseminar o conhecimento produzido pelos alunos e colocá-lo a serviço da comunidade.

Anterior ao protocolo, o projeto deverá ser aprovado pelo colegiado de curso e pela coordenação, sempre com pelo menos um semestre de antecedência.

Os projetos poderão ser desenvolvidos como:

- I. Programas de Extensão: conjunto articulado de ações extensionista, que pode envolver diversos cursos ou áreas, e atividades como projetos, cursos e eventos;
- II. Projetos de Extensão: que atenda a necessidade da comunidade, e que garanta a mobilização dos conhecimentos e habilidades adquiridos pelos alunos no decorrer do curso, e de acordo com o momento em que os mesmos estão inseridos no curso, considerando a matriz curricular;
- III. Cursos, Oficinas e Eventos: voltado para a comunidade, e com efetiva participação dos alunos na sua elaboração, oferta e avaliação;
- IV. Prestação de Serviços: atendimento a necessidades da comunidade ou empresas, podendo ou não envolver remuneração para a instituição. Pode estar articulado com outras áreas ou setores da instituição, como laboratórios de práticas, clínicas e hospitais, entre outros.

É possível ainda projetos que envolvam diversas turmas do curso, assim como projetos intercurtos, favorecendo a interdisciplinaridade, ações conjuntas entre alunos em diferentes etapas de formação, ou com contribuições de cursos, ou campos de conhecimento distintos.

Pensando em um desenvolvimento de competências mais dinâmico engajando mais o aluno em seu estudo, buscando inovação neste processo de ensino, foi feita parceria com o DreamShaper, para utilização da ferramenta DreamShaper, solução educacional baseada em metodologias ativas para o desenvolvimento de projetos.

As etapas de desenvolvimento da Ferramenta DreamShaper têm uma solução inovadora baseada em metodologias ativas de aprendizagem baseada em projetos, com uma trilha interativa, que impulsiona o aluno a desenvolver seus projetos de forma autônoma e orientada. Os professores têm liberdade de auxiliar no processo de desenvolvimento, estipulando métricas, bem como abastecendo a ferramenta com conteúdo na forma de materiais de apoio, que permanecem a disposição do aluno em todo o processo, criando uma trilha de aprendizagem contextualizada ao perfil dos alunos.

As principais características são:

- Acessibilidade;
- Baseado em metodologias ativas de aprendizagem;
- Conteúdos adaptáveis para modalidades EAD ou presenciais;
- Métricas de desenvolvimento de competências gerais, com base nas DCNs.

A Curricularização da Extensão não corresponde aos Projetos de Extensão apresentados de forma independente, por parte do corpo docente da instituição, e não poderão ser utilizadas como Atividades Complementares - AC.

Matriz Curricular 2024

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------|-------|
| Sociedade de Educação e Cultura de São José do Rio Preto LTDA | | Página 0001 de 0002 | | | |
| UNIRP Unidade Universitária I - Sede | | 07/03/2024 | | | |
| Graduação | | 19:52:36 | | | |
| Matriz Curricular | Teconologia em Marketing Tecnólogo | Noturno | | | |
| | | C. H. Presencial | C. H. Não Presencial | C. H. Práticas | Total |
| 2024-1º Semestre | | | | | |
| 1º Período | | | | | |
| DIR 0685-04S-20 - Contabilidade Gerencial | | 80 | - | - | 080 |
| 8545-04S-20 - Educação Ambiental e Cidadania | | 0 | 80 | - | 080 |
| DIR 5380-04S-20 - Evolução do Pensamento Gerencial | | 80 | - | - | 080 |
| 5267-02S-20 - Inteligência Emocional | | 0 | 40 | - | 040 |
| DIR 0686-04S-20 - Operações Financeiras | | 80 | - | - | 080 |
| PSI 3310-02S-20 - Psicologia Organizacional | | 0 | 40 | - | 040 |
| | | 240 | 160 | 0 | 400 |
| Disc. Extensionistas | | | | | |
| 4408-02S-20 - Projeto Integrador Extensionista I | | | | | 040 |
| | | | | | 40 |
| 2º Período | | | | | |
| DIR 0687-04S-20 - Cenários Econômicos | | 80 | - | - | 080 |
| 8537-04S-20 - Comunicação Empresarial, Mídia e Branding | | 80 | - | - | 080 |
| 4754-02S-20 - Desenvolvimento Gerencial | | 0 | 40 | - | 040 |
| 8540-04S-20 - Educação das Relações Étnico-Raciais | | 0 | 80 | - | 080 |
| 8583-04S-20 - Empreendedorismo e Modelagem de Negócios | | 80 | - | - | 080 |
| 4427-02S-20 - Ética Empresarial | | 0 | 40 | - | 040 |
| | | 240 | 160 | 0 | 400 |
| Disc. Extensionistas | | | | | |
| 3146-02S-20 - Projeto Integrador Extensionista II | | | | | 040 |
| | | | | | 40 |
| 3º Período | | | | | |
| ADM 0337-04S-20 - Administração Mercadológica | | 80 | - | - | 080 |
| 5701-02S-20 - Análise e Planejamento de Mercado | | 0 | 40 | - | 040 |
| 4775-04S-20 - Comportamento do Consumidor | | 80 | - | - | 080 |
| 5703-02S-20 - Comunicação Integrada de Marketing | | 40 | - | - | 040 |
| 8543-04S-20 - Direitos Humanos | | 0 | 80 | - | 080 |
| 9574-02S-20 - Gestão do Composto Promocional | | 40 | - | - | 040 |
| DIR 0690-04S-20 - Planejamento Estratégico (51-4 S- 20) | | 0 | 80 | - | 080 |
| | | 240 | 200 | 0 | 440 |
| Disc. Extensionistas | | | | | |
| 4273-02S-20 - Projeto Integrador Extensionista III | | | | | 040 |
| | | | | | 40 |
| 4º Período | | | | | |
| 0384-04S-20 - Administração de Vendas | | 80 | - | - | 080 |
| 4776-02S-20 - Logística e Canais de Distribuição | | 40 | - | - | 040 |
| 7646-02S-20 - Marketing Digital | | 40 | - | - | 040 |
| Acadêmico (Matriz Curricular Cursos - Matriz Curricular)/Coordenadoria (Currículos - Matriz Curricular)/Matriz Curricular Curso - Matriz Curricular/ Pós-Graduação (Matriz Curricular Cursos - Matriz Curricular Curricular) | | | | | |

Acadêmicos (Matriz Curricular Cursos - Matriz Curricular/Coordenadoria (Currículos - Matriz Curricular)/Matriz Curricular Curso - Matriz Curricular)
Pós-Graduação (Matriz Curricular Cursos - Matriz Curricular Currículos)

Sociedade de Educação e Cultura de São José do Rio Preto LTDA
UNIRP Unidade Universitária I - Sede
Graduação

Página 0002 de 0002

07/03/2024
19:52:36

Matriz Curricular Teonologia em Marketing Teonólogo Noturno

| 2024-1º Semestre | C. H. Presencial | C. H. Não Presencial | C. H. Práticas | Total |
|---------------------------------------------------|------------------|----------------------|----------------|--------------|
| 4º Período | | | | |
| 9575-028-20 - Pesquisa de Marketing | 0 | 40 | - | 040 |
| 4780-048-20 - Projeto Estratégico de Marketing | 80 | - | - | 080 |
| | <u>240</u> | <u>40</u> | <u>0</u> | <u>280</u> |
| Disciplina Optativa | 0 | 80 | - | 80 |
| Disc. Extensionistas | | | | |
| 4924-028-20 - Projeto Integrador Extensionista IV | | | | 040 |
| | | | | <u>40</u> |
| | <u>960</u> | <u>640</u> | <u>000</u> | <u>1.760</u> |

| Resumo | Carga Horária |
|---------------------------|---------------|
| Disciplinas Presenciais | 960 h/a |
| Disciplinas EaD | 560 horas |
| Disciplinas Optativas EaD | 80 horas |
| Disc. Extensionistas | 160 horas |
| Duração Total do Curso | 1.600 horas |

| Certificação | Módulos | Carga Horária |
|-----------------------|------------|---------------|
| Analista em Marketing | 3º Período | 480 h/a |
| | | 400 horas |

| | | | |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------------|
| Sociedade de Educação e Cultura de São José do Rio Preto LTDA | | Anexo | |
| UNIRP | Unidade Universitária I - Sede | 07/03/2024 | |
| | | 19:52:36 | |
| Matriz Curricular | Tecnologia em Marketing | Noturno | |
| Tecnólogo | | | |
| 2024-1º Semestre | | C. H. Presencial | C. H. Não Presencial Total |
| Optativas | | | |
| 4º Período | | | |
| 5268-02S - Desenvolvimento de Carreira e Empregabilidade | - | 40 | 040 |
| 5889-04S - Gestão de Projetos | - | 80 | 080 |
| 6079-04S - Língua Brasileira de Sinais | - | 80 | 080 |
| 4777-04S - Marketing Pessoal | - | 80 | 080 |

INFRAESTRUTURA:

A Unidade Universitária I do Centro Universitário de Rio Preto - UNIRP, onde o Curso Superior de Tecnologia em Marketing está implantado, atende as necessidades do curso.

- Salas de aulas com ar-condicionado e recursos multimídia;
- Salas de estudos individuais e em grupo;
- Laboratório de informática;
- Plataforma AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem
- Biblioteca.

PROGRAMAS DE EXTENSÃO DO CURSO:

Atividades desenvolvidas:

- Apresentação de trabalhos dos alunos no Congresso Científico do UNIRP

Programação dos eventos do curso:

- Semana acadêmica do curso em parceria com a Semana do Curso de Administração

ESTÁGIO:

No Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos – o estágio supervisionado NÃO SE APLICA, com amparo na Resolução CNE/CP 3, de 18 de Dezembro de 2002.

LINKS INTERESSANTES RELACIONADOS AO CURSO:

Sebrae-SP - <http://www.sebraesp.com.br>

Sebrae Nacional: <http://www.sebrae.com.br>

Conselho Regional de Administração - <http://www.crasp.gov.br>

Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisas em Administração:

<http://www.anpad.org.br>

Associação Brasileira de Marketing Direto - <http://abemd.org.br/>

Associação de Marketing Digital - <https://associacao.digital/>

Associação Brasileira de Educação à Distância: <http://www.abed.org.br>