

**PROJETO PEDAGÓGICO
DO
CURSO DE
BACHARELADO EM
COMUNICAÇÃO SOCIAL
COM
HABILITAÇÃO EM
PUBLICIDADE E
PROPAGANDA
FACULDADE ESAMC SOROCABA
2019**

APRESENTAÇÃO

O Modelo Pedagógico da ESAMC Sorocaba é completo, estruturado e efetivo para preparar os alunos para o mercado de trabalho. O envolvimento com as empresas, por meio de pesquisas constantes, orienta nosso modelo pedagógico para o desenvolvimento de todas as competências necessárias para a atuação profissional do egresso de nosso curso no mercado de trabalho. Isso define um profissional completo, com maior capacidade de trabalho, decisão e com muito mais chances de sucesso profissional.

Um aspecto essencial para o sucesso do planejamento institucional é a abordagem factual à avaliação do nosso negócio e de nossa área de atuação. É claro que o ato final da avaliação e do futuro da educação superior onde estamos inseridos, possui um alto teor intuitivo. Talvez haja maneiras formais para melhorar a lógica da estratégia de nosso negócio, ou da criação de novos conceitos e políticas. Mas o essencial por trás da avaliação está em encontrar e reconhecer os fatos e as circunstâncias concernentes à tecnologia, ao mercado, ao aprendizado, ao grau de importância da eficiência, eficácia, grandeza e efetividade, entre outros fatores, em suas formas em contínua mutação. A rapidez das mudanças torna a busca por inovações uma característica permanentemente necessária, principalmente para um setor, como o da educação superior, que não está acostumado a trabalhar e a gerir suas instituições com a visão de negócio. As vantagens competitivas se modificam rapidamente e o ciclo de vida de qualquer estratégia passa a ser muito curto, surgindo, assim, novos enfoques. Estes enfoques refletem-se na economia, no mercado, na sociedade e novos pontos fortes tornam-se críticos provocando, simultaneamente, a abertura de janelas de oportunidades a serem aproveitadas.

SUMÁRIO

1) CONTEXTUALIZAÇÃO DA IES	5
1.1. MANTENEDORA	5
1.2. MANTIDA	5
1.3. HISTÓRICO DA ESAMC SOROCABA	7
1.4. PERFIL MISSÃO, VALORES E OBJETIVOS E METAS DA FACULDADE ESAMC SOROCABA 12	
2) CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO	18
2.1. DADOS SOCIOECONOMICOS DA REGIÃO	18
2.1.1 INSERÇÃO SOCIAL E CULTURAL	26
2.2. CONTEXTO EDUCACIONAL	29
3) ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	31
3.1. BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	31
3.2. HISTÓRICO DO CURSO	31
3.3. POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO	32
3.4. OBJETIVOS DO CURSO	34
3.5. PERFIL DO EGRESSO	36
3.6. ESTRUTURA CURRICULAR	41
3.6.1 REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA MATRIZ CURRICULAR	41
3.6.2 INTER-RELAÇÃO DOS CONTEÚDOS DAS DISCIPLINAS NA MATRIZ CURRICULAR DO CURSO 42	
3.6.3 MATRIZ CURRICULAR	42
3.6.4 CARGA HORÁRIA	47
3.6.5 ADEQUAÇÃO DOS CONTEÚDOS CURRICULARES ÀS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS 48	
3.6.6 PROJETOS INTERDISCIPLINARES	49
3.6.7 AULAS PRÁTICAS	50
3.6.8 PREPARAÇÃO PRÉVIA	50
3.6.9 METODOLOGIA TBL	50
3.6.10 SUPORTE TECNOLÓGICO	51
3.6.11 ESTÁGIO CURRICULAR	51
3.6.12 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC	53
3.6.13 ATIVIDADES COMPLEMENTARES	54
3.6.14 MECANISMOS DE NIVELAMENTO	56

3.7.	CONTEÚDOS CURRICULARES	59
3.7.1	EMENTAS E BIBLIOGRAFIA	59
3.7.2	PLANOS DE AULA	108
3.8.	METODOLOGIA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA E DE ENSINO	109
3.8.1	METODOLOGIA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	109
3.8.2	METODOLOGIA DE ENSINO	110
3.9.	ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO	111
3.10.	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC	114
4.	APOIO AO DISCENTE	115
4.1.	APOIO PSICOPEDAGÓGICO AO DISCENTE	115
4.2.	PARTICIPAÇÃO DISCENTE EM PROGRAMAS DE INTERCÂMBIO	115
4.3.	PROGRAMA DE MONITORIA	116
4.4.	PROGRAMAS DE BOLSAS À DISPOSIÇÃO NO CURSO	116
4.5.	APOIO À PROMOÇÃO DE EVENTOS	116
4.6.	FORMAS DE ACESSO AO CURSO.....	117
5.	SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO CURSO	117
5.1.	RELATÓRIO DO ENADE SOBRE O DESEMPENHO GLOBAL DOS ALUNOS	118
5.2.	RELATÓRIO DA CPA – AUTO AVALIAÇÃO	118
5.3.	RELATÓRIO AVALIAÇÃO EXTERNA – AVALIAÇÃO DO MEC IN LOCO	119
5.4.	AVALIAÇÃO ATRAVÉS DE PESQUISA – PESQUISA ESAMC	120
5.5.	AVALIAÇÃO DOS EIXOS DE CONHECIMENTO	120
6.	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	121
6.1.	LMS	121
6.2.	ERP	122
7.	AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM	123
7.1.	AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO ACADÊMICO	123
7.2.	PROVAS DE EIXO	125
7.3.	PREPARAÇÃO PRÉVIA	125
7.4.	AVALIAÇÃO DA ATIVIDADE DOCENTE - CPA	126
8.	CORPO DOCENTE E TUTORIAL	128
8.1.	NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE)	128
8.2.	COORDENADOR DO CURSO	128
8.2.1.	BREVE DESCRIÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO	128
8.2.2.	ATUAÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO	129
8.3.	CORPO DOCENTE	130

8.3.1.	TABELA DE TITULAÇÃO DO DOCENTE	130
8.3.2.	TABELA DE REGIME DE TRABALHO DO DOCENTE	131
8.3.3.	TABELA DE EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL DO DOCENTE	
8.3.4.	TABELA DE EXPERIÊNCIA DE MAGISTÉRIO DO DOCENTE	
8.4.	COLEGIADO	132
8.4.1.	MEMBROS DO COLEGIADO	132
8.4.2.	ATUAÇÃO DO COLEGIADO NO CURSO	132
8.5.	PRODUÇÃO CIENTÍFICA	135
8.6.	APOIO DIDÁTICO PEDAGÓGICO AO DOCENTE	135
8.6.1.	PLANO DE CARREIRA	136
8.6.2.	PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DOCENTE	136
8.6.3.	ESTRATÉGIAS DE AÇÃO	136
9	INFRAESTRUTURA	137
9.1.	INFRAESTRUTURA PARA DOCENTES	137
9.2.	ATENDIMENTO AOS ALUNOS	138
9.3.	SALA DE AULA	140
9.4.	AUDITÓRIOS	142
9.5.	LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA	142
9.6.	BIBLIOTECA	144
9.6.1.	ESPAÇO FÍSICO	145
9.6.2.	SERVIÇOS	145
9.6.3.	INFORMATIZAÇÃO	145
9.6.4.	ATUALIZAÇÃO DO ACERVO	147
9.7.	Outros Serviços	148
9.8.	INFRAESTRUTURA GERAL – UNIDADE II	150
10	ANEXOS	162
10.1.	ANEXO I – REGULAMENTO ATIVIDADES COMPLEMENTARES	162
10.2.	ANEXO II – REGULAMENTO ESTÁGIO CURRICULAR	164
10.3.	ANEXO III – REGULAMENTO PARA O USO DO LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA	166
10.4.	ANEXO IV – PLANO DE CARREIRA DOCENTE	169
10.6	ANEXO VI – REGULAMENTO PARA USO DA BIBLIOTECA	173
10.7	ANEXO VII – REGIMENTO INTERNO	180
10.8	ANEXO VIII – REGULAMENTO PARA MONITORIA	227
10.9	ANEXO IX – REGULAMENTO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (PGE)	233

1) CONTEXTUALIZAÇÃO DA IES

1.1. MANTENEDORA

Mantenedora: Escola Superior de Gestão de Negócios Ltda

Endereço: Rua Artur Gomes, 51, Centro, Sorocaba/SP

CNPJ: 03.363.565/0001-21

Contrato Social Nº Registro no.2.146 Geral do 1º. Registro Civil de Pessoa Jurídica de Sorocaba. Representante

Legal: Luiz Francisco Gracioso

1.2. MANTIDA

Mantida – Faculdade ESAMC Sorocaba

Endereço: Rua Artur Gomes, 51, Centro, Sorocaba/SP

Base Legal: Portaria de Credenciamento nº 1.544 de 29/09/2000 – DOU 04/10/2000 e Portaria de Recredenciamento Portaria no. 642 de 18/05/2012 – DOU 21/05/2012

DIRIGENTES:

Presidente: Luiz Francisco Gracioso

Graduado em Administração de Empresas, com especialização em Marketing e Finanças, pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, obteve o grau de Mestre em Administração de Empresas pelo IMD de Lausanne, Suíça, com especialização em Planejamento Estratégico. Ocupou cargos executivos e de direção em empresas tais como: Heublein, Monsanto, Booz Allen, ESPM e ESAMC.

Diretor Administrativo-Financeiro: Luiz Antonio Beldi Castanho

Formado em Engenharia Industrial Modalidade Mecânica pela FEI – Faculdade de Engenharia Industrial em 1970 – São Paulo/SP. Pós-Graduação em Administração de Empresas, área Economia de Empresas pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da fundação Getúlio Vargas em 1976. Pedagogia com especialização em Administração Escolar pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Itapetininga em 1986. Engenheiro de Segurança do Trabalho, Registro n.º 1.897.

- Professor da Faculdade de Tecnologia de Sorocaba, da UNESP, de 1973 a 1977.

- Diretor da Faculdade de Engenharia de Sorocaba, de 1977 a 1979.

- Mantenedor e diretor do grupo Ágathos Educacional, entidade que congrega várias escolas de ensino fundamental, médio e superior nas cidades de Sorocaba, São Roque e Itapetininga, desde 1974.

- Sócio do grupo Ânima Educação entidade que congrega os Centros Universitários UNA e UNI-BH em Belo Horizonte - MG , UNIMONTE em Santos-SP e Faculdades São Judas..

Diretor Geral: Sandro C. Vidotto

Administrador de Empresas, com especialização em Planejamento Empresarial e Estratégia Competitiva, Pós-graduado em Adm. de Recursos Humanos e Mestre em Educação Superior.

-Educador - foi Professor nos cursos de graduação e MBA da ESPM e da FACULDADE ESAMC.

-Consultor, treinador e conferencista - atendeu empresas como: Unibanco, Rede Bahia de Comunicação, RBS- Rede Brasil Sul, Lucent Technologies, Rede Bandeirantes de Rádio, SENAC, UNIMED, SERASA, Associação Comercial de São Paulo entre outras.

-Escritor - têm artigos e publicações nas áreas de Marketing, R.H., Comunicação e Estratégia, foi Colaborador do Jornal Diário de São Paulo e Colunista dos jornais Bom Dia Sorocaba e Bom Dia Jundiá. É Autor ou Coautor dos Livros: Liderança Empresarial, Organização de Empresas de Beleza, Administração Tendências e Perspectivas, Comunicação Estratégica de Marketing e Miopias na escolha da carreira profissional.

-Executivo - Atuou nas seguintes organizações: AMA - American Management Association - Management Center do Brasil, Dinheiro Vivo Agência de Informações Ltda., Rede Bandeirantes de Rádio, WVCA Propaganda e Marketing, ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing e FACULDADE ESAMC.

Diretor Acadêmico: Maurício Luis Marra

Bacharel em Comunicação Social, na habilitação de Relações Públicas, pela Faculdade Cásper Líbero, de São Paulo – SP, Pós-Graduado em Teoria e Técnicas da Comunicação e Mestre em Comunicação na Contemporaneidade, também pela Faculdade Cásper Líbero.

Foi Sócio Diretor da Editora Rotor. Atuou em diversas agências de comunicação de São Paulo, como CL-A Comunicações, Inforpress Ltda, Pic SC Ltda e Sine Qua Non Ltda, para clientes como Grupo Brasmotor (Multibrás), Grupo Ultra, Sabesp (Alto Paranapanema), Filsan Equipamentos e Sistemas, Metagal, União pela Modernização da Indústria Automobilística, Universidade São Judas Tadeu, FASP – Faculdades Associadas São Paulo, Clube de Campo de São Paulo, Confederação Nacional do Trabalho (campanha “Nobel da Paz” pró Dom Paulo Evaristo Arns), Alcoa Embalagens, Associação Brasileira de Alcalis e Derivados do Cloro - ABICLOR, Associação Brasileira da Indústria de Base - ABDIB, Center Vale Shopping, Colégio Galileu Galilei e Associação dos Lojistas do Shopping Center 3, entre outros.

Atua na carreira docente desde 1995, lecionando na Graduação na Faculdade Cásper Líbero (São Paulo – SP), Fundação Karnig Bazarian (Itapetininga – SP) e ESAMC Sorocaba (Sorocaba – SP). É professor orientador e avaliador de TCCs e docente do MBA na ESAMC Sorocaba. Foi professor pesquisador no CIP – Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero por seis anos e coordenador dos cursos de comunicação na ESAMC Sorocaba. Lecionou também diversas disciplinas nos cursos de MBA da Unimonte,

em Santos – SP, e na Universidade Nilton Lins, em Manaus - AM. É Diretor Acadêmico da ESAMC Sorocaba desde Janeiro de 2012.

1.3. HISTÓRICO DA ESAMC SOROCABA

A ESAMC é um dos principais grupos de ensino superior do País e reconhecida nacionalmente como um centro de excelência. Uma escola que venceu o desafio de encontrar o equilíbrio entre a teoria e a realidade globalizada do mercado de trabalho e que oferece o diferencial que todo profissional procura “*a formação acadêmica necessária para se tornar um grande líder*”.

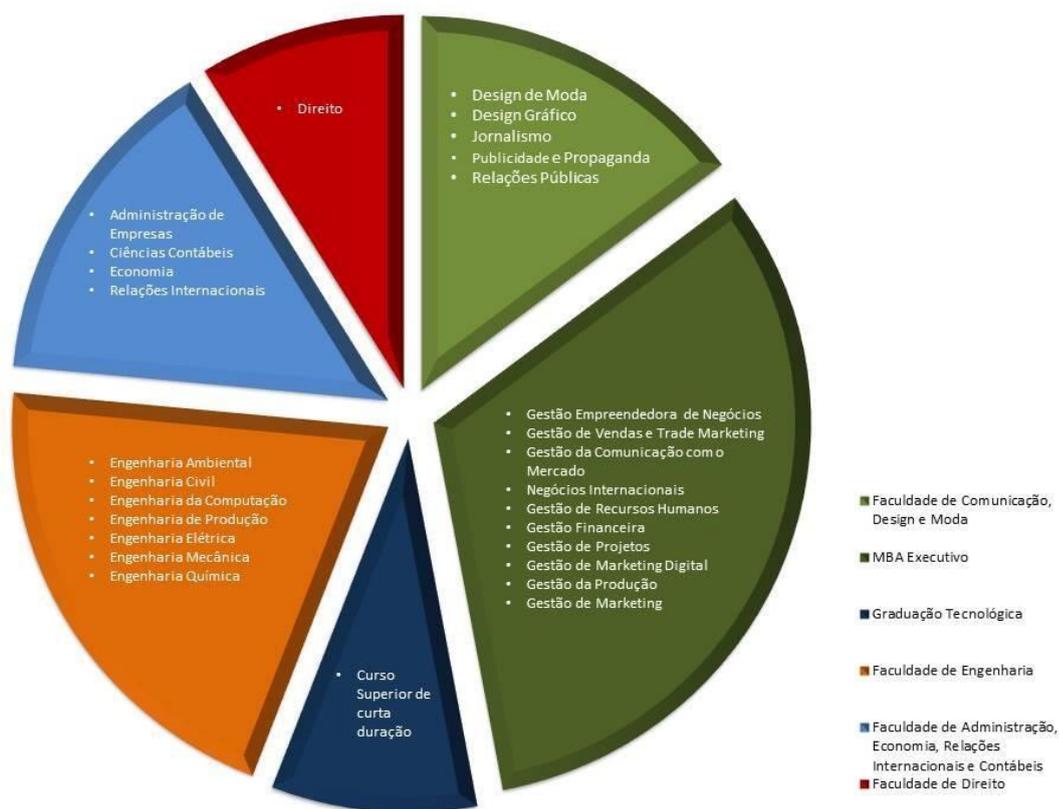
Criada há 17 anos com moldes, padrões e chancela da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, a intenção da ESAMC era levar o mesmo padrão de excelência para cidades que tivessem massa crítica, demanda e potencial econômico capaz de entender o diferencial oferecido pela nova instituição de ensino. Fundada em 1999 teve início de suas atividades no 1º Semestre de 2000 nas cidades de Campinas e Uberlândia com os cursos de Administração e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

A ESAMC está sempre pronta para analisar, viabilizar o seu crescimento e realizar a ampliação da instituição, com esse propósito, após a inauguração da primeira unidade estabeleceu a constituição de mais unidades, sendo elas: Sorocaba em 2001, Santos em 2004, São Paulo em 2013 e Jundiaí em 2016.

Nos seus próximos anos de operação, a instituição realizou algumas atualizações no modelo pedagógico utilizado, para entregar aos seus alunos uma formação mais completa e eficaz.

ÁREA DE ATUAÇÃO

A ESAMC Sorocaba tem como propósito, zelar por valores éticos como Instituição voltada para o mercado. Tem por finalidade cooperar com os setores produtivos, em consonância com as atuais demandas socioeconômicas e culturais da região na qual está inserida, oferecendo cursos de formação em nível superior para atender as demandas educacionais.



Bacharelado Graduação e Tecnólogo

A ESAMC Sorocaba aspira responder à sua missão como comunitária e confessional capaz de contribuir para o conjunto do sistema educacional com uma produção acadêmica de qualidade; responder às exigências do mundo do trabalho, em constante transformação, que compreende a inserção profissional nos diversos campos de atuação; atender de forma ágil às demandas das tecnologias digitais de informação e comunicação; propiciar a formação competente de quadros para o ensino básico e superior, importantes agentes multiplicadores; saber articular o fenômeno da globalização e da internacionalização da cultura à defesa das peculiaridades culturais e linguísticas; contribuir para uma sociedade mais justa e equânime.

Deste modo a política de graduação da ESAMC Sorocaba visa ao estabelecimento de princípios e diretrizes gerais para os cursos em todas as modalidades – bacharelado e superior de tecnologia –, constituindo a principal referência para novos cursos e para a reformulação dos cursos existentes, adequando-os às novas demandas sociais e educacionais, com vistas à busca pela excelência acadêmica e fortalecendo a imagem da faculdade no cenário da educação superior brasileira. Os cursos de Graduação na ESAMC SOROCABA orientam-se pelos princípios e diretrizes nacional de cursos.

Na área de graduação bacharelado, após a primeira atualização no modelo pedagógico, a faculdade percebeu a necessidade de entregar para as regiões em que estava inserida uma variedade maior de cursos. Dessa forma, em 2006 surgiram os cursos, Design, Relações Públicas, Relações Internacionais, Moda e Direito. Nos anos seguintes (entre 2008 e 2011), a instituição também passou a oferecer o curso de

Jornalismo e as seguintes Engenharias: Química, Civil, Produção, Computação, Elétrica, Mecânica e Ambiental, e em 2017 a ESAMC SOROCABA inseriu em sua grade de cursos Arquitetura e Urbanismo em todos seus campi.

No ano de 2012 a ESAMC SOROCABA entendeu a necessidade do mercado em busca de bons cursos em boas faculdades com cargas horárias menores para suprir esta demanda do mercado. Assim surgiram os cursos de graduação tecnológica, voltados para as seguintes áreas:

- Área de Comunicação: Comunicação Institucional, Marketing, Vendas, produção Publicitária, Produção Audiovisual, Eventos, Fotografia e Produção Fonográfica.
- Área de produção: Logística e Qualidade
- Área de Administração: Finanças, Recursos Humanos e Comércio exterior

Pós Graduação Latu sensu – MBA

Mantendo sua tradição na oferta de cursos de pós-graduação lato sensu, a ESAMC Denise Lícia Boni de Oliveira (Gasparini) tem por finalidade oferecer estudos de aprofundamento em determinado campo de conhecimento científico ou artístico, técnico ou tecnológico, a candidatos graduados em ensino superior, com vistas ao aprimoramento de sua atuação profissional. A educação continuada na ESAMC Sorocaba é realizada por meio de projetos desenvolvidos pelas unidades acadêmicas, em consonância com as políticas institucionais de aperfeiçoamento, aprimoramento e extensão. Nessa dimensão, a ESAMC Sorocaba busca responder com dinamismo e criatividade às demandas da sociedade por ampliação, aprofundamento e atualização nas diversas áreas profissionais, ao mesmo tempo em que permite e alimenta o desenvolvimento de pesquisas e sua aplicação imediata em diversos campos do saber, estabelecendo, assim, um canal de realimentação recíproca entre a sociedade e a ESAMC Sorocaba.

Em meados de 2003 a ESAMC Sorocaba, a pedido do mercado, lançou os cursos In Company e os cursos de MBA com 11 especializações: MBA - Executivo em Finanças, MBA - Auditoria Empresarial, MBA - Controladoria Gerencial de Empresas, MBA - Gerenciamento Estratégico de Custos, MBA - Gestão de Investimentos, MBA - Planejamento Tributário, MBA - Gestão Estratégica de Pessoas, MBA - Coaching de Alta Performance, MBA - Liderança em Equipes e Inovação, MBA - Liderança e Gestão de Talentos, MBA – Empreendedorismo, MBA - Negócios Internacionais, MBA - Gestão de Projetos Empresariais, MBA - Gestão da Qualidade, MBA - Governança Corporativa, MBA - Gestão da Comunicação com o Mercado, MBA - Gestão de Marketing, MBA - Gestão de Vendas e Trade Marketing, MBA - Gestão de Marketing Digital, MBA - Design Thinking, MBA - Marketing Internacional, MBA - Marketing e Vendas, hoje com mais de 1.500 alunos formados em especializações. A ESAMC SOROCABA ainda possui um diferencial aos

alunos dos cursos de graduação bacharelado que queiram fazer o MBA na ESAMC SOROCABA , onde este aluno estuda apenas os seis meses de especialização escolhida.

Cumprindo com seu objetivo, a ESAMC Sorocaba tem o intuito em garantir que seus alunos desenvolvam uma visão empreendedora e se tornem profissionais bem-sucedidos no mercado de trabalho.

Sempre fiel ao seu posicionamento, voltado para o mercado de trabalho, A ESAMC realizou pesquisa, através de visitas in loco, com Diretores de Recursos Humanos de 50 das 100 maiores empresas do Brasil, buscando entender qual o perfil de profissionais recém-formados que as empresas buscam. Na resposta para essa pesquisa surgiu o DNA ESAMC que é formado através do desenvolvimento de todas as competências exigidas pelo mercado de trabalho: competências técnicas, competências comportamentais e competências gerenciais e para desenvolvê-la, a ESAMC conta com uma disciplina específica e com um coaching individual.

Competências técnicas – SABER

- Domínio técnico da área de formação;
- Raciocínio qualitativo;
- Raciocínio quantitativo.

Competências comportamentais - SER

- Empreendedorismo: capacidade de enxergar oportunidades e implementar novos projetos;
- Ética pessoal: possuir conduta idônea no exercício da sua profissão;
- Comprometimento e responsabilidade: capacidade de cumprir prazos, com qualidade e com foco em resultados;
- Equilíbrio emocional: capacidade de manter o equilíbrio em situações adversas, com foco na solução do problema;
- Relacionamento interpessoal: capacidade de criar e desenvolver redes de relacionamento profissionais;
- Consciência e diversidade intercultural: capacidade de conhecer e conviver profissionalmente com pessoas diferentes;
- Flexibilidade: capacidade de se adaptar a novas situações;
- Competências Gerenciais

Competências gerenciais – SABER FAZER

- Liderança: capacidade de liderar pessoas e equipes de alto desempenho;
- Visão global e pensamento estratégico: capacidade de pensar o futuro e tomar decisões equilibradas;

- Gestão de pessoas e conflitos: capacidade de montar equipes competentes e resolver conflitos rapidamente;
- Processo de vendas e negociação: capacidade de vender ideias de forma profissional e convincente;
- Trabalho em equipe: capacidade de trabalhar de forma eficiente em equipe;
- Gerenciamento e entrega: capacidade de organizar, planejar e implementar projetos do início ao fim;
- Processo de tomada de decisão: capacidade de tomar decisões profissionais de alta eficácia;
- Etiqueta empresarial: capacidade de se comportar corretamente no ambiente de trabalho;
- Cultura e valores organizacionais: capacidade de identificar e respeitar regras de conduta no ambiente profissional.

Planejamento Estratégico

O planejamento Estratégico da ESAMC Sorocaba levou a um expressivo crescimento de todas as suas atividades: ensino, pesquisa e extensão.

Cumprindo com seu objetivo, a ESAMC Sorocaba tem o intuito de garantir que seus alunos desenvolvam uma visão empreendedora e se tornem profissionais bem-sucedidos no mercado de trabalho.

Outra consequência do Planejamento Estratégico foi a criação de programas dentro da instituição que visam a inserção social e a equidade de acesso a situações reais que auxiliam no desenvolvimento profissional e social dos alunos, transformando as ações existentes e criando outras.

Descrito abaixo, estão os programas desenvolvidos sob medida, cumprindo desse modo, importante aspecto de seu compromisso com a qualidade no ensino e moldando assim de forma precisa e única cada profissional, deixando-os prontos para assumir responsabilidades com confiança e segurança fora da ESAMC:

GENS (Grupo de Estudos em Negócios Sustentáveis)- a qual possibilita(rá) proporcionar aos alunos a prática de desenvolver atividades relacionadas à preservação do meio ambiente;

APEX — Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, entidade do sistema "S", ligada ao Ministério das Relações Exteriores, do Governo Federal, que atua há anos para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia do País. PEIEX é o Projeto para promoção às Exportações, e tem por objetivo qualificar e incrementar a competitividade sustentável e promover a cultura exportadora por meio da implementação de melhorias gerenciais e inovações tecnológicas nas empresas.

Agência Bagagem: A Agência Bagagem é uma agência experimental de comunicação, sem fins lucrativos, voltada ao atendimento de demandas internas da faculdade e de organizações do terceiro setor, formada por alunos dos cursos do eixo de comunicação da ESAMC Sorocaba, oriundos de diversos semestres, sob a

supervisão e orientação de um professor responsável. Cumpre o importante papel de possibilitar a experiência prática ao discente, melhor qualificando-o para o mercado de trabalho, seus desafios e demandas.

ESAMC Social - Formada e gerenciada por alunos, a ESAMC Social cria espaços para discussão de temas ligados ao terceiro setor. São palestras, exposições e fóruns. Além disso, é responsável pelo Trote Cidadão, o primeiro contato do aluno com a estrutura da ESAMC Sorocaba, criado para desenvolver em nossos alunos a responsabilidade social.

Empresa Jr ESAMC - Especializada em consultoria empresarial, realiza projetos de consultoria com clientes reais. Aqui, os alunos da ESAMC, orientados por professores, podem realizar projetos técnicos com empresas reais, de pesquisas de mercado, estudos de viabilidade, de reorganização de processos produtivos e de gestão.

Núcleo Jurídico ESAMC - Especializado em consultoria jurídica, o Núcleo Jurídico ESAMC presta serviços de assessoria jurídica para clientes reais.

1.4. PERFIL MISSÃO, VALORES E OBJETIVOS E METAS DA FACULDADE ESAMC SOROCABA

A ESAMC Sorocaba é um centro de excelência em educação nas áreas de Negócios, onde se inserem Relações Internacionais, Comunicação, Engenharia, Tecnologia da Informação e Direito, além dos cursos tecnológicos nas áreas de Gestão e Comunicação. O grande diferencial dos nossos alunos é a sua visão completa do mercado, adquirida através do nosso modelo pedagógico, corpo docente, parcerias internacionais e desenvolvimento das competências.

Formamos profissionais para atuar em um mercado altamente competitivo e em empresas que buscam atingir suas metas através do sucesso neste mercado. A ESAMC está entre as 50 melhores Instituições de Ensino Superior do Brasil, o que reflete a consolidação de nossa imagem acadêmica.

Por trás do nosso sucesso, nos sustentando, estão, sem dúvida alguma, os nossos valores éticos, a inovação e a excelência acadêmica implantada em nossos cursos. Além disso, a nossa política de investir no desenvolvimento e no aprimoramento dos nossos professores, programas, métodos educacionais e instalações sustenta a nossa constante busca pela excelência.

O corpo docente da ESAMC Sorocaba está entre os melhores e mais experientes do país. Contamos com profissionais que buscam o aperfeiçoamento constante e atuantes no mercado, para que possam estar frente às necessidades dos nossos alunos e dos mercados, local e global. A ESAMC também tem por meta continuar a inovar, desenvolver e aprimorar seus programas com a frequência necessária, de modo a melhor preparar seus alunos para vencer os desafios de um ambiente competitivo, global e extremamente dinâmico.

Em resumo, acreditamos que a ESAMC Sorocaba representa a dedicação e os princípios éticos de nosso sonho. E continuaremos a trabalhar para superar cada vez mais nossos objetivos.

Declarações Institucionais

VISÃO

A ESAMC seja reconhecida como uma das principais Instituições de Ensino Superior do Brasil para a formação de líderes, que consigam ajudar o país a alcançar todo o seu potencial de desenvolvimento e crescimento, tornando-se um país melhor e mais justo.

MISSÃO

A missão da ESAMC é consolidar-se, cada vez mais, como um centro de excelência de estudo e ensino, voltado para a vanguarda do conhecimento das áreas de atuação da Escola. Nesse sentido, o foco deve ser a educação com qualidade. Compromete-se, ainda, a formar líderes comprometidos com o Brasil e a sustentabilidade das organizações, por meio do desenvolvimento de competências comportamentais, gerenciais e técnicas, que garantam o sucesso profissional.

Estão expressos em seus projetos pedagógicos e diretrizes institucionais o desenvolvimento da liderança, do controle financeiro e das competências técnicas, gerenciais e comportamentais que garantam o sucesso profissional.

VALORES

- Respeito;
- Comprometimento;
- Acolhimento;
- Transparência.

OBJETIVOS E METAS

Os objetivos e metas traçados no PDI, com vigência de 2017 – 2021 estão listados abaixo.

Objetivos gerais:

- Ser reconhecida pela comunidade acadêmica e empresarial como uma das melhores Instituições de Ensino Superior do país nas áreas de atuação da escola;
- Garantir uma formação acadêmica compatível com a das melhores Instituições de Ensino, de forma que nossos alunos sempre consigam atingir a nota máxima nas avaliações do MEC;
- Promover o desenvolvimento e a constante qualificação do corpo docente por meio de apoio à titulação, atualização e pesquisa, garantindo assim a qualidade dos cursos oferecidos aos alunos; – Manter o modelo pedagógico, a grade curricular e as disciplinas sempre atualizadas, em linha com as reais necessidades do mercado e em atendimento à legislação vigente por meio de revisões periódicas.

Metas:

Meta 1 – Fortalecimento da Imagem da faculdade através de trabalhos com a área Comercial; Meta 2 – Aperfeiçoamento dos projetos acadêmicos, buscando alcançar notas ainda melhores nas avaliações do MEC;

Meta 3 – Maior desenvolvimento das competências técnicas, comportamentais e gerenciais já trabalhadas no modelo pedagógico;

Meta 4 – Implementação de atualizações tecnológicas, buscando o suporte necessário para o melhor desenvolvimento das competências técnicas, comportamentais e gerenciais;

Meta 5 – Promover a melhoria constante da infraestrutura física e acadêmica;

Meta 6 – Aprimorar a política sobre evasão da escola, buscando novos conhecimentos, estudos e ferramentas sobre o tema;

Meta 7 – Patrocinar fóruns de discussão entre o nosso corpo docente, o corpo discente e os empresários/executivos locais;

Meta 8 – Proporcionar aos alunos e professores acesso à mais moderna tecnologia de ensino disponível no país;

Meta 9 – Investir em treinamento do corpo administrativo quanto à legislação vigente e sua atualização.

Objetivo 1 – Realizar a Unificação das Mantidas.

Metas:

– Solicitar a unificação das mantidas conforme regulamentação; – Finalizar o processo de unificação das mantidas até 2018-1.

Ensino de Graduação Presencial.

Objetivo 2 – Consolidar os Cursos de Graduação Existentes e Ampliar a Área de Atuação.

Metas:

– Garantir que 100% dos cursos reconhecidos pelo órgão regulador obtenham conceitos de excelência, em seus ciclos avaliativos, até o final da vigência deste PDI;

– Obter média de avaliação docente, na perspectiva de nossos alunos, de no mínimo 5 pontos, em uma escala que vai até 6 pontos;

– Obter índice de melhor escola da região, na avaliação de nossos alunos, de no mínimo 80%;

– Compor um quadro docente predominantemente formado por mestres e doutores (tendo como meta atingir 70% em 2021);

– Propor novos cursos, baseados na demanda do mercado;

Objetivo 3 – Aprimorar a Eficiência do Processo Ensino-Aprendizagem.

Metas:

- Proporcionar diversificação das estratégias pedagógicas em todos os cursos;
- Revisão das metodologias pedagógicas de ensino;
- Ampliar competências e habilidades pedagógicas do corpo docente;
- Aprimorar o conhecimento prático do corpo docente;
- Manter o rigor acadêmico como modelo de excelência de ensino.

Objetivo 4 – Estimular o uso de Recursos Tecnológicos no Ensino e na Gestão.**Metas:**

- Estimular a utilização do ambiente virtual de aprendizagem;
- Modernização dos recursos tecnológicos;
- Desenvolver continuamente os Módulos do Sistema de Gestão Acadêmica (SAAF) durante a vigência deste PDI;

Objetivo 5 – Ampliar a Eficiência dos laboratórios Existentes Utilizados no Ensino.**Metas:**

- Revisar as demandas de utilização dos laboratórios;
- Reduzir ao máximo a ociosidade da estrutura instalada;

Objetivo 6 – Atualizar os Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPC).**Metas:**

- Revisar anualmente 100% dos PPCs dos cursos, de acordo com as demandas do mercado, as diretrizes curriculares nacionais e as emanadas dos órgãos reguladores;
- Aprimorar os processos de normatização/documentação dos PPCs e órgãos colegiados.

Objetivo 07 – Reduzir os Índices de Evasão.**Metas:**

- Reduzir o índice de evasão gradativamente, durante a vigência deste PDI.

Ensino de Pós-graduação Presencial.**Objetivo 08 – Expandir os Cursos *Lato Sensu*.****Metas:**

- Ampliar o número de alunos matriculados em cursos de Pós-graduação *lato sensu*;
- Implantar novos Programas de Pós-graduação *lato sensu*, conforme demanda do mercado.

Comunidade e Extensão.

Objetivo 09 – Expandir a Oferta de Cursos de Extensão.

Metas:

- Ampliar a oferta de cursos de extensão até o final da vigência deste PDI;
- Criar indicadores de balanço social para a IES;
- Emitir Balanço Social anualmente, a partir de 2018.

Objetivo 10 – Atuar como Facilitador no Contato de Alunos e Egressos com o Mercado de Trabalho.

Metas:

- Implantar um Programa de Integração Empresa Estudante (PIEE) para intermediação de discentes e exalunos com organizações externas, visando ao preenchimento de vagas de estágio e à inserção no mercado de trabalho, até o final da vigência deste PDI.

Pesquisa

Objetivo 11 – Fomentar os Processos de Pesquisa.

Metas:

- Realizar o Simpósio anualmente;
- Indexar a Revista OLHAR;
- Ter 80% dos professores com ao menos 3 publicações a cada triênio ao término do período do PDI;
- Criar o NPEE (Núcleo de Pesquisa e Extensão ESAMC);
- Criar grupos de pesquisa associados aos temas dos PGE da graduação e pós-graduação; – Criar procedimentos para normatização e publicação dos PGE na biblioteca.

Gestão

Objetivo 12 – Ampliar o Acesso dos Estudantes de Classes Menos Favorecidas ao Ensino Superior.

Metas:

- Ampliar o número de alunos de classes sociais menos favorecidas beneficiados com programas de acesso ao ensino superior, inclusive com financiamento próprio da Instituição;

Objetivo 13 – Aprimorar o Sistema de Comunicação Interna.

Metas:

- Desenvolver um sistema eficiente de comunicação entre toda a comunidade universitária.

Objetivo 14 – Otimizar os Recursos para Manutenção da Sustentabilidade Financeira da Instituição.

Metas:

– Atingir os resultados projetados para os próximos cinco anos.

Ações:

– Redesenhar os processos atuais visando à otimização dos recursos e à eliminação de desperdícios;

Objetivo 15 – Programa de Capacitação do Corpo Técnico-Administrativo.**Metas:**

– Revisar/reavaliar planos de carreira setoriais.

- Ampliar e aperfeiçoar o programa de capacitação do corpo técnico-administrativo. -

Desenvolver métricas de avaliação funcional

Objetivo 16 – Acompanhamento de egressos.**Metas:**

– Aprimorar o programa de acompanhamento de egressos; **Objetivo 17– Ampliar a Estrutura Física das Unidades.**

Metas:

– Duplicar a área física construída disponível até o final do período contemplado neste PDI, com novas salas de aula, espaços para uso docente, biblioteca, auditório etc.

Objetivo 18 – Interação da IES com a Comunidade e a Sociedade da Região Administrativa de Sorocaba (RAS).**Metas:**

– Ampliar a atuação da ESAMC Social através dos programas: Grupo de Estudos de Negócios Sustentáveis (GENS), Agência de Comunicação ESAMC, Empresa Júnior, Núcleo de Práticas Jurídicas (NPJ), Convênio APEX/ESAMC;

Áreas de atuação

A faculdade ESAMC, de acordo com o seu posicionamento e objetivos estabelecidos ao longo dos anos, é uma escola de negócios, focada na introdução dos jovens no mercado de trabalho. Para alcançar esses objetivos, a ESAMC atua na área de educação superior, oferecendo cursos de bacharelado, tecnológico e de pós-graduação *lato sensu*. As áreas que atuamos são: Negócios, Comunicação, Design, Direito e Engenharia.

2) CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

2.1 DADOS SOCIOECONOMICOS DA REGIÃO

Os anos de 2015 e 2016 foram marcados na economia brasileira por uma forte crise econômica, iniciada timidamente em 2014, porém já com alguns indicativos de que estava pronta para explodir. Podemos ressaltar, entre outros fatores, o aumento progressivo da inflação, o descontrole fiscal do governo, a disparada do dólar e a restrição de crédito – o que elucida como o auge da crise, em 2015 e 2016, impactou (e está impactando) o município e a região em que a ESAMC Sorocaba está inserida.

Pilares-mestres como a crise política, a crise fiscal e a crise de crédito nos cenários interno e externo corroeram o poder do investimento público, reduziram drasticamente a renda da classe trabalhadora e aumentaram significativamente o risco de crédito, muito caro para as condições atuais da população brasileira, em que o somatório desses fatores muda significativamente os cenários nacional e regional, o que levou obrigatoriamente a uma redução na confiança que afeta o desenvolvimento econômico do Brasil como um todo, porém apresentando seus maiores efeitos em nível regional, através da falta de definição de aspectos importantes para a sustentabilidade dos segmentos da indústria, do comércio e do agronegócio, conforme segue.

Falta de marcos legais	Informações técnicas para novos investimentos
Programas e ações de impactos sociais	Informações e indicadores econômicas divergentes
Programas e ações de impactos ambientais	Melhores indicadores financeiros

Acreditamos que a sociedade como um todo deve trabalhar para a sustentabilidade de uma nação em nível nacional e regional embasada na educação, na preservação de seus valores, no respeito ao meio ambiente e da geração atual e futura. Isso posto, o momento da crise atual pede uma reflexão lúcida sobre a economia, que é sinônimo de confiança. Somente com a recuperação dos índices de confiança o crédito voltará a sua normalidade, pois sem o crédito no mundo moderno não há economia. (Ben Bernanke: ex-presidente do *Federal Reserve*, em sua tese de pós-doutorado).

Dessa forma, para que os empresários concedam os créditos necessários, será antes necessário um projeto em ação com três fases distintas, em que deverá estar envolvido um:

Projeto numa ação de confiança política (pois é preciso acreditar)	Projeto precisa de trabalho (sacrifício e privação)	Projeto precisa de crédito/dinheiro – o conservador de todos
--	---	--

É necessário desenvolver uma inteligência educacional e empresarial que conheça bem o seu papel, o negócio, os funcionários, passando pelos fornecedores, até chegar aos seus clientes, além de um amplo conhecimento do seu operacional e do mercado em que atua.

Isso pede um trabalho que seja capaz de alinhar os recursos do conhecimento, econômicos e financeiros, devendo ser capaz de pensar, assimilar, entender, aprender, planejar, elaborar as informações e compreender as mudanças dentro das próprias mudanças do mercado, para usá-las de forma adequada e atingir o propósito do desenvolvimento educacional, econômico/financeiro e social com crescimento sustentável.

O ciclo virtuoso da economia então não pode parar, mesmo sob o pretexto de que devemos, em uma crise, buscar a liquidez a qualquer custo; sim, ele deve ser o resultado final de um processo de geração operacional de fluxo de caixa que proporcione capacidade de investimento, financiamento, desenvolvimento e de pagamento.

Refletindo sobre esse contexto, a crise levou o trabalhador a reduzir o consumo e a tentar ficar “líquido”. Receoso, ele reduziu os seus gastos e investimentos.

O empresário também desacreditou e também diminui e/ou não investiu. Assim como o trabalhador, também ficou líquido não investindo – isso quando não teve até que encerrar as suas atividades.

O sistema financeiro extremamente sensível reduziu drasticamente seus financiamentos, aumentou as garantias e as taxas de juros com uma substancial redução nos prazos, tornou-se muito mais seletivo na concessão de crédito. Também ficou muito receoso, reduziu muito suas atividades de financiamento e tornou-se líquido.

Por fim, pelo lado do governo, as crises política e fiscal atingiram fortemente os investimentos em diversos programas sociais.

O resultado final deste cenário no período 2015 e 2016 foi uma forte queda acumulada no PIB da atividade econômica, sendo 3,80% em 2015 (IBGE) e 3,23% previsto para 2016 (Boletim Focus – Bacen), porém, com o passar da crise, serão deixados enormes espaços vazios para serem ocupados, trabalhados e retrabalhados, principalmente no cenário regional.

Para 2017, os primeiros indicadores de retomada de confiança da economia já começam a aparecer, sinalizando crescimento bem modesto, mas com perspectivas estáveis de sustentabilidade e principalmente com aumento na oferta da ocupação dos postos de trabalho de pessoas qualificadas, o que torna imprescindível uma graduação/formação profissional em nível superior.

Diante desse cenário, a ESAMC Sorocaba, da forma com que está inserida regional e estrategicamente, pretende atuar de modo altamente inclusivo.

O Estado de São Paulo conta, atualmente, com aproximadamente 45 milhões de habitantes, sendo que a população urbana corresponde a aproximadamente 93,7% desse total, segundo o IBGE.

A distribuição da população paulista, segundo faixas etárias, se relaciona diretamente com a queda da fecundidade e o aumento da longevidade, fenômenos observados no Brasil e em outros países emergentes nos últimos anos.

Com isso, apesar do razoável crescimento da população jovem, percebe-se hoje, no estado de São Paulo e na Região Metropolitana de Sorocaba, um aumento significativo da presença de adultos com 65 anos ou mais na distribuição da população por faixas etárias (dados do IBGE).

A figura a seguir demonstra os principais dados da população no Estado de São Paulo e na Região Metropolitana de Sorocaba:

Figura 1 – Município de Sorocaba: indicadores sociais, econômicos e financeiros.

Sorocaba	Código: 3552205
Síntese das informações	
Área da unidade territorial - 2015	450,382 km ²
Estabelecimentos de Saúde SUS	75 estabelecimentos
Matrícula - Ensino fundamental - 2015	79.292 matrículas
Matrícula - Ensino médio - 2015	30.097 matrículas
Número de unidades locais	26.430 unidades
Pessoal ocupado total	239.368 pessoas
PIB per capita a preços correntes - 2013	42.764,72 reais
População residente	586.625 pessoas
População residente - Homens	287.014 pessoas
População residente - Mulheres	299.611 pessoas
População residente alfabetizada	524.976 pessoas
População residente que frequentava creche ou escola	170.965 pessoas
População residente, religião católica apostólica romana	331.154 pessoas
População residente, religião espírita	19.833 pessoas
População residente, religião evangélicas	162.922 pessoas
Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios particulares permanentes com rendimento domiciliar, por situação do domicílio - Rural	2.836,03 reais
Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios particulares permanentes com rendimento domiciliar, por situação do domicílio - Urbana	3.547,89 reais
Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita dos domicílios particulares permanentes - Rural	496,67 reais
Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita dos domicílios particulares permanentes - Urbana	725 reais
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - 2010 (IDHM)	0,798

Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Apesar do momento econômico pouco favorável, a Região Metropolitana de Sorocaba, composta por 27 cidades e uma população estimada em 2 milhões de habitantes, segundo o IBGE, apresenta um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M): 0,798 (PNUD - 2010) e um Ao rápido e recente processo de crescimento demográfico e de urbanização, aumento da escolaridade em nível superior, na graduação e pós-graduação, somam-se o crescimento da economia e a intensificação da vida cultural na região, que recebe anualmente milhares de migrantes atraídos pelas oportunidades de trabalho e pela esperança de melhor qualidade de vida. Examinemos mais atentamente as características essenciais da Região Metropolitana de Sorocaba.

Como reflexo direto dessas transformações recentes na economia e na demografia brasileira, a cidade de Sorocaba está situada como uma das cinquenta maiores cidades do Brasil e a quarta mais rica entre 16 regiões do estado de São Paulo. Cidade, esta, que nasceu com vocação para fomentar negócios – na indústria, no comércio e na prestação de serviços.

Serviu também como cenário para o embrião da siderurgia brasileira, com a exploração e a fundição do ferro. Fundada em 15 de agosto de 1654, por um bandeirante, foi entreposto comercial e ponto de partida de

expedições rumo ao interior. Depois, graças à sua localização estratégica, tornou-se a capital mercantil da Colônia, no período em que o Brasil conheceu a “febre do ouro”.

Foi o berço de uma das primeiras ferrovias do Brasil com a fundação, em 1875, da Estrada de Ferro Sorocabana, que se tornou a mais importante do setor antes da unificação da malha ferroviária estadual. E ainda foi a precursora da industrialização paulista, registrando, já em 1852, a primeira experiência de se implantar uma fábrica de fiação e tecelagem no Estado de São Paulo; foi também pioneira em 1969 e 1970 na Fazenda Ipanema, que mantinha uma escola de formação de pilotos e um centro nacional de pesquisas em aviação agrícola para desenvolver e testar, no Brasil, o primeiro avião agrícola nacional – EMBRAER 201 Ipanema, sendo a primeira aeronave produzida e testada em série no mundo movida a álcool. O nome do avião foi, então, em homenagem à Fazenda Ipanema.

O desafio nestes últimos anos, porém, tem sido crescer sem comprometer a qualidade de vida. Para se ter uma ideia, em Sorocaba o abastecimento de água e o serviço de saneamento básico atendem a aproximadamente 99% da população. Para isso, o município tem códigos que disciplinam a ocupação e o uso do solo e precisa estar em modernização constante para que a infraestrutura urbana acompanhe o fluxo populacional.

A região administrativa de Sorocaba comporta 79 municípios e possui uma população de quase três milhões de habitantes, gerando um PIB per capita superior a R\$ 21.500,00. Dentro dessa região, a área de influência direta da cidade comporta cerca de 1,5 milhão de habitantes, com IDH de 0,705 (alto). O índice de analfabetismo é de 4,40% e a população entre 18 e 24 anos com Ensino Médio completo é de 60,33%. Em relação ao PIB Estadual, a região responde por 2,87% e a 3,65% das exportações.

O PIB da região de Sorocaba, que é composta por 47 cidades, atingiu a soma de R\$ 74,1 bilhões em 2015. O número representa uma queda de 6,1%, já descontada a inflação do período. Esse cenário de retração, de acordo com o boletim, começou em 2014. “Nos anos iniciais (2010 a 2013), a economia regional mostrou forte crescimento, com taxas superiores às do Estado. Esse processo se estendeu até o primeiro trimestre de 2014, quando a atividade econômica começou a mostrar forte retração”.

Contudo, apesar do avanço de 10 posições no *ranking* dos municípios mais ricos do Brasil, dentro do Estado de São Paulo Sorocaba pulou apenas do 10º para o 9º lugar. A cidade ficou atrás de São José dos Campos (19º PIB), Jundiaí (18º), Barueri (16º), São Bernardo do Campo (14º), Guarulhos (13º), Campinas (11º), Osasco (9º) e São Paulo (1º). Com o avanço de 30º para 20º, a cidade ultrapassou apenas Ribeirão Preto (28º) dentro do Estado.

Isoladamente, Sorocaba tem uma população de mais de 586.625 habitantes, IDH de 0,798, superior ao índice estadual que é de 0,783. Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios particulares permanentes com rendimento domiciliar, por situação do domicílio – Urbano: R\$ 2.836,47 e o PIB per capita (2016); preços concorrentes (2013) de R\$ 42.764,72. O índice de alfabetismo está em torno de 3% (Censo de 2010), o que lhe rendeu o selo de “Cidade Livre do Analfabetismo”, conferido pelo Ministério da Educação e Cultura.

A recessão econômica pela qual o país passa afetou diretamente o resultado do Produto Interno Bruto (PIB) da Região Administrativa de Sorocaba, que registrou queda de 6,1% no ano passado, em relação a 2014, puxada pela taxa negativa do setor industrial. A informação é apontada pela primeira edição do boletim Radar Regional, divulgado pela Fundação Sistema de Análise de Dados Estatísticos (Seade). O levantamento mostra que a Região Administrativa de Sorocaba registrou uma taxa média de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) de 1,2% de 2010 a 2015. O resultado é inferior à média do estado, que atingiu 3,4% de crescimento, devido aos dois últimos anos de retração no PIB da região. Apesar disso, a RA Sorocaba é a quarta mais rica entre 16 regiões do estado de São Paulo.

Figura 2 – Região Administrativa de Sorocaba



Com mais de 63.000 organizações ativas, Sorocaba é a 26ª cidade do país em número de empresas. Em relação ao PIB nacional, o município ocupava a 32ª posição em 2010, segundo o IBGE.

É considerada uma das 50 melhores cidades brasileiras para se viver e desenvolver carreira, segundo a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) e a Revista Exame. Ainda segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM, edição 2012, último dado disponível), Sorocaba é considerada uma cidade de alto desenvolvimento em todos os quesitos analisados, com nota acima de 0,8, para um limite de 1. No que se refere especificamente à educação, seu índice passa de 0,9.

Diferentemente de outros municípios de porte semelhante, Sorocaba possui sua atividade econômica mais concentrada no setor de serviços e na indústria, possuindo pouca atividade rural de porte.

Hoje a cidade se destaca por possuir uma indústria diversificada, que inclui empresas automobilísticas como Toyota, montadoras de escavadeiras e retroescavadeiras, indústrias de alimentos como a Pepsico, indústria de máquinas agrícolas como a CASE, produção de pás para usinas eólicas, montagem de aparelhos eletrônicos, bebidas etc. No setor de serviços, oferece empresas de logística, centro de distribuição de peças da GM, SPAs, três grandes Shopping Centers e, mais recentemente, tem se destacado no setor de manutenção aeronáutica, com a presença de centros de serviços dos maiores fabricantes mundiais de jatos executivos, como Bombardier, Dassault-Falcon, Gulfstream e Embraer, entre outros. Devido a essas características, Sorocaba é um dos poucos municípios do Estado de São Paulo que possui um Parque Tecnológico em funcionamento.

Posição geográfica do município: situado a 562 metros de altitude. Coordenadas geográficas do município: Latitude: 23° 30' 22" Sul; Longitude: 47° 27' 21" Oeste.

Sorocaba é um município do Parque Natural Municipal Corredores de Biodiversidade, o que também contribui para o desenvolvimento. A cidade se encontra a cerca de 100 km de distância das cidades de São Paulo e Campinas e a menos de 200 km do porto de Santos.

Sua infraestrutura de transporte inclui um grande centro ferroviário, duas importantes estradas (Raposo Tavares e Castelo Branco), um aeroporto de médio porte, além da proximidade com Viracopos, cerca de 70 km, maior centro de distribuição de carga aérea do país e que oferece voos para as principais cidades brasileiras.

2.1.1 INSERÇÃO SOCIAL E CULTURAL

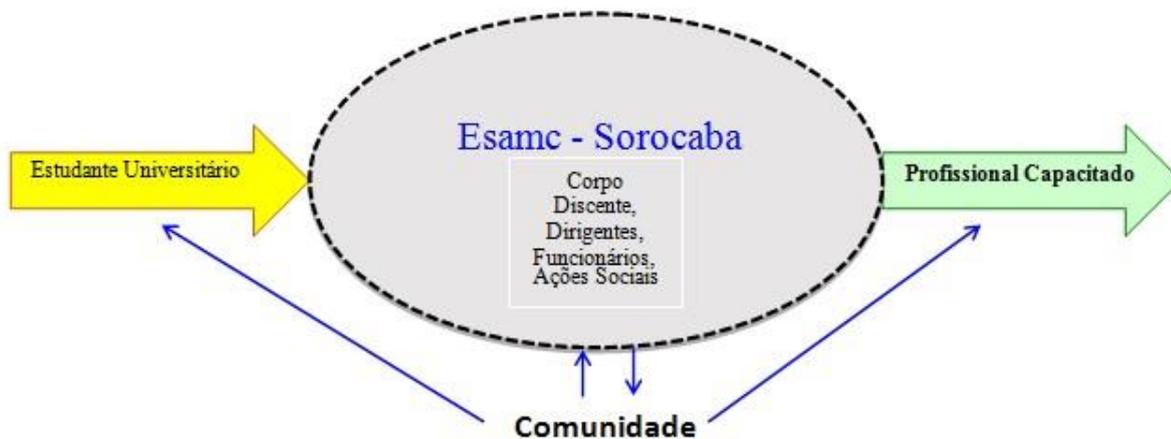
Analisando os dados citados anteriormente, a ESAMC Sorocaba, atuando com base na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, acredita que possui um papel extremamente importante na contribuição do aprendizado e desenvolvimento do conhecimento, aliado às competências necessárias para o aumento da autoestima, da inclusão social e cultural de seus alunos e cidadãos da Região Metropolitana de Sorocaba. Com a crescente conscientização da sociedade, que vem se modificando gradualmente, o modelo tradicional de atuação educacional baseado apenas em educar, sem levar em conta a formação de um cidadão, deu lugar a um que pretende um profissional com uma visão mais realista de mundo, mais humanitário e melhor preparado para solucionar os problemas sociais, técnicos, ambientais, econômicos e financeiros, voltado para o desenvolvimento social inclusivo da comunidade no seu entorno.

A conscientização sobre a importância de desempenhar um papel constante de desenvolvimento e manutenção de cidadania junto à sociedade é uma realidade na ESAMC Sorocaba, pois esta Instituição é um instrumento que atua constantemente na transformação social, no sentido de que sua atuação influencia, através do ensino e das práticas vivenciadas no dia a dia, o desenvolvimento das habilidades e competências, baseadas em atitudes humanas responsáveis do seu corpo discente perante a sociedade de forma geral e perante o mercado de trabalho, em particular.

Nesse sentido, na ESAMC Sorocaba a responsabilidade social está ligada às estratégias da Instituição de Ensino, compreendida como um meio para melhorar os problemas sociais enquanto Instituição comprometida com o ensino de qualidade e excelência, interferindo de forma positiva no acesso e na empregabilidade no mercado de trabalho nas áreas educacionais em que atua.

Sendo a ESAMC SOROCABA uma IES comprometida com a qualidade e a excelência no ensino como uma propulsora de conhecimento e, conseqüentemente, com a formação profissional e pessoal de seus alunos, engaja-se cada vez mais em proporcionar aos discentes uma formação enraizada na gestão transformadora das organizações, através da cidadania, da responsabilidade social e do conhecimento técnico.

Assim, a ESAMC Sorocaba está integrada e conectada no seu todo com as questões reais e as necessidades da comunidade local e da região em que está inserida, focada na formação de alunos éticos e responsáveis frente aos problemas das empresas e da sociedade, interagindo e divulgando o conhecimento de novas formas de gestão, novas ideias para a introdução nas várias esferas das empresas e diretamente para a comunidade e seu entorno. Além disso, preocupa-se com outras comunidades, na adoção de práticas responsáveis, priorizando ações que envolvam especialmente a inclusão social, o desenvolvimento econômico e social, a defesa do meio ambiente, a memória cultural, a produção artística e o patrimônio cultural.

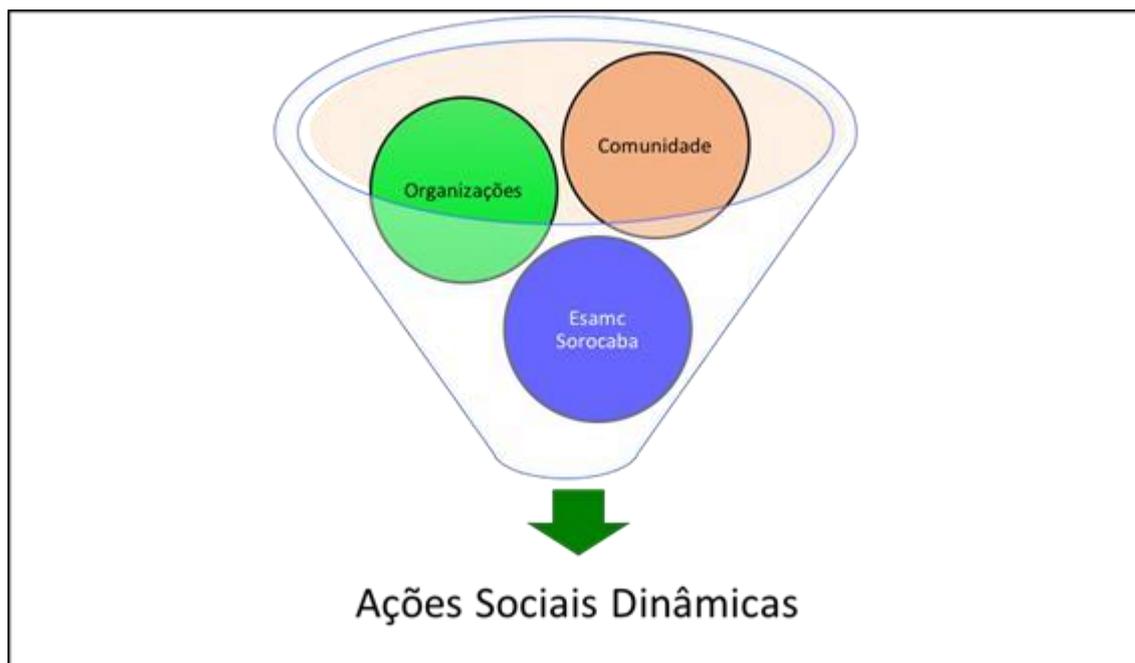


Desta forma, o desenvolvimento de ações sociais como: Parcerias com Órgãos Governamentais, Desenvolvimento de Campanhas e Consultorias para o Terceiro Setor, Trabalhos em Comunidades Carentes, dentre outras, contribuem ativamente no processo de melhoria da realidade de comunidades onde projetos são desenvolvidos por alunos, sob a orientação de professores, com a finalidade de criar um espaço em que o acadêmico ESAMC SOROCABA através da participação em projetos sociais, amplie sua consciência sobre o valor da cidadania e da importância de um papel cada vez mais atuante na sociedade em que está inserido, conforme fluxo abaixo.



Tais ações visam proporcionar um espaço de práticas e reflexões a partir de ações sociais desenvolvidas através do tripé: ESAMC / COMUNIDADE / ORGANIZAÇÕES, conforme a figura abaixo.

Figura 4 – Interação dos atores regionais



Esse tripé amplia o perfil institucional através de critérios representados pela lacuna crescente entre o ensino e as práticas cidadãs, trazendo sempre novos elementos da realidade da comunidade ao seu entorno que justificam as áreas de atuação social pela qual a ESAMC Sorocaba se dirige, na construção e progresso sustentado do futuro.

Vinculação da oferta educacional da IES às demandas do desenvolvimento local e regional, da inclusão social, tecnologia, política e cultural, do respeito e preservação ambiental.

A definição estratégica das ofertas educacionais da ESAMC Sorocaba é baseada nas demandas do desenvolvimento econômico, social, tecnológico, cultural e ambiental da Região Administrativa de Sorocaba. A ESAMC Sorocaba tem como propósito zelar por valores éticos como Instituição voltada para o mercado, objetivando ser um centro de educação dentre os melhores do país. Tem por finalidade cooperar com a sociedade e os setores produtivos, em consonância com as atuais demandas socioeconômicas, ambientais e culturais da região na qual está inserida, oferecendo cursos de formação em nível superior para atender às demandas educacionais, em particular da cidade de Sorocaba e sua Região Administrativa.

Acreditamos que a sociedade como um todo deve trabalhar para a sustentabilidade de uma nação em nível nacional e regional, embasada na educação, preservação de seus valores, respeito ao meio ambiente e da geração atual e futura.

Isso pede um trabalho que seja capaz de alinhar os recursos do conhecimento, econômicos e financeiros, além de ser capaz de pensar, assimilar, entender, aprender, planejar, elaborar as informações e compreender as mudanças dentro das próprias mudanças do mercado, para usá-las de forma adequada e atingir o propósito do desenvolvimento educacional, econômico-financeiro e social com crescimento sustentável.

Diante desse cenário, a ESAMC Sorocaba realiza inovações pedagógicas significativas, especialmente quanto à flexibilidade dos componentes curriculares, oportunidades diferenciadas de integralização do curso, projetos integradores, aprendizagem baseada em problemas, metodologias ativas de ensino e aprendizagem, aproveitamento de estudos e competências desenvolvidas no trabalho e outros meios, desenvolvimento de tecnologias, dentre outras.

2.2 CONTEXTO EDUCACIONAL

Nos últimos anos o Brasil experimentou um período contínuo de baixo crescimento econômico, que deve se prolongar até aproximadamente 2020. Além da fraca demanda interna, as perspectivas externas também se apresentam nebulosas para esse período apontado, graças principalmente à posição de protecionismo esboçada pelos Estados Unidos e à saída do Reino Unido da União Europeia, entre outros fatores que devem afetar a dinâmica econômica mundial.

Curiosamente, é esse mesmo cenário que traz boas perspectivas para os profissionais de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, pois aponta para uma necessidade cada vez maior das organizações buscarem novos mercados no exterior, o que demandará o surgimento de uma nova geração de internacionalistas, cuja formação seja baseada em ampla noção de gestão de negócios, economia e política internacionais.

Isso traz grandes perspectivas para aqueles que intentam ingressar na área e buscam uma formação superior em Sorocaba e sua região metropolitana, que em conjunto comportam mais de dois milhões de habitantes (4,6% da população estadual) e 4,03% do PIB paulista.

Sozinha, Sorocaba conta com cerca de 25.000 empresas atuantes. Considerando-se que somente 5% destas seja ou tenha potencial exportador, temos mais de 1.200 oportunidades de trabalho. Hoje, a cidade responde por 2,29% das exportações paulistas, em um volume superior a US\$ 1,3 bilhão de dólares. Assim, Sorocaba e sua região metropolitana apresentam diversos pré-requisitos para o aumento das exportações, de tal modo que foi selecionada pela APEX, agência de promoção à exportação do Governo Federal, para ser a sede do projeto PEIEX, que orienta e qualifica empresas para atuarem no mercado internacional. Neste projeto, a Faculdade ESAMC de Sorocaba foi selecionada como polo desenvolvedor, já tendo envolvido mais de 190 empresas da região, de 300 que se mostraram interessadas inicialmente. Certamente, com essa iniciativa, novas oportunidades de trabalho surgirão nos próximos anos.

No que tange à educação, Sorocaba conta hoje com cerca de 25.000 estudantes em nível superior, o que a coloca como um dos 40 municípios brasileiros com maior número de alunos neste grupo. Atuam na cidade diversas instituições públicas e privadas, oferecendo cursos em todas as grandes áreas do conhecimento. No que se refere especificamente à formação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, três fatores, isolada e conjuntamente, devem aumentar rapidamente a demanda por esses

profissionais em Sorocaba e região: a chegada de novas empresas, a necessidade de abertura de novos mercados e a implantação da Região Metropolitana.

Com diversas empresas internacionais de porte instaladas na região, abre-se a perspectiva também de atuação em outras unidades dessas organizações, seja no Brasil, seja em outros países.

A região de Sorocaba historicamente está ligada à indústria, como na fundação da primeira siderúrgica do país e no tempo em que a cidade era considerada a Manchester Paulista. Concentra hoje grandes empresas nas áreas de veículos automotores, reboques e carrocerias, máquina e equipamentos, produtos de metal, equipamentos de informática, equipamentos para usinas eólicas, produtos eletrônicos e ópticos, confecção e bebidas entre outros. Na área de serviços, vem se destacando como um novo pólo de manutenção aeronáutica e alternativa para a hangaragem e suporte aviação executiva.

Por esse viés industrial que abriga setores de ponta, Sorocaba é uma das poucas cidades brasileiras a contar com um Parque Tecnológico, que abriga diversas organizações produtivas e educacionais. É também uma cidade onde hoje se desenvolvem diversos programas que abrangem governo, indústrias, meio acadêmico e sociedade, na melhoria da qualidade de vida.

3) ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

3.1 BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Endereço de funcionamento do Curso: Rua Artur Gomes, 51, Centro/SP.

Atos de Legais:

O curso está Reconhecido pela Portaria SERES nº 268, de 03/04/2017 – Publicada no D.O.U de 04.04.2017

Número de Vagas Autorizadas: 120 vagas anuais, sendo 60 vagas semestrais.

Turnos de Funcionamento: Diurno e Noturno

Modalidade do Curso: Presencial – Seriado/semestral

Prazos de Integralização: Tempo Mínimo: 8 semestres (diurno); 10 semestres (noturno) - Tempo Máximo: 15 semestres

Dimensão das Turmas Teóricas e Práticas:

- 60 alunos por turma teórica
- 60 alunos por turma prática

Carga Horária Total do Curso

A carga horária do Curso de 3.860 é de 3.217 horas-aula.

Data de Início do Curso: 01/02/2001

3.2 HISTÓRICO DO CURSO

O Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da ESAMC Sorocaba surgiu de uma demanda local por formação de qualidade na área. Já reconhecida por sua qualidade de formação, a ESAMC decidiu investir sua metodologia diferenciada na formação técnico-científica. Para isso, desde a concepção do projeto ancorou-se em profissionais com um perfil de qualidade diferenciado e com comprometimento com seu projeto.

Dessa forma, desde sua criação o curso tem gradativamente ganhado força como aquele que oferece uma das melhores formações da área entre as instituições particulares da região. A ESAMC também promove, semestralmente, eventos extracurriculares ligados aos seus cursos, onde docentes e discentes organizam eventos, palestras, projetos e atividades congêneres.

O Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda recebeu autorização de funcionamento através da portaria 1544 de 29/09/2000. Sua operação efetiva começou no ano de 2001. Esse curso veio a agregar a atuação da escola na área de comunicação visual. Abaixo segue uma tabela com o número de alunos matriculados no curso nos últimos dois anos:

EVOLUÇÃO DO CURSO			
Períodos (Os últimos dois anos)	Nro. Matriculados	Vagas Ofertadas	Nro. Egressos
2018/2	176	120 anuais	---
2018/1	175		13
2017/2	176	120 anuais	29
2017/1	202	120 anuais	17
2016/2	209	120 anuais	30

Alunos Ativos	176
Alunos Trancados	02

3.3 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

O Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da ESAMC Sorocaba está alicerçado em políticas institucionais que, por sua vez, foram pensadas e traçadas dentro de um contexto de sintonia com os objetivos do curso, com a missão da IES, com o perfil do egresso esperado e em consonância com o PDI.

Dessa forma, a política de ensino adotada para a graduação pretende:

- 1) Promover a revisão e atualização dos Currículos: a cada cinco anos a ESAMC revisará e atualizará o seu modelo pedagógico. Esta atualização terá como principal matéria-prima uma pesquisa que a escola realizará com organizações empregadoras, listadas entre as maiores do país, empresas, escritórios e congêneres. Este trabalho também contará com a contribuição permanente do corpo docente da ESAMC, através de reuniões de planejamento, academia de professores e pesquisa formal. Os critérios orientadores para a atualização curricular - flexibilização curricular são: A atualização curricular se dará como consequência do resultado das pesquisas. Ou seja, o “mercado” nos orienta em relação às deficiências que observa em jovens recém-formados. Um exemplo recente foi a clara manifestação do mercado em relação às deficiências crescentes em relação ao uso da língua portuguesa. Esta recorrência nas pesquisas nos fez adicionar duas disciplinas de língua portuguesa em todos os cursos oferecidos pela ESAMC. As pesquisas serão conduzidas pelos diretores acadêmicos. De posse de todo este material, uma série de reuniões serão conduzidas nas unidades entre diretores, coordenadores e professores. Uma visão será construída em cada unidade e depois consolidada nacionalmente.
- 2) Promover a Formação Continuada: os Cursos de Graduação da ESAMC possibilitarão aos seus alunos uma formação horizontal continuada.
- 3) Possibilitar e promover a mobilidade discente e docente como via de promoção de enriquecimento acadêmico e de favorecimento da interdisciplinaridade;
- 4) Promover estímulos através de bolsas acadêmicas: A ESAMC concede bolsa integral para docentes, filhos de docentes e demais colaboradores para todos os cursos oferecidos pela ESAMC.
- 5) Aderir aos programas de bolsas em parceria com o governo.

No âmbito do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda cada uma dessas políticas é desenvolvida de forma específica, para garantir uma formação completa para os nossos alunos:

- 1) Promover a revisão e atualização dos Currículos: No curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda tivemos 5 atualizações da grade curricular. Cada uma dessas atualizações ocorreu baseada em pesquisas com empresas de Comunicação para realizar os ajustes no desenvolvimento das competências para o curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.
- 2) Promover a Formação Continuada: devido a divisão do curso em eixos de conhecimento, é possível garantir aos alunos uma formação continuada, sem deixar nenhuma lacuna. No curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, os eixos de conhecimento são: Comunicação e expressão, Ambiente e Negócios, Marketing, Comunicação e Criação, Raciocínio matemático, Raciocínio qualitativo, Estratégia e projeto ESAMC e Estágio Curricular.
- 3) Possibilitar e promover a mobilidade discente e docente como via de promoção de enriquecimento acadêmico e de favorecimento da interdisciplinaridade: através de trabalhos interdisciplinares é possível desenvolver dos discentes uma visão técnica mais completa, estimulando o desenvolvimento das competências comportamentais e gerenciais também.
- 4) Promover estímulos através de bolsas acadêmicas: além das bolsas ofertadas para todos os cursos, no curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda a ESAMC oferece uma bolsa específica para alunos que vieram de colégios públicos, mas não entraram pelo Prouni.
- 5) Aderir aos programas de bolsas em parceria com o governo: o curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda possui bolsas para o FIES e para o Prouni.

3.4. OBJETIVOS DO CURSO

A finalidade e o objetivo do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da ESAMC é a de formar jovens profissionais que estejam aptos para atuar nos vários tipos de empresas, segundo suas habilitações.

À luz dessa filosofia, o processo de ensino e aprendizagem permite ao aluno construir a sua própria formação intelectual e modelar sua profissão.

O compromisso institucional reside no acompanhamento do aluno, garantindo a este a compreensão e o entendimento das premissas da formação polivalente, através da averiguação das potencialidades individuais e coletivas e da orientação para a aprendizagem, assim a auto-avaliação e questionamento permanentes, assegura sua própria formação e desenvolvimento, reforçado pelo compromisso da Instituição para com a imersão das realidades global, nacional e local, seja sob a ótica econômica, social e política.

O desafio do novo cenário empresarial que se desenha, seja no âmbito local, nacional e internacional, consiste, invariavelmente, no reconhecimento de uma inexorável necessidade de flexibilidade e capacidade de adaptação, o que potencializa um conjunto de competências de que um jovem formando precisa estar alinhado com as necessidades atuais do mercado de trabalho.

Os novos conceitos e modelos sócio-econômicos reforçam a busca de soluções adequadas ao desenvolvimento que equilibrado, o que tem sido alvo de considerações nos mais diversos segmentos da sociedade, segundo uma ótica de crescente complexidade e mudança.

A partir desse contexto, indispensável se torna a inter-relação e a compreensão da integração das bases teóricas do Curso de Graduação em Comunicação Social com sua Habilitação em Publicidade e Propaganda e áreas afins e um estreito contato com líderes da comunidade empresarial para que possamos ter sempre uma visão detalhada e atualizada do perfil do “Profissional do Futuro”.

Em consonância ao exposto anteriormente, e considerando a expertise da ESAMC na área da Comunicação, o Curso de Publicidade e Propaganda tem por objetivo formar profissionais tendo como diferencial o que o mercado exige atualmente.

Desta forma, este profissional estará apto a atuar nos seguintes segmentos:

- Agências de Comunicação - propaganda, promoção de vendas, merchandising, marketing direto, marketing de incentivo, comunicação dirigida e eventos; nas áreas de atendimento, planejamento, pesquisa de mercado, criação, mídia, produção gráfica e produção eletrônica/digital;
- Fornecedores de Serviços - produtoras de som, cine e vídeo, estúdios fotográficos, gráficas, institutos de pesquisa de mercado; nas áreas de atendimento, planejamento, criação, mídia e produção/realização;
- Empresas - dos setores industriais, comerciais e de serviços, nas áreas de marketing, comunicação/propaganda e de assessoria de comunicação;
- Veículos de Comunicação - emissoras de televisão e rádio, indústria cinematográfica, jornais, revistas, empresas de Mídia Exterior (outdoors, painéis, mobiliário urbano), Mídia Indoor (aeroportos, shoppings) Mídia Digital/Internet (portais, sites, mídias sociais) Mobile Marketing; nas áreas de marketing, pesquisa e comercialização.

3.5. PERFIL DO EGRESSO

Os cursos da ESAMC Sorocaba são atuais e eficazes, pois utilizamos o moderno conceito de ensino no qual todas as disciplinas são organizadas por intermédio dos eixos de conhecimento, de interdisciplinaridade e de um programa de desenvolvimento de competências gerenciais e comportamentais, o que garante a formação de um profissional completo. A ESAMC Sorocaba acredita que uma boa formação acadêmica, aliada a uma forte aproximação com o mercado de trabalho, são fundamentais para a formação dos profissionais que o Brasil precisa para os próximos anos.

Através dos eixos de conhecimento, da interdisciplinaridade, e da visão global, o modelo pedagógico da ESAMC Sorocaba garante que os profissionais formados possuam não somente a base acadêmica, mas desenvolvam outras competências técnicas, gerenciais e comportamentais necessárias para o sucesso no mercado. O que chamamos de “DNA ESAMC”, mostra o perfil geral do nosso aluno:

Perfil Técnico

- Tem boa capacidade de expressão oral e escrita.
- Sabe utilizar o raciocínio quantitativo e lógico em questões empresariais.
- Possui visão crítica e analítica.
- Possui uma noção dinâmica de mercado e um entendimento profundo de marketing.
- É um especialista em comunicação mercadológica.
- Sabe avaliar qualquer proposta de comunicação de mercado em termos financeiros, de eficácia e de coerência.
- Sabe avaliar os impactos da comunicação mercadológica nas demais áreas da empresa.

Perfil Gerencial

- Sabe alinhar e conduzir equipes aos objetivos definidos;
- Pensa estrategicamente e tem visão global do funcionamento da empresa;
- Sabe gerenciar equipes e projetos;
- Sabe apresentar e negociar projetos com eficácia, sempre com visão ganha-ganha;
- Sabe trabalhar em equipes multifuncionais;
- Sabe planejar, organizar, implementar e controlar projetos com foco em resultados;
- Tem capacidade analítica, de identificação de problemas, planejamento e encaminhamento de soluções; - Sabe representar uma empresa em ocasiões sociais;
- Sabe identificar, conhecer e respeitar o código de conduta de uma organização.

Perfil Comportamental

- É Empreendedor;
- Conhece a fundo os princípios de Ética pessoal e Corporativa;
- É comprometido, cumpre prazos e busca sempre atingir resultados;
- Tem equilíbrio e busca resultados mesmo em situações adversas;
- Sabe trabalhar com pessoas e construir relacionamentos profissionais;
- Reconhece e convive de forma construtiva com a diversidade cultural;
- Aceita novos desafios, novas formas de trabalho e aceita mudar de posição – quando convencido.

Perfil Específico

Considerando o caráter do Curso de Comunicação Social com sua Habilitação em Publicidade e Propaganda e o cenário empresarial local, nacional e global, o profissional egresso, ou seja, do aluno que se formará no curso, prevê-se, além da sólida formação humanística, estar inteirado de toda formação técnica inerente à profissão, com forte e bem sustentada percepção do mercado.

O profissional da ESAMC deverá, portanto, ser capaz de:

- Conhecer e dominar técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
- Traduzir em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
- Planejar, criar, produzir, difundir e gerenciar a comunicação publicitária, ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação.

Competências e habilidades

GERAIS

1. Assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
2. Usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
3. Posicionar-se de modo ético-político;
4. Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
5. Experimentar e inovar no uso destas linguagens;
6. Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
7. Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

DA HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- Ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;
- Realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de argumentos etc;
- Definir objetivos e estratégias de comunicação com soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;
- Conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;

- Executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- Realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias; - Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o merchandising e marketing direto;
- Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
- Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos; - Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.

Conteúdos curriculares

- Os conteúdos curriculares atendem as Diretrizes Nacionais do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda e traduzem as competências e habilidades, flexibilidade e mutabilidade que demonstram o conjunto de saberes e conhecimentos dentro de uma visão global do campo da Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, observando-se as especificidades locais e regionais.
- Coerência dos conteúdos curriculares com o perfil desejado do egresso

PERFIL DO EGRESSO	CONTEÚDOS
Comunicação e expressão	Língua Portuguesa I e II
Ambiente de Negócios	Legislação em Comunicação Microeconomia I, II Competências Empresariais Finanças I, II, III
Marketing	Marketing I, II, III, IV Pesquisa de Mercado I, II Pesquisa de Mercado em Comunicação Psicologia do consumidor

Comunicação e Criação	<p>Teoria da comunicação I, II</p> <p>Inovação e Criatividade</p> <p>Mídia I, II</p> <p>Planejamento da Comunicação Integrada</p> <p>Elementos e Técnicas da Comunicação com o Mercado</p> <p>História da Arte I, II</p> <p>Eventos e RP</p> <p>Propaganda</p> <p>Promoção e Merchandising</p> <p>Atendimento</p> <p>Venda Pessoal</p> <p>Produção em Áudio</p>
	<p>Produção em Vídeo</p> <p>Direção de Arte</p> <p>CRM</p> <p>Produção Gráfica</p> <p>Computação Gráfica I, II</p> <p>Fotografia</p> <p>Redação Publicitária</p> <p>Web Design</p> <p>Plataformas Digitais</p> <p>Projeto Identidade Visual</p> <p>Tópicos Avançados</p>
Raciocínio Matemático e Aplicações	<p>Lógica</p> <p>Estatística I, II</p>
Raciocínio Qualitativo	<p>Sociologia</p> <p>Antropologia</p> <p>Psicologia</p> <p>Ciência Política</p> <p>Filosofia</p>

Estratégia	Gestão de Projetos Empreendedorismo Estratégia Empresarial Projeto de Graduação ESAMC I, II
------------	--

3.6. ESTRUTURA CURRICULAR

3.6.1. REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA MATRIZ CURRICULAR

PROFESSORA ROITE																	
ÁREAS DE CONHECIMENTO	1ª. SEM	2ª. SEM	3ª. SEM	4ª. SEM	5ª. SEM	6ª. SEM	7ª. SEM	8ª. SEM	9ª. SEM	10ª. SEM	11ª. SEM	12ª. SEM	13ª. SEM	14ª. SEM	15ª. SEM	16ª. SEM	17ª. SEM
Comunicação e Expressão	Letras Politécnicas I	Letras Politécnicas II															
Interação de Negócios	Introdução à Economia		Microeconomia I	Microeconomia I	Empreendedorismo		Introdução I	Introdução II	Introdução III								Estudo de Casos e Estudos de Negócios
Marketing	Marketing I	Marketing II	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III	Marketing III
Comunicação e Criatividade	Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II	Introdução à Criatividade	Mito I	Mito II												
Letras em Inglês e Espanhol		Inglês	Espanhol I	Espanhol II													
Letras em Português	Português	Português	Português	Português													
Calculadora e Pacote Office	Curso de Pacote																
Calculadora e Pacote Office																	
TOTAL	400	300	400	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300

H/A semana	20	H/A semana	20	H/A semana	20	H/A semana	18	H/A semana	16	H/A semana	18	H/A semana	18	H/A semana	16	H/A semana	22	H/A semana	22
Horas lição	8	Horas lição	8	Horas lição	8	Horas lição	2	Horas lição	4	Horas lição	8	Horas lição	2	Horas lição	4	Horas lição	-2	Horas lição	-2

	Carga horária	Horas-aula
TOTAL DISCIPLINAS	2.800	2.400
TRABALHO DE CONC. CURSO	200	200
STÁGIO CURRICULAR	400	300
ATIV. COMPLEMENTARES	50	50
DISCIPLINAS ELETIVAS	200	200
TOTAL GERAL	3.650	3.250

REGIM DE INÍCIO - TEC	2.700
DIFERENÇA	550

3.6.2. INTER-RELAÇÃO DOS CONTEÚDOS DAS DISCIPLINAS NA MATRIZ CURRICULAR DO CURSO

As disciplinas relacionam-se horizontalmente de acordo com sua posição na função geral de formação do aluno (básica e específica), respeitando-se sua posição na coordenação vertical, que diz respeito ao conhecimento prévio que demanda, e à base para aprofundamento futuro que propicia. De outra parte, há nas atividades (trabalho interdisciplinar, palestras) e conteúdos desenvolvidos (em disciplinas estratégicas)

preocupação transversal com questões raciais, indígenas e ambientais, com foco na proteção de direitos fundamentais individuais e sociais.

Dentro desta filosofia, as disciplinas de primeiro a quarto semestre priorizam, semestre a semestre, fornece a formação geral do aluno e apresentar a ele os diferentes aspectos da formação básica e a apresentação da sua profissão, aprofundando-se gradativamente neste afã, numa progressão vertical. No final deste período, ou o aluno deverá demonstrar proficiência nos aspectos básicos e gerais da formação do profissional da sua área, para que possa prosseguir para os estudos mais avançados.

As disciplinas do quinto ao oitavo semestres coordenam-se em termos de priorização da formação profissional, que encontra seu fecho nos 9º e 10º períodos.

3.6.3. MATRIZ CURRICULAR

Semestre	Disciplinas	Créditos	C/H
1º Matutino	Língua Portuguesa I	2	40
	Legislação em Comunicação	2	40
	Microeconomia I	2	40
	Marketing I	4	80
	Teoria da Comunicação I	2	40
	Elementos e Técnicas de Com	2	40
	História da Arte I	2	40
	Produção Gráfica	2	40
	Sociologia	2	40
	Psicologia	2	40
	Gestão de Projetos	2	40
	Total	24	480
2º Matutino	Língua Portuguesa II	2	40
	Macroeconomia I	2	40
	Marketing II	4	80
	Teoria da Comunicação II	2	40
	Inovação e Criatividade	2	40
	História da Arte II	2	40
	Computação Gráfica I	2	40
	Lógica	2	40

	Estatística I	4	80
	Antropologia	2	40
	Ciência Política	2	40
	Total	26	520

3º Matutino	Marketing III	4	80
	Pesquisa de Mercado I	4	80
	Mídia I	4	80
	Atendimento	2	40
	Produção em Áudio	2	40
	Computação Gráfica II	2	40
	Projeto Identidade Visual	2	40
	Estatística II	4	80
	Filosofia	2	40
	Total	26	520

4º Matutino	Finanças I	2	40
	Competências Empresarias	2	40
	Marketing IV	4	80
	Psicologia do Consumidor	4	80
	Pesquisa de Mercado II	4	80
	Mídia II	4	80
	Eventos e RP	2	40
	Produção em Vídeo	2	40
	Fotografia	2	40
	Web Design	2	40
	Total	28	560

7º Noturno	Finanças II	2	40
	Pesquisa de Mercado em Comunicação	2	40
	Propaganda	4	80
	Direção de Arte	2	40
	Redação Publicitária	2	40
	Plataformas Digitais	4	80
	Empreendedorismo	2	40
	Total	18	360

8º Noturno	Finanças III	2	40
	Planejamento de Comunicação Integrada	2	40
	Promoção e Merchandising	4	80
	Venda Pessoal	2	40
	CRM	2	40
	Estratégia Empresarial	4	80
	Total	16	320

9º Noturno	Tópicos Avançados	2	40
	Projeto de Graduação ESAMC I	6	120
	Estágio I	10	200
	Total	18	360

10º Noturno	Direitos Humanos e Cidadania	2	40
	Rel.Étnicas,Raciais e Indígenas	2	40
	Projeto de Graduação ESAMC II	8	160
	Estágio II	10	200
	Total	22	440

	Carga Horária
TOTAL DISCIPLINAS	2.880
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	280
DISCIPLINAS ELETIVAS	240
ESTÁGIO CURRICULAR	400
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	60
TOTAL GERAL	3.860

Semestre	Disciplinas	Créditos	C/H
-----------------	--------------------	-----------------	------------

1º	Língua Portuguesa I	2	40
-----------	---------------------	---	----

	Legislação em Comunicação	2	40
	Marketing I	4	80
	Teoria da Comunicação I	2	40
	Elementos e Técnicas de Com	2	40
	História da Arte I	2	40
	Sociologia	2	40
	Psicologia	2	40
	Gestão de Projetos	2	40
	Total	20	400

2º	Língua Portuguesa II	2	40
	Marketing II	4	80
	Teoria da Comunicação II	2	40
	História da Arte II	2	40
	Lógica	2	40
	Estatística I	4	80
	Antropologia	2	40
	Ciência Política	2	40
	Total	20	400

3º	Microeconomia I	2	40
	Marketing III	4	80
	Pesquisa de Mercado I	4	80
	Inovação e Criatividade	2	40
	Produção Gráfica	2	40
	Estatística II	4	80
	Filosofia	2	40
	Total	20	400

4º	Macroeconomia I	2	40
	Competências Empresarias	2	40
	Marketing IV	4	80
	Pesquisa de Mercado II	4	80
	Mídia I	4	80
	Computação Gráfica I	2	40
	Total	18	360

5º	Psicologia do Consumidor	4	80
	Mídia II	4	80
	Produção em Áudio	2	40
	Fotografia	2	40
	Computação Gráfica II	2	40
	Projeto Identidade Visual	2	40
	Total	16	320

6º	Finanças I	2	40
	Eventos e RP	2	40
	Atendimento	2	40
	Produção em Vídeo	2	40
	Web Design	2	40
	Total	10	200

7º	Finanças II	2	40
	Pesquisa de Mercado em Comunicação	2	40
	Propaganda	4	80
	Direção de Arte	2	40
	Redação Publicitária	2	40
	Plataformas Digitais	4	80
	Empreendedorismo	2	40
	Total	18	360

8º	Finanças III	2	40
	Planejamento de Comunicação Integrada	2	40
	Promoção e Merchandising	4	80
	Venda Pessoal	2	40
	CRM	2	40
	Estratégia Empresarial	4	80
	Total	16	320

9º	Tópicos Avançados	2	40
	Projeto de Graduação ESAMC I	6	120

	Estágio I	10	200
	Total	18	360

	Direitos Humanos e Cidadania	2	40
10º	Rel. Étnicas, Raciais e Indígenas	2	40
	Projeto de Graduação ESAMC II	8	160
	Estágio II	10	200
	Total	22	440

	Carga Horária
TOTAL DISCIPLINAS	2.880
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	280
DISCIPLINAS ELETIVAS	240
ESTÁGIO CURRICULAR	400
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	60
TOTAL GERAL	3.860

3.6.4. CARGA HORÁRIA

O curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda está organizado de forma semestral, com aulas presenciais, composto por disciplinas com conteúdo estabelecidos, respeitando as Diretrizes Nacionais do Curso, tendo por finalidade alcançar os objetivos do curso, assim como desenvolver nos alunos um conjunto amplo de competências e habilidades, traçados no perfil do egresso.

A integralização curricular será de 8 (oito) semestres, no mínimo, e 15 (quinze) semestres, no máximo, e deverá ocorrer através do cumprimento da carga horária total do curso que soma 3.900 horas-aula, incluindo 2.880 horas-aula de disciplinas obrigatórias; o estágio curricular obrigatório com 400 horas-aula; o projeto final de graduação (TCC), com 280 horas-aula; disciplinas eletivas com 240 horas-aula e as atividades complementares com 60 horas-aula. É facultado ao aluno cursar a disciplina optativa de Libras com 40 horas-aula.

CONTEÚDOS CURRICULARES EM ATENDIMENTO AOS REQUISITOS LEGAIS

1. “Conteúdo para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura AfroBrasileira e Africana” - disciplina oferecida no 9º. Semestre do curso tratando da construção da identidade brasileira e da análise da questão da indiferença, injustiça e desqualificação dos grupos afrodescendentes, indígenas e também das classes populares.
2. Conteúdo para Educação de Direitos Humanos e Cidadania – disciplina oferecida no 9º. Semestre do curso.
3. Conteúdo para Educação Ambiental oferecida de forma transversal, como tópico, nas disciplinas:
No intuito de atender as Políticas de educação ambiental (Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e Decreto Nº 4., 281 de 25 de junho de 2002), os conteúdos de Educação Ambiental, Sustentabilidade e Produção Socialmente responsável foram incorporados, de forma transversal, contínua e permanente aos componentes curriculares nas seguintes disciplinas:
Sociologia – 1º. semestre
Competências Empresariais – 4º. semestre
Tópicos Avançados – 8º. semestre

3.6.5. ADEQUAÇÃO DOS CONTEÚDOS CURRICULARES ÀS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS

Em conformidade com os *REFERENCIAIS CURRICULARES NACIONAIS DOS CURSOS DE BACHARELADO E LICENCIATURA* de abril de 2010, o curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da ESAMC atende a todos os referenciais curriculares dispostos abaixo:

PUBLICIDADE E PROPAGANDA – BACHARELADO

Carga Horária Mínima: 2700h

Integralização: 4 anos

PERFIL DO EGRESSO

O Bacharel em Publicidade e Propaganda ou Publicitário atua na elaboração de estratégias e inovações na área de Comunicação, visando à melhoria da relação de empresas e instituições com a sociedade. Em sua atividade, planeja, cria, produz, distribui e gerencia a comunicação a partir de ações promocionais, campanhas

publicitárias e ações de venda pessoal. Elabora artes de embalagens e de identidade corporativa. Desenvolve sua criatividade de forma a traduzir em peças publicitárias as transformações do mundo contemporâneo. Em sua atuação, deve respeitar os fundamentos éticos prescritos para a sua atividade profissional, a partir do reconhecimento das expectativas e demandas da sociedade em relação ao seu papel social e ao produto de sua atividade.

TEMAS ABORDADOS NA FORMAÇÃO

Teorias e História da Comunicação; Estudos de Mídia; Ética e Deontologia da Comunicação; Pesquisa em Comunicação; Tecnologias da Comunicação; Redes Interativas; Políticas de Comunicação; Estudos da Linguagem; Expressão Oral e Escrita; Pesquisa Mercadológica; Atendimento Publicitário; Criação e Redação Publicitária; Comunicação Visual; Comunicação Digital; Promoção de Vendas; Direção de Arte; História da Arte; Produção Gráfica; Computação Gráfica; Fotografia; Gêneros Audiovisuais; Produção Audiovisual; Meio Ambiente; Relações Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS).

AMBIENTES DE ATUAÇÃO

O Publicitário pode atuar como pesquisador em Instituições de Ensino Superior, em Agências de Publicidade nas áreas de criação, atendimento, planejamento, mídia e redação; em estúdios fotográficos; em escritórios de design; em ateliês de criação; em agências de comunicação digital; em agências de promoção e eventos; em institutos e empresas de pesquisa; em gráficas e editoras; em departamento de comunicação; em produtoras de áudio e vídeo. Também pode atuar de forma autônoma, em empresa própria ou prestando consultoria.

INFRAESTRUTURA RECOMENDADA

Laboratório de Informática com programas especializados. Estúdio de Imagem. Estúdio de Áudio. Salas de Edição de Som e Imagem. Estúdio de Fotografia. Agência Experimental. Biblioteca com acervo específico e atualizado.

3.6.6. PROJETOS INTERDISCIPLINARES

Prática pedagógica atual que promove a visualidade das múltiplas interfaces de um objeto, assunto ou problema. Contraria a departamentalização do conhecimento, busca a permeabilidade presente em cada disciplina para promover o aprendizado consequente da vivência de trabalho em parceria. A consequência dessa abordagem gera o princípio da diversidade e da criatividade desejadas para o profissional de hoje. O projeto acontece todo semestre, em que o aluno deve realizar um trabalho em grupo que envolve diversas

disciplinas, sendo conduzido por todos os professores das disciplinas envolvidas e contando com um professor ancora – responsável por apresentar a estrutura do projeto.

3.6.7. AULAS PRÁTICAS

A

A Faculdade ESAMC Sorocaba dispõe de um conjunto de laboratórios onde são ministradas as aulas práticas, a saber:

<u>LABORATÓRIOS</u>	<u>DISCIPLINAS</u>
<u>Lab. Informática</u>	<u>Produção Gráfica, Microeconomia I e II, Computação Gráfica I e II, Estatística I e II, Mídia I e II, Pesquisa de Mercado I e II, Finanças I e II e III, Web Design.</u>
<u>Estúdios de Vídeo-foto-som</u>	<u>Produção em Áudio, Produção em Vídeo, Fotografia.</u>
<u>Sala de desenho</u>	<u>Projeto Identidade Visual, Direção de Arte.</u>

3.6.8. PREPARAÇÃO PRÉVIA

Para garantir que os alunos entrem preparados em sala de aula, antes mesmo do professor introduzir um novo assunto, a ESAMC Sorocaba solicita que os alunos desenvolvam uma “Preparação Prévia”. Essa preparação consiste basicamente no aluno realizar uma leitura de determinado texto, ou a realização de uma lista de exercícios antes da aula acontecer. Os alunos devem entregar no início da aula as questões que deveriam responder para se prepararem para aquela aula específica. Essa forma de trabalho ajuda a tornar o debate dentro de sala de aula mais completo e interessante.

Essa preparação é cobrada/checada através de exercícios que devem ser feitos antes da aula ou no início de cada aula. Esses exercícios fazem da composição final da média do aluno

Com a ajuda da tecnologia, a Escola está instituindo uma prática diferente de realização da “Preparação Prévia”, ela deverá ser realizada no sistema de forma online, em formato de testes. Dessa forma, a ESAMC Sorocaba consegue garantir mais uma forma eficaz de avaliação dos alunos, garantindo que eles estejam sempre preparados mesmo antes de determinada aula acontecer.

3.6.9. METODOLOGIA TBL

A metodologia TBL, do inglês Team-Based Learning (TBL), é uma estratégia de ensino, em que possui como principal pilar o trabalho em pequenos grupos de aprendizagem, de modo que se possa formar equipes de 5 a

7 estudantes, que trabalharão juntos. O TBL pode substituir ou complementar um curso desenhado a partir de aulas expositivas, ou mesmo aplicando outras metodologias. No processo ensino-aprendizagem, essa metodologia torna o professor um facilitador para a aprendizagem em um ambiente despido de autoritarismo e que privilegia a igualdade. As experiências e os conhecimentos prévios dos alunos devem ser evocados na busca da aprendizagem significativa, tendo a resolução de problemas como parte importante neste processo. Dessa forma, o TBL permite a reflexão do aluno na e sobre a prática, o que leva às mudanças de raciocínios prévios. Na ESAMC Sorocaba, algumas disciplinas, a escolha do professor, utilizam essa metodologia.

3.6.10. SUPORTE TECNOLÓGICO

Em termos de materiais de suporte, a Instituição fornece ao professor recursos audiovisuais e de informática para o desenvolvimento de suas atividades.

Utilizamos um LMS, Blackboard, para maior conforto do docente em relação aos materiais de aula e troca de informações com os alunos. Todo semestre, a ESAMC Sorocaba fornece os conteúdos dos programas digitalizados para a apresentação em sala de aula. Além disso, os professores utilizam esse mesmo canal para depositar os seus materiais, tornando-os disponíveis para os alunos.

Ressaltamos que a ESAMC Sorocaba é uma escola que respeita os direitos autorais, sendo proibida a reprodução de livros.

3.6.11. ESTÁGIO CURRICULAR

Consideramos o Estágio Curricular um fator fundamental para a formação dos nossos alunos. Este é o momento que o aluno tem, não somente, a oportunidade de aplicar na prática os conceitos desenvolvidos em sala de aula e em laboratórios, como também, se inserir no mercado de trabalho na área do seu curso.

A aplicação dos conceitos se dá através de problemas reais que deverão ser solucionados com as limitações existentes em condições de trabalho reais; as quais, são normalmente distintas das ideais.

A inserção no mercado de trabalho na área cursada pelo aluno também é fundamental pois através dela o aluno deverá complementar o desenvolvimento das suas habilidades comportamentais e gerenciais.

Dessa forma, consideramos o local onde nossos alunos fazem seus estágios muito importantes pois irá permitir atingir os dois objetivos descritos acima.

3.6.12. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC

Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso (Em anexo).

Um dos objetivos da Instituição se materializa no oferecimento de condições de ensino e aprendizagem que levem à formação de pessoas capazes de trilhar a carreira escolhida, através da articulação de um sólido conhecimento teórico aliado ao referencial prático, que lhes permita alcançar suas metas e participar ativamente da promoção de um desenvolvimento sustentado no âmbito regional.

O Trabalho de Conclusão de Curso (Projeto de Graduação ESAMC) estará estruturado para contribuir para o alcance destes objetivos por meio da realização de uma investigação sistematizada que, além de exigir uma visão geral e articulada das diferentes áreas envolvidas na formação do estudante, exigirá, igualmente, domínio conceitual, teórico e metodológico.

O supracitado programa envolverá aulas, atividades de orientação, experiências vivenciadas na organização, pesquisa teórica e empírica, sistematização de coleta, análise e tratamento do material reunido, e a elaboração de um relatório com características acadêmicas, porém de aplicabilidade no campo real da área de atuação do profissional de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

É entendido por Trabalho de Conclusão de Curso - TCC a atividade que se destina ao aprimoramento ou ao treinamento intelectual do discente, individualmente ou em equipe, entregue na forma de trabalho monográfico e deverá refletir a consolidação dos conhecimentos construídos durante o curso.

No 9º semestre do curso, o estudante deverá definir o tema e elaborar o Projeto de Pesquisa, selecionando a Revisão da Bibliografia, a Justificativa, a Problemática de Pesquisa, os Objetivos Cronograma e Metodologia.

No 10º semestre do curso, o estudante deve dar continuidade à pesquisa, e seguir as etapas para a elaboração do TCC: Coleta de Dados, Tabulação, Análise, Discussão e Conclusão.

O Trabalho de Conclusão de Curso deve ser o resultado de uma pesquisa, bibliográfica e se for de opção do discente, pode ser conjugada com a pesquisa de campo ou estudo de caso, desenvolvida individualmente ou em grupos entre 3 e 6, pode ainda ser um trabalho multidisciplinar incluindo alunos de outros cursos da instituição.

De modo geral o tema deve:

- Pertencer à área pertinente à Comunicação Social - Publicidade e Propaganda;
- Ser de interesse do discente;
- Surgir de um problema real;

- Estar relacionado à componente teórico de uma disciplina da grade curricular do curso;
- Abordar um único tema que, quanto mais específico e delimitado for, tornará o trabalho mais proveitoso;
- Ser um trabalho de pesquisa e reflexão que expresse o conhecimento do assunto escolhido.
- Ter uma justificativa plausível quanto à contribuição social do projeto (Responsabilidade Socioambiental/Sustentabilidade).

Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso (Em anexo).

3.6.13. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As atividades complementares representam um conjunto de práticas com o objetivo de complementar e flexibilizar o currículo pleno do curso e propiciar aos seus alunos a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar.

As atividades complementares no curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da ESAMC Sorocaba, são sempre estimuladas pelo corpo docente.

Tipos de atividades estimuladas:

ATIVIDADE
Atividades de pesquisa orientadas por docente do Curso e aprovadas pela Diretoria do Curso.
Grupos de estudos orientados por docente do Curso e aprovado pela Diretoria Acadêmica
Eventos diversos na área, tais como: palestras, seminários, congressos, conferências, simpósios, visitas técnicas, etc.
Apresentação de trabalhos em eventos científicos da área.
Participação em concursos de monografias.

Publicação de artigos científicos na área.
Apresentação de criação artística e cultural em exposições e concursos, relacionados à área de formação.
Participação na diretoria de representações estudantis da ESAMC SOROCABA – Centro Acadêmico, Diretório Acadêmico e/ou Atlética.
Cursos de línguas estrangeiras.
Atividade voluntária de responsabilidade social.
Monitoria de disciplinas da FACULDADE ESAMC SOROCABA

3.6.14. MECANISMOS DE NIVELAMENTO

O Programa de Nivelamento da ESAMC tem como objetivo principal propiciar ao aluno ingresso à Instituição conhecimento básico em disciplinas de uso fundamental aos seus estudos universitários. Esse programa oferta, gratuitamente, cursos aos alunos do primeiro semestre dos cursos de graduação em atividade na ESAMC Sorocaba.

O Programa de Nivelamento da ESAMC Sorocaba tem como objetivo principal propiciar conhecimento básico em disciplinas de uso fundamental aos estudos universitários, mormente ao aluno recém ingresso da graduação, de forma gratuita. Esse programa ocorre principalmente no início das atividades semestrais da Instituição de Ensino.

Nossa experiência aponta que grande parte dos alunos possui dificuldade principalmente na resolução de questões básicas de Português e Matemática, advindas de uma fraca formação anterior.

Com isso, não só recupera-se parte da defasagem oriunda do ensino médio, bem como se permite melhor aproveitamento e desenvolvimento das disciplinas da graduação.

Outra opção de nivelamento pode se dar quando da percepção de que há um número elevado de discentes com dificuldade em alguma disciplina, sendo oferecidas aulas de reforço, também de forma gratuita. A partir

da percepção dessas dificuldades, e de seu grau, pelos professores das disciplinas, o Coordenador do Curso e o Diretor Acadêmico são acionados para a montagem de programas específicos de nivelamento, que são oferecidos em horários alternativos, em pré-aula ou aos sábados. Dependendo do grau de dificuldade, pode-se solicitar a inclusão de monitoria na turma.

Além da oferta presencial, a Faculdade vem desenvolvendo cada vez mais suportes de nivelamento via plataforma online Blackboard, que possibilita a continuidade dos estudos fora do ambiente escolar.

Tabela de Horas Nivelamento /Ano

Ano	Horas	Área De conhecimento
Ano	Horas	Área De conhecimento
2018-1	2	Língua Portuguesa I
2018-1	4	Direito do Trabalho
2018-1	4	Direito Difusos e Coletivos
2018-1	4	Teoria Geral do Estado e Sociologia
2017-2	2	Projeto Estruturas Metálicas e de Madeiras
2017-2	2	Projeto Mecânico
2017-2	4	Atualidades
2017-2	2	PGE II
2017-1	8	Vibrações Mecânicas
2017-1	4	Direito Administrativo
2017-1	4	Direito Processual Civil
2017-1	4	Direito Penal
2017-1	4	Direito Processual Penal
2017-1	4	Direito Constitucional
2017-1	4	Direito Civil
2016-2	2	Resistência dos Materiais
2016-2	2	Direito do Trabalho III

2016-2	1	Álgebra Linear
2016-2	2	Estatística II
2016-2	4	Gestão Financeira I
2015-1	4	Cálculo IV
2015-1	10	Marketing Global
2015-1	10	PGE I
2015-1	10	PGE II
2015-1	2	Matemática
2015-1	4	Geometria Analítica
2015-1	2	Programação I
2014-1	8	PGE I
2013-1	2	Cálculo V
2013-1	4	Matemática
2013-1	2	Cálculo II
2013-1	12	Resistência de Materiais Aplicada
2013-2	4	Sociologia Geral e Jurídica
2013-2	16	Desenho de Moda
2013-2	10	Metodologia do Design de Coleções
2013-2	10	Acessórios
2012-1	4	Cálculo III
2011-1	8	Geometria Analítica e Álgebra Linear
2011-1	2	Língua Portuguesa

3.7. CONTEÚDOS CURRICULARES

3.7.1. EMENTAS E BIBLIOGRAFIA

1º Semestre LÍNGUA PORTUGUESA I OBJETIVOS

Relacionar os fatos da língua com as experiências linguísticas do cotidiano.

Discutir e analisar um sistema comunicativo vivo e dinâmico, presente em diferentes níveis de fala do português contemporâneo: textos literários modernos, letras de músicas, histórias em quadrinhos, notícias de jornais, grafites, anúncios publicitários.

Estar motivado a usar corretamente a língua portuguesa.

EMENTA

Comunicação e linguagem. Língua e linguagem e fala; modalidades oral e escrita; variação linguística e usos da linguagem; texto e textualidade; características macro e microestruturais do texto; mecanismos de construção textual; correção gramatical; leitura e produção de textos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABREU, Antônio Suarez. Curso de Redação. São Paulo: Ática, 2002.

INFANTE, Ulisses. Curso de Gramática aplicada a textos. SP: Ed. Scipione, 2015.

CEGALLA, Domingos Paschoal. Novíssima gramática da Língua Portuguesa. 46ª Edição. 2008. Companhia Editora Nacional.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GOLDSTEIN, Norma; LOUZADA, Maria Sílvia; IVAMOTO, Regina. O texto sem mistério. São Paulo: Ática, 2009.

NICOLA, José & TERRA, Ernani. 1001 dúvidas de português. São Paulo: Saraiva, 2003.

ANDRADE, Maria Margarida e HENRIQUES, Antônio. Língua Portuguesa. Noções básicas para cursos superiores. SP: Atlas, 2008.

NICOLA, José & INFANTE, Ulisses. Gramática Contemporânea da Língua Portuguesa. São Paulo: Scipione, 1997.

TERCIOTTI, Sandra Helena. Português na prática. São Paulo: Saraiva, 2011.

MARKETING I OBJETIVOS

Entender os conceitos básicos de marketing. Conceituar a importância da satisfação do cliente e saber como construí-la. Montar um SIM (sistema de informações de marketing) para um produto. Conhecer as variáveis

e fazer uma análise macroambiental. Fazer uma análise do microambiente. Entender o processo de construção de uma SWOT para um produto.

EMENTA

Conceito de desejo, necessidade e demanda. Diferenças entre preço e valor. Conceituação de demanda, satisfação e qualidade. Noções de mercado, trocas e transações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 12ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

CHURCHILL JR, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes: 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2003.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. edição, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MATTAR, Fauze Nagib; SANTOS, Dílson Gabriel dos. Gerência de Produto. São Paulo: Atlas, 2003.

AAKER, David e outros. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.

KERZNER, Harold. Gestão de projetos: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman.

2002

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. Edição, 2005.

HISTÓRIA DA ARTE I OBJETIVOS

Introduzir o aluno no universo da História da arte capacitando-o a reconhecer, diferenciar e analisar as imagens produzidas em cada período da História através de suas principais características. Desenvolver a percepção visual do futuro profissional da área de comunicação quanto às estratégias criativas e técnicas de produção empregadas pelos artistas ao longo do tempo. Ao final desta disciplina ele estará apto para contextualizar as imagens artísticas e seus usos na comunicação.

EMENTA

A história social da arte: a relação entre artista, obra e público. Leitura de imagem: simplicidade e complexidade. Os métodos de análise da imagem na história da arte: formalista, sociológico e iconológico.

A arte do paleolítico superior e do neolítico. A escrita pictográfica. Arte: egípcia, grega, romana: estilo bizantino e medieval: estilos romântico e gótico. Renascimento nas artes plásticas. Maneirismo e barroco: católico e protestante.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARGAN, Giulio Carlo. Arte Moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

GOMBRICH, E. H. A História da Arte. Rio de Janeiro: LTC ed., 1999.

JANSON, A. F. Iniciação à História da Arte. São Paulo: Martins Fontes ed., 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MICHELI, Mario. As vanguardas artísticas do século XX. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

ARGAN, Giulio Carlo; FAGIOLO DELL'ARCO, Maurizio. Guia de história da arte. Lisboa: Estampa, 1996.

PAREYSON, Luigi. Os Problemas de Estética. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

CHIPP, Herschel B. Teorias da Arte Moderna. São Paulo: Martins Fontes, 1996. BRIONY,

Fer [et al] Realismo, Racionalismo, Surrealismo. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.

SOCIOLOGIA OBJETIVOS

Capacitar os alunos a aplicar conceitos sociológicos na análise do macroambiente. Além de habilitar os estudantes no entendimento e produção de discussões sociológicas atuais, contribuir para o desenvolvimento de habilidades analíticas, que possibilitem a interpretação de fenômenos sociais contemporâneos, enfatizando aqueles relativos à dimensão social e ao papel social das organizações. Ao final do curso os estudantes deverão estar capacitados a: reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais; capacitando a reflexão e atuação crítica sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento. Educação Ambiental e Sustentabilidade.

EMENTA

Teoria das relações sociais, dos grupos e do indivíduo na sociedade. Interação Social. Características e influências da cultura. Contrato social. Educação Ambiental e Sustentabilidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTINS, Carlos Benedito. O que é Sociologia. col. Primeiros Passos. SP: ed. Brasiliense, 1998.

BERNARDES, Cyro e MARCONDES, Reynaldo C. Sociologia aplicada à Administração. São Paulo, Ed. Saraiva, 2006.

COSTA, Cristina. Sociologia. Introdução à Ciência da Sociedade. SP: Ed. Moderna, 2015

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. PETROPOLIS: Vozes, . 247p.

BRETON, Philippe. PROULX, Serge. Sociologia da Comunicação. Ed. Loyola, 2006.

LAKATOS, Eva Maria. Introdução à sociologia. SAO PAULO: Atlas, 1997. 189p.

TOURAINE, Alain: Crítica da Modernidade, 3ª edição, Petrópolis (RJ), Editora Vozes, 1995.

VILA NOVA, Sebastião. Introdução à sociologia. 4 ed. São Paulo: Atlas,1999.

GESTÃO DE PROJETOS OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de:

- Desenvolver no aluno um repertório de conceitos, técnicas e exercícios sobre o processo criativo visando ampliar sua aceitação, vivência e reflexão pessoal e profissional quanto às aberturas características dessa área de conhecimento.
- Introduzir conceitos de atuação inovadora nos cenários profissionais que trabalham com Projetos capacitando o aluno ao longo da disciplina a desenvolver análises sobre esses procedimentos de modo a criar oportunidades pessoais e profissionais.
- Obter conhecimento introdutório do funcionamento de gerenciamento de projetos baseados em boas práticas (PMBOK)
- Diagnosticar situações-problema;
- Interpretar diretrizes estratégicas do cliente;
- Identificar *stakeholders*;
- Demonstrar conhecimento estratégico e bom desempenho em projetos interdisciplinares.

EMENTA

A disciplina de Gestão de Projetos atua no campo introdutório aos métodos e conceitos de organização e gerenciamento de projetos de diferentes graus de complexidade que serão exigidos do aluno, de modo crescente, durante todo o seu curso de graduação. Exercita as habilidades e diferentes técnicas necessárias para a boa construção de um projeto por meio da identificação de suas distintas etapas de trabalho, formação de equipe, reconhecimento dos agentes do processo de elaboração formal e prática de ideias voltadas ao seu curso de graduação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

RABEQUINI Jr., Roque. O gerente de projetos na empresa. São Paulo: Atlas, 2005.

VALERIANO, Dalton. Moderno gerenciamento de projetos, São Paulo: Prentice Hall, 2005.

DINSMORE, Paul Campbell. Gerenciamento de projeto: como gerenciar seu projeto com qualidade, dentro do prazo e custos previstos. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

LARSON, Erik W. Gerenciamento de projetos : o processo gerencial. Porto Alegre : AMGH, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KERZNER, Harold. Gestão de projetos: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração de projetos. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2010 PRADO, Darci. Planejamento e controle de projetos. NOVA Lima (MG): Falconi, 2011.

VARGAS, Ricardo V. Gerenciamento de projetos: Estabelecendo Diferenciais Competitivos. 6. Ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2005.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos (Guia PMBoK). 4. Ed. Newtown Square [EUA]: PMI Books, 2008.

PSICOLOGIA OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o(a) aluno(a) deverá compreender os processos que interferem na formação do homem enquanto ser humano, na sua subjetividade, na sua singularidade e como ser social. Com esta compreensão o(a) aluno(a) será capaz de ter uma visão mais ampla do consumidor como um ser humano.

EMENTA

Introdução à psicologia. Conceito de psicologia e sua aplicação às Relações Públicas. A psicologia contemporânea. Teorias dinâmicas e psicologia da personalidade: funções psíquicas, tipos de personalidade. Fatores psicológicos básicos do ser social: cognição, percepção social. Ambiente social e cultural, englobando linguagem e comunicação, significado, rede de comunicação, barreiras à comunicação. Grupos e organizações, liderança, papéis grupais e o indivíduo frente às dinâmicas organizacionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SCHERMERHORN JR., J; HUNT, J.G; OSBORN, R. N. Fundamentos de Comportamento Organizacional. Porto Alegre: Bookman Editora, 1999.

DAVIDOFF, L. Introdução à Psicologia. São Paulo: Editora Makron Books, 2001. BOOCK, Ana Mercês Bahia. {ET AL}. Psicologias. São Paulo: Saraiva, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERGAMINI, C.W. Motivação nas Organizações. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

HENNEMAN, Richard H. O que é psicologia. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

GOLEMAN, Daniel. Trabalhando com a inteligência emocional. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

MORRIS, Charles G., MAISTO, Albert. A. Introdução à Psicologia. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

ANTUNES, Mitsuko Aparecida Makino. História da psicologia no Brasil. Rio de Janeiro: Eduerg, 2004.

ELEMENTOS E TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO OBJETIVOS

Entender as principais diferenças e intersecções entre as diversas especializações da comunicação, bem como da forma como empresas e instituições se relacionam com público e mercado. Compreender as responsabilidades do profissional desta área. Preparar-se para nova realidade do Negócio da Comunicação, por meio do entendimento da nova postura estratégica e abrangente do profissional esperado pelo mercado.

EMENTA

Formas e elementos de comunicação mercadológica, conceitos de publicidade e propaganda, conceitos de relações públicas, conceitos de jornalismo, conceitos de moda, conceitos de design.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

STRUNCK, Gilberto. Viver de design. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

MATTELART, Armand & Michele. História das teorias da comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CEBRIÁN, Juan Luis. Cartas a um jovem jornalista. Lisboa: Bizâncio, 2014.

VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z. São Paulo: Flight, 2005.

OGILVY, David. Confissões de um publicitário. Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.

KUNSCH, Margarida Maria K. Relações Públicas e modernidade. São Paulo Summus, 1997.

WAJNMAN, Solange. Moda, Comunicação e cultura: um olhar acadêmico. São Paulo: A&C, 2005.

LATIMORE, Dan et al. Relações Públicas – Profissão e Prática. Porto Alegre: AMGH, 2011

TEORIA DA COMUNICAÇÃO I OBJETIVOS

Dominar o repertório epistemológico essencial que permite imprimir um tratamento científico e sólido às ações comunicativas. Conceber a comunicação como fenômeno multicultural e que não possui fronteiras rígidas. Entender o surgimento da sociedade de massa e relacioná-la à comunicação. Alcançar o significado de meios de comunicação de massa. Conhecer as principais teorias sobre a comunicação de massa.

Desenvolver propostas práticas que contenham um claro conceito de comunicação.

EMENTA

Conceito de comunicação. Etapas da evolução da comunicação: símbolos e signos; fala e linguagem. Comunicação escrita e impressa. Comunicação, cultura de massa e evolução das mídias. A sociedade de

massa. Teorias de influências seletivas e indiretas. Teoria da persuasão. Modelos e processos de comunicação e o impacto da propaganda.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MATTELART, Armand & Michele. História das teorias da comunicação. São Paulo:

Edições Loyola, 1999.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos meios e mensagens – introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DeFLER, Melvin & ROKEACH, Sandra B. Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. Cultura das Mídias. São Paulo: Experimento, 2003.

MANDEL, Ladislav. Escritos, Espelho dos Homens e das Sociedades. São Paulo: Rosari, 2006

RANDAZZO, Sal. A Criação de Mitos na publicidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

DIZARD JR, Wilson. A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO OBJETIVOS

A atuação do profissional da comunicação deve ser permeada por cuidados legais. Partindo desta premissa, ao final desta disciplina o aluno deverá estar capacitado para interpretar os principais aspectos éticos e legais que envolvem a atividade do profissional da comunicação, notadamente na sua relação com o mercado consumidor.

EMENTA

Conceito de Ética individual e do grupo. Código de ética do profissional de Relações Públicas. Restrições de veiculação. Direito de imagem e de personalidade. Lei 5.377 de Dezembro de 1967. Lei 6.719, de Novembro de 1979.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PALAIA, Nelson. Noções Essenciais de Direito. São Paulo: Editora Saraiva, 2004.

SCHULTZ, Roberto. O publicitário legal. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

KARAM, Francisco José. A Ética Jornalística e o Interesse Público. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro: Teoria Geral do Direito Civil. São Paulo: Editora Saraiva, 2004.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil. São Paulo. Saraiva. 2010.

MORAES, Alexandre de. Direito Constitucional. 34^a ed. São Paulo: Atlas; 2014.

POLETTI, Ronaldo. Introdução ao direito. SAO PAULO: Saraiva, .

PINHO, Ruy Rebello. Instituições de Direito Público e Privado. São Paulo. Atlas. 2007

2º SEMESTRE LÍNGUA PORTUGUESA II OBJETIVOS

Compreendido que o descrever, o narrar e o dissertar são maneiras de desvendar as situações reais, as situações imaginárias - as experiências vividas no mundo cotidiano; Desenvolvido a sua capacidade de comunicação com as palavras, expondo suas opiniões, pontos de vista, fundamentados em argumentos e raciocínios baseados em suas vivências, leituras, posturas e conclusões a respeito da vida, dos homens, de si mesmo; A capacidade de narrar, relacionando situações e personagens no tempo e no espaço e descrever, apresentando as inumeráveis possibilidades de perceber no processo de relação de sentidos; Aprendido a ler, analisar e interpretar textos, através do reconhecimento de suas ideias básicas e as formas como estas ideias estão organizadas, construindo sentidos/significados, dentro do conjunto de possibilidades apresentadas pelos textos.

EMENTA

Leitura e Redação. Descrição: experiências descritivas e elementos descritivos. Narração: experiências narrativas e elementos da narrativa. Dissertação: método dissertativo; argumentação e contra-argumentação; argumentação e persuasão; organização do pensamento lógico; estrutura do texto dissertativo; Interpretação de texto; texto jornalístico, científico e coloquial leitura de enunciados resumo, resenha e paráfrase.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABREU, Antônio Suarez. Curso de Redação. São Paulo: Ática, 2002.

CEGALLA, Domingos Paschoal. Novíssima gramática da Língua Portuguesa. 46^o Edição. 2007. Companhia Editora Nacional.

INFANTE, Ulisses. Curso de Gramática aplicada a textos. SP: Ed. Scipione, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CITELLI, Adilson. Linguagem e persuasão. São Paulo, Ática,2000.

GOLDSTEIN, Norma; LOUZADA, Maria Sílvia; IVAMOTO, Regina. O texto sem mistério. São Paulo: Ática, 2009.

NICOLA, José & TERRA, Ernani. 1001 dúvidas de português. São Paulo: Saraiva, 2006.

NICOLA, José & INFANTE, Ulisses. Gramática Contemporânea da Língua Portuguesa. São Paulo: Scipione, 1997.

TERCIOTTI, Sandra Helena. Português na prática. São Paulo: Saraiva, 2011.

CIÊNCIA POLÍTICA OBJETIVOS

O curso objetiva capacitar os estudantes a ter domínio sobre temas de Ciência Política e das principais interpretações sobre o Estado. O aluno(a) deverá ser capaz de entrar em contato com o debate atual sobre o papel dos Estados em geral e do brasileiro, em particular..

EMENTA

Introdução à ciência política: o que é política, o que é poder, Maquiavel e a concepção do poder. Os teóricos do jusnaturalismo e do contratualismo. Marx e o estado socialista. O papel do Estado. O Brasil e a democracia.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOBBIO, N. Teoria geral da política, a filosofia política e as lições dos clássicos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LEBRAUN, G. O que é poder. 14 ed., São Paulo: Brasiliense, 2013.

MAQUIAVEL, N. O Príncipe. 5 ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AZAMBUJA, DARCY. Introdução à Ciência Política. 1.ed. Rio de Janeiro: Globo, 2008.

BONAVIDES, Paulo. Ciência política. 19.ed. São Paulo. Malheiros. 2015

BASTOS, Celso Ribeiro. Curso de teoria do estado e ciência política. 5 ed. São Paulo: Celso Bastos Editora, 2002 JACKSON, R., SORENSEN, G. Introdução às Relações Internacionais. 1ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

SOARES, Laura T. Os custos sociais do ajuste neoliberal na América Latina. São Paulo: Cortez, 2002.

MARKETING II OBJETIVOS

Fazer um estudo completo de segmentação de mercado. Entender as variáveis de composição de um produto. Montar objetivos e estratégias de preço. Entender as variáveis que devem ser consideradas na elaboração de um projeto de distribuição. Avaliar e escolher objetivos e estratégias de comunicação mercadológica. Montar um posicionamento de um produto e avaliar a consistência de um posicionamento existente.

EMENTA

Definição de público-alvo, posicionamento e estratégia de marketing. Modelos estratégicos de aplicação em marketing. Noções dos conceitos de produto, preço, distribuição, comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 12ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

AAKER, David e outros. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. Edição, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MATTAR, Fauze Nagib; SANTOS, Dílson Gabriel dos. Gerência de Produto. São Paulo: Atlas, 2003.

CHURCHILL JR, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes: 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2003.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. PORTO ALEGRE: Bookman.

LÓGICA OBJETIVOS

O aluno deverá desenvolver e trabalhar o raciocínio lógico. Tornar-se capaz de aplicar esta tecnologia mental, nas diferentes áreas de conhecimento.

EMENTA

Lógica e raciocínio lógico; Proposições. Conectivos; Operações Lógicas sobre proposições; Tabelas-verdade de proposições compostas; Tautologias e contradições; Equivalência lógica e Implicação lógica; Álgebra das proposições; Argumentos; Sentenças abertas; Operações lógicas sobre sentenças abertas e quantificadores.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COPI, Irving M. Introdução à lógica. 2. Ed. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1978.

NAHRA, Cinara; WEBER, Ivan Hingo. Através da Lógica. 5. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

KELLER, Vicente; BASTOS, Cleverson Leite. Aprendendo lógica. PETROPOLIS: Vozes,

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

IDE, Pascal. A arte de pensar. SAO PAULO: Martins Fontes, 1995.

MCINERNY, D. Q. Use a lógica: um guia para o pensamento eficaz. 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora Bestseller, 2007.

OCHA, Enrique. Raciocínio lógico: você consegue aprender: teoria e questões. 2.ed. RIO DE JANEIRO: Elsevier, 2006.

McLNERNY, D. Q. Use a lógica: um guia para o pensamento eficaz. RIO DE JANEIRO: Bes Seller, .

ESTATÍSTICA I OBJETIVOS

Entender as ideias básicas da Estatística, explorando sua utilidade na tomada de decisão. Compreender a importância da organização dos dados para gerar informações e explorar sua utilidade em diversas áreas de uma organização, indicando onde a Estatística pode ser utilizada para melhorar a qualidade de desempenhos, dados, produtos, processos e serviços.

EMENTA

Estatística direta e inferência estatística. Formas de apresentação de dados. Medidas de tendências central, de dispersão, separatrizes. Análise combinatória e probabilidade. Distribuição de probabilidade: normal e contínua.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MORETTIN, P. A.; BUSSAB W. Estatística Básica. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

STEVENSON, W. J. Estatística Aplicada à Administração. São Paulo: Harbra, 2001.

CRESPO, A. A. Estatística Fácil. São Paulo: Saraiva, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRUNI, Adriano Leal. Estatística para concursos. São Paulo: Atlas, 2008.

LARSON, Ron; FARBER, Betsy. Estatística aplicada. 4. Ed. São Paulo: Pearson, 2010

BRUNI, Adriano Leal. Estatística Aplicada à Gestão Empresarial. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

NAZARETH, Helenalda Resende de Souza. Curso básico de estatística. 10.ed. SAO PAULO: Ática, 1998.

Meyer, P. LTC - 2000. Probabilidade, aplicações à estatística.

ANTROPOLOGIA OBJETIVOS

Capacitar os estudantes para análise dos principais temas postos pela reflexão antropológica, enfocando principalmente a questão da cultura, identidade e organização simbólica, remetendo para a esfera das organizações empresariais, entendidas como sistemas culturais.

EMENTA

Teorias do mito, heranças e valores culturais. Definições de Cultura. Caracterização e adaptação às realidades culturais. Manifestações culturais pela arte.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DAMATTA, Roberto. Relativizando, uma introdução à Antropologia Social. RJ: Ed. Rocco, 1987.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos: Os conflitos multiculturais da globalização, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DAMATTA, Roberto. O que faz o Brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

HALL, STUART. Identidade Cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

ORTIZ, RENATO. Um Outro Território: Ensaio sobre a mundialização e suas consequências sobre a cultura das sociedades. São Paulo: Ed. Olho D'Água, 2005.

TOURAINE, Alain: Crítica da Modernidade, 3ª edição, Petrópolis (RJ), Editora Vozes, 1998.

WALLERSTEIN, Immanuel. O Universalismo Europeu: a retórica do poder. São Paulo: Boitempo, 2007.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO II

OBJETIVOS

Proporcionar ao aluno uma visão geral das teorias de comunicação de hoje como instrumento de reflexão e análise das produções de propaganda e marketing. Abordar a Hipótese da Agenda Setting, Espiral do Silêncio e Newsmaking e introduzir os conceitos da Teoria da Semiologia e Semiótica como ferramentas para o estudo das linguagens verbais e não-verbais.

EMENTA

A hipótese da agenda setting e novas tendências em comunicação. A espiral do silêncio. Semiótica e Semiologia. Análise estrutural da mensagem. Mitologias. Linguagem e ideologia: abordagem semiótica. A semiótica de Pierce: o signo como representação e as categorias do pensamento. O signo como processo fundamento: objetos imediatos e dinâmicos e interpretantes imediato, dinâmicos e finais. Classes dos signos persianos. Análise de anúncio impresso. Níveis dos signos: sintático, semântico e pragmático.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos meios e mensagens – introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DeFLEUR, Melvin & ROKEACH, Sandra B. Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MATTELART, Armand & Michele. História das teorias da comunicação. 1. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

JAKOBSON, Roman. Linguística e comunicação. SAO PAULO: Cultrix, . 162p.

GOMES, Mayra Rodrigues. Repetição e diferença nas reflexões sobre comunicação. SAO PAULO: Annablume, 2001.

BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. SAO PAULO: Summus.

GOMES, Pedro Gilberto. Tópicos de teoria da comunicação. SAO LEOPOLDO: Unisinos, 2001.

HISTÓRIA DA ARTE II OBJETIVOS

Compreender a nova forma de atualização dos valores artísticos avançando pela modernidade e pós-modernidade. Possibilitar que os alunos sejam capazes de identificar os diferentes períodos, movimentos e escolas que se organizam a partir do princípio do século XX até a atualidade aprimorando sua sensibilidade estética para a análise e produção de imagens voltadas à área de Comunicação. Capacitar seu discurso sobre a imagem aplicada a paralelos à História a fim de contextualizar criticamente os usos da imagem na comunicação publicitária. Com isso ampliamos a chance de que suas estratégias de criação possam ser mais bem elaboradas e os cruzamentos entre arte, comunicação e mercado ocorram com maior frequência e qualidade.

EMENTA

Introdução à pesquisa artística do séc. XX: a arte moderna. Contextualização histórica das vanguardas artísticas do séc. XX. Semana da arte moderna de 1922 e o modernismo brasileiro nas décadas de 30,40 e 50. A arte norte-americana e o expressionismo abstrato. A arte do pós-guerra na Europa: o informalismo. Pós-modernismo e arte contemporânea. Arte conceitual. Mitologias individuais e poéticas visuais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GOMBRICH, E. H. A História da Arte. Rio de Janeiro: LTC ed., 2013.

ARGAN, Giulio Carlo. A arte moderna na Europa: de Hogarth a Picasso. Companhia das Letras, 2010

JANSON, A. F. Iniciação à História da Arte. São Paulo: Martins Fontes ed., 1990.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MICHELI, Mario. As vanguardas artísticas do século XX. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

ARGAN, Giulio Carlo; FAGIOLO DELL'ARCO, Maurizio. Guia de história da arte. Lisboa: Estampa, 1994.

PAREYSON, Luigi. Os Problemas de Estética. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

STANGOS, N. Conceitos da arte moderna. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

Manter

WOOD, Paul. [et al] Modernismo em Disputa. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.

3º SEMESTRE MICROECONOMIA I OBJETIVOS

Entender a formação e os determinantes da demanda e da oferta, bem como o processo de constituição do preço de equilíbrio. Entender e aplicar o conceito de elasticidade. Entender e diferenciar cada tipo de estrutura de mercado: concorrência perfeita, concorrência monopolista, monopólio e oligopólio, identificando os papéis exercidos pelos principais agentes econômicos - demanda e oferta - em cada uma dessas estruturas.

EMENTA

Conceitos de microeconomia. Modelos microeconômicos. Ponto de equilíbrio. Procura e oferta. Teoria dos preços. Teoria da firma. Mercados competitivos. Estruturas de mercado. O problema da incerteza. Teoria dos jogos. Eficiência.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Mankiw, N. G. Introdução à Economia: princípios de micro e macroeconomia. 2ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

PINDYCK, R. S., RUBINFELD, D. L. Microeconomia. 5ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2013. PINHO, D. B., VASCONCELLOS, M. A. S. de. (Org.). Manual de Economia: equipe de professores das USP. 5ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KON, A. Economia Industrial. São Paulo: Nobel, 2004.

Kupfer, D., Hasenclever, L. (Org.). Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

VARIAN, H. R. Microeconomia. 8ª Edição Rio de Janeiro: Campus, 2012.

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia. São Paulo: Atlas, 2003.

TROSTER, Roberto Luis; MORCILLO, Francisco M. Introdução à Economia. São Paulo: Makron Books, 2002

MARKETING III OBJETIVOS

Levar o aluno a conhecer e exercitar as ferramentas de inteligência de marketing. Capacitar o aluno a avaliar as ferramentas que permitam entender a necessidade do lançamento de um novo produto, sua viabilidade e o processo de desenvolvimento e lançamento. Capacitar o aluno a gerenciar marcas visando aumentar o seu valor. Levar o aluno a compreender e identificar as estratégias de crescimento intensivo de uma empresa, e suas implicações no plano de marketing de um produto.

EMENTA

Estratégias de Marca. Famílias de Marca. Matriz de produtos. Multimarca. Extensão de linha e extensão de produto. Conceito branding equity.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: 12. edição. São Paulo: Prentice Hall, 2.005.

CHURCHILL JR, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes: 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2003.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. 3ª. edição, São Paulo: Prentice Hall, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. Como construir Marcas Líderes. São Paulo: Futura, 2001.

MATTAR, Fauze Nagib; SANTOS, Dílson Gabriel dos. Gerência de Produto. São Paulo: Atlas, 2003.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.

KELLER, Kevin, MACHADO, Marcos: Gestão Estratégica de Marcas. São Paulo Pearson Prentice Hall, 2006.

LOBATO, David Menezes; MOYSÉS FILHO, Jamil; TORRES, Maria Candida; RODRIGUES, Maurilo Ramos Alambert. Gestão estratégica. RIO DE JANEIRO: FGV, 2012.

ESTATÍSTICA II OBJETIVOS

Compreender o ferramental estatístico técnico em aplicações de pesquisas. Entender a construção dos modelos de previsão baseados em sistemas de amostragem e dados históricos.

EMENTA

Inferência estatística e modelos estatísticos. Análise de variância. Teste de hipótese. Análise de regressão linear e não linear. Análise de correlação. Análise de séries temporais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MORETTIN, P. A.; BUSSAB W. Estatística Básica. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
STEVENSON, W. J. Estatística Aplicada à Administração. São Paulo: Harbra, 2001.
CRESPO, A. A. Estatística Fácil. São Paulo: Saraiva, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BRUNI, Adriano Leal. Estatística para concursos. São Paulo: Atlas, 2008.
LARSON, Ron; FARBER, Betsy. Estatística aplicada. 4. Ed. São Paulo: Pearson, 2010
BRUNI, Adriano Leal. Estatística Aplicada à Gestão Empresarial. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.
NAZARETH, Helenalda Resende de Souza. Curso básico de estatística. 10.ed. SAO PAULO: Ática, 1998.
TOLEDO, Geraldo Luciano; OVALLE, Ivo Izidoro. Estatística Básica. 2 Ed. São Paulo: Atlas, 1995.

FILOSOFIA OBJETIVOS

Construir um estudo que permita melhor compreensão do que chamamos espírito burguês. Através do tema o olhar, estaremos discutindo a objetividade e subjetividade do espírito burguês, a construção das ciências modernas, a reflexão sobre uma nova moral e nova produção estética. Dentro dessa perspectiva, poder apresentar ao aluno questões sobre a nossa condição hoje, se devemos ou não nos considerar herdeiros desse espírito? Qual a contribuição de cada um hoje para a manutenção desses valores? A sociedade se comporta como foi projetada por essa aspiração?

Levar o aluno a tomar conhecimento da duplicidade frente ao conhecimento científico, à verdade, à realidade, à prática, à justiça, à existência, e ao cotidiano da modernidade e pós-modernidade.

EMENTA

História do pensamento filosófico e principais escolas. Do olhar antigo para o moderno; breve histórico sobre a subjetividade e a objetividade no renascimento comercial; introdução ao pensamento dos filósofos modernos; o pensamento intempestivo em Nietzsche; Platão: memória e esquecimento; Foucault: o olhar do poder e Édipo Rei: a tragédia contemporânea.

É um estudo que pretende através da apreensão do método genealógico identificar, a dispersividade e as novas perspectivas do olhar histórico. Perceber a crise de identidade nos domínios filosóficos. Entender o domínio das imagens e a crise da criatividade ou, entender a impossibilidade de se contar uma nova história e a apreensão da realidade independente dos parâmetros (ou referências) das ciências humanas ou sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- PLATÃO: “A República”, SP: Ed. Cia das Letras, 1988.
CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo: Ática, 2012.

REALE, Miguel. Introdução à filosofia. SAO PAULO: Saraiva.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDERY, Maria Amália et. al.: “Para Compreender a Ciência”, SP: Ed. EDUC. Ed. Puc SP, 1996.

NOVAES, Adauto (org): “O Olhar”, SP: Ed. Cia das letras, SP, 1988.

BAUDRILLARD, Jean: “A Transparência do Mal”, Campinas: Ed. Papirus, 1998.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. Filosofando: introdução a filosofia. SAO PAULO: Moderna.

BAUDRILLARD, Jean: “A Transparência do Mal”, Campinas: Ed. Papirus, 1998

Produção Gráfica OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de:

Distinguir os diversos hardwares de computação,

Optar pelos melhores softwares de computação gráfica,

Avaliar o potencial de trabalho, criar e desenvolver peças tanto para a mídia digital quanto para mídia impressa.

EMENTA

Introdução à Computação Gráfica. Equipamentos e Softwares. Ferramentas: Preenchimento, Contorno, Conta-Gotas, solda, aparagem, intersecção, alinhamento e distribuição. Outras extensões de arquivos: Uso de arquivos criados fora do Corel Draw. Importação de arquivos e manipulação. Efeitos Especiais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERNANDES, Amaury. Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico. Rio de Janeiro, Livraria e Editora Rubio LTDA, 2003.

WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. SAO PAULO: Martins Fontes, 2001. 352p.

COLLARO, Antônio Celso. Teoria e Prática da Diagramação. 7ª Edição. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento de arquivos. RIO DE JANEIRO: Ed. Senac Nacional.

Toscani, Oliviero. A publicidade é um cadáver que nos sorri. Rio de Janeiro: Ediouro, 1998. BANN, David. Novo Manual de Produção Gráfica. Porto Alegre: Bookman, 2010.

HETEM JUNIOR, Annibal. Computação gráfica. RIO DE JANEIRO: LTC, 2014.

RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. Brasília: LGE, 2003

Pesquisa de Mercado I

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deverá ser capaz de dominar os conhecimentos teóricos e estar apto a planejar a pesquisa de Marketing conhecendo profundamente os seguintes tópicos: A pesquisa e o sistema de informações; O processo e o planejamento de pesquisa; Os tipos de pesquisa; A definição do problema. Os métodos de coleta de dados: Método qualitativo: O método e suas técnicas de abordagem, os instrumentos de coleta de dados, a análise e a elaboração do relatório final. Método quantitativo: O método e suas técnicas de abordagem e de amostragem, construção dos instrumentos de coleta de dados, a análise e a elaboração do relatório final.

EMENTA

Metodologia da pesquisa: noções preliminares. Conhecimento da realidade empírica. Características do método da pesquisa científica. Comunicação e conhecimento científico: definição dos termos. A observação. O projeto de pesquisa: elaboração. Pesquisa: descritiva, experimental. O problema, a hipótese. Coleta, análise e interpretação dos dados. Gerenciamento de produtos e serviços. Estratégias de preços. Gerenciamento de canais de distribuição. Processo de comunicação com o mercado. Análise dos pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David, e outros. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

TRUJILLO, Victor. Pesquisa de Mercado Qualitativa e Quantitativa. São Paulo: Scortecci, 2001.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Bookman, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHURCHILL, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. SAO PAULO: Saraiva,

.

BLACKWELL, David W; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. SAO PAULO: Cengage Learning.

HAGUE, Paul; JACKSON, Peter; Paul Hague, Peter Jackson; tradução de Luzia Roxo Pimentel. Faça sua própria pesquisa de mercado. SAO PAULO: Nobel, 1997.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing. SAO PAULO: Atlas, 2003.

INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de entender que criatividade não é prerrogativa de um departamento ou função, e que é um processo que pode ser desenvolvido e aprimorado com o tempo. Definir e explicar criatividade e processo criativo. Compreender e utilizar os atributos da criatividade. Entender e aplicar as ferramentas que auxiliam no desenvolvimento da criatividade. Conceituar Inovação e entender sua relevância enquanto estratégia

EMENTA

Criatividade, processo criativo, materiais, recursos e sinestesia, técnicas e ferramentas da criatividade e inovação, inovação estratégica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BROWN, Toby. Design Thinking. Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas idéias. 1ª Edição. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2010.

FALON, Pat; SEEN, Fred. Criatividade: espremendo a laranja. 1. ed. São Paulo, Editora M.Books, 2007.

PREDEBON, Jose. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. 7. ed. São Paulo, Editora Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DUAILIBI, Roberto. SIMONSEN Jr., Harry. Criatividade & Marketing. 9ª Edição - São Paulo, Makron Books, 2004.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Inovação em Modelos de Negócios - Business Model Generation 1ª Edição - São Paulo, Editora: Alta Books, 2004.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. Medidas De Criatividade. 1ª Edição - São Paulo, ED. Artmed, 2010

OSTROWER, Fayga, Criatividade e Processos de Criação. 24ª Edição - São Paulo, Ed. VOZES, 2009

BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em propaganda. São Paulo: Sumus, 1998.

4º Semestre

Macroeconomia I

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deverá ser capaz de utilizar o instrumental macroeconômico para a compreensão da conjuntura econômica de curto prazo, e de suas interfaces com a sociedade e com o ambiente de negócios.

EMENTA

Características gerais das economias de mercado. A determinação de venda. O setor público e político fiscal. Moeda e política monetária. Economia Institucional: balanços de pagamentos, câmbio e política cambial.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLANCHARD, O. Macroeconomia. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

LANZANA, A. E. T. Economia Brasileira: fundamentos e atualidades. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002.

Mankiw, N. G. Introdução à Economia: princípios de micro e macroeconomia. 2ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PINHO, D. B., VASCONCELLOS, M. A. S. de. (Org.). Manual de Economia: equipe de professores das USP. 5ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2006.

PAULANI, L. M. & BRAGA, M. B. A Nova Contabilidade Social: uma introdução à Macroeconomia. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2007.

PINDYCK, R. S., RUBINFELD, D. L. Microeconomia. 7ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2010.

Tavares, Mauro Calixta- Atlas 2010 3ed. Gestão estratégica.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.

Marketing IV

OBJETIVOS

Capacitar o aluno a elaborar um plano anual de marketing para um produto ou linha de produtos.

EMENTA

Elaboração de um plano anual de marketing: formato ESAMC, análise do mercado, análise da concorrência, análise dos canais de distribuição, análise dos consumidores, identificação das forças e fraquezas do produto e das oportunidades e ameaças do mercado, definição do público-alvo, definição do posicionamento mercadológico, definição das estratégias mercadológicas, planos de ação, cronograma e orçamentos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KELLER Kevin Lane. Administração de Marketing: 12ª. edição. São Paulo: PEARSON Prentice Hall, 2005

MATTAR, Fauze Nagib; SANTOS, Dílson Gabriel dos. Gerência de Produto. São Paulo: Atlas, 2003.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. edição, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: A batalha por sua mente: 2a. Edição; M. Books, 2009

AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. Como construir Marcas Líderes. São Paulo: Futura, 2001.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SHIMP, Terence A. Propaganda e Promoção - Aspectos Complementares da Comunicação Integrada de Marketing. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002.

Computação Gráfica I

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de:

Distinguir os diversos hardwares de computação,

Optar pelos melhores softwares de computação gráfica,

Avaliar o potencial de trabalho, criar e desenvolver peças tanto para a mídia digital quanto para mídia impressa.

EMENTA

Introdução à Computação Gráfica. Equipamentos e Softwares. Ferramentas: Preenchimento, Contorno, Conta-Gotas, solda, aparagem, intersecção, alinhamento e distribuição. Outras extensões de arquivos: Uso de arquivos criados fora do Corel Draw. Importação de arquivos e manipulação. Efeitos Especiais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. SAO PAULO: Martins Fontes, 2001.

COLLARO, Antônio Celso. Projeto Gráfico: Teoria e Prática da Diagramação. 7ª Edição. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

BANN, David. Novo Manual de Produção Gráfica. Porto Alegre: Bookman, 2010

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. SAO PAULO: Iluminuras.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento de arquivos. RIO DE JANEIRO: Ed. Senac Nacional, .

ALVARENGA, André Luis de. A arte da fotografia digital: explorando técnicas com o Photoshop CS. RIO DE JANEIRO: Ciência Moderna, 2005. 238p.

HETEM JUNIOR, Annibal. Computação gráfica. RIO DE JANEIRO: LTC, 2014.

COLLARO, Antonio Celso. Produção Visual e Gráfica. São Paulo: Summus,

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. SAO PAULO: Iluminuras.

Pesquisa de Mercado II

OBJETIVOS

Capacitar o aluno a utilizar o ferramental de Pesquisa, utilizando as diversas Aplicações e análises da pesquisa de Marketing: tradicionais (Pesquisa de produto, preço, distribuição e promoção), contemporâneas (vantagem competitiva, Pesquisa de Brand Equity e Satisfação do Consumidor), como fonte importante de obtenção de informações para a solução de problemas de Marketing.

EMENTA

Pesquisa aplicada. Estudo do consumidor. Dimensionamento e segmentação do mercado. Perfil psicográfico: metodologia e aplicações práticas. Pesquisa de hábitos e atitudes. Elaboração de projeto, execução do plano, análise dos dados e elaboração de relatório.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David, e outros. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

CHURCHILL, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. SAO PAULO: Saraiva.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing. SAO PAULO: Atlas.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Bookman, 2001.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BLACKWELL, David W; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. SAO PAULO: Cengage Learning,

HAGUE, Paul; JACKSON, Peter; Paul Hague, Peter Jackson ; tradução de Luzia Roxo Pimentel. Faça sua própria pesquisa de mercado. SAO PAULO: Nobel, 1997. 168p.

TRUJILLO, Victor. Pesquisa de Mercado Qualitativa e Quantitativa. São Paulo: Scortecci, 2001.

Competências Empresariais

OBJETIVOS

Ao final deste módulo o aluno deve entender e estar sensibilizado para as competências comportamentais e gerenciais valorizadas atualmente pelo mercado e que poderão fazer a diferença no seu desenvolvimento profissional. Saber elaborar um planejamento de carreira que sirva como base para seu desenvolvimento profissional. Educação Ambiental e Sustentabilidade.

EMENTA

Êxito profissional, competências técnicas, competências gerenciais, competências comportamentais, planejamento de carreira. Educação Ambiental e Sustentabilidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BITTENCOURT, C. [et al]. Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionalistas. Porto Alegre: Bookman, 2004

GITOMER, J. O livro verde da persuasão. São Paulo: Makron Books, 2009.

BOHLANDER, George. { ET AL}. Administração de recursos humanos. São Paulo: Thomson, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGOSTINHO, M. E., BAUER, R. PREDEBON, J. (Orgs.). Convivencialidade. A expressão da Vida nas Empresas. São Paulo: Ed. Atlas, 2002, caps. 3, 4, 6, e 13. DEMO, G. Políticas de gestão de pessoas nas organizações: Papel dos valores pessoais e da justiça organizacional. São Paulo: Atlas, 2005

GRACIOSO, LUIZ FRANCISCO. Liderança Empresarial Competências Que Inspiram, Influenciam. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

FACCINA, C. O Profissional competitivo: razão, emoções e sentimentos na gestão. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006.

MILKOVICK, George T. {ET AL}. Administração de recursos humanos. São Paulo: Atlas, 2000.

MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos – do operacional ao estratégico. São Paulo, Ed. Futura, 2002.

MÍDIA I OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de dominar os conhecimentos teóricos e práticos das técnicas e ferramentais de mídia utilizados atualmente pelo mercado publicitário e anunciante. Deve ainda, estar apto a analisar os meios de comunicação, bem como desenvolver, interpretar e avaliar uma programação de Mídia.

EMENTA

Conceito, modelos e estrutura. Tipos de mídia existentes. Aplicação de cada tipo de acordo com o público que pretendemos atingir. Adequação da mídia ao público-alvo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JONES, John Philip. A publicidade como negócio: operações, criatividade, planejamento de mídia, comunicações integradas. SAO PAULO: Nobel, 2003.

BARBAN, Arnold M.; CRISTOL, Steven M.; . KOPEC, Frank J. “A essência do planejamento de Mídia: Um ponto de vista mercadológico”. 1ª ed. São Paulo: Nobel 2002 SILVERSTONE,

Roger. *Por que Estudar a Mídia?* 1ª ed. São Paulo: Loyola 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

VERONEZZI, José Carlos. *Mídia de A a Z*. 1ª ed. São Paulo: Edicon 2003

RICHERS, Raimar. *Marketing uma Visão Brasileira*. 3ª ed. São Paulo: Negócio 2002

BERTRAND, Claude Jean. *A deontologia das mídias*. 2.ed. Bauru, SP: EDUSC, 1999. 234p.

HERNANDES, Nilton. *A mídia e seus truques: o que jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público*. SAO PAULO: Contexto, 2006. 278p.

DIZARD JÚNIOR, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. RIO DE JANEIRO: Zahar, .

5º Semestre COMPUTAÇÃO GRÁFICA II

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de entender o processo de diagramação gráfica em computadores. Resolver problemas com a exportação e importação de arquivos entre aplicativos gráficos. Solucionar problemas de impressão por erro na escolha do formato do arquivo e processo de cores. Realizar um trabalho dentro dos padrões de qualidade estabelecidos para a área, quando usar estes programas conjuntamente.

EMENTA

Softwares, Máscaras e seleções: Uso de máscaras, seleções e recorte de imagens.

Camadas: Utilização de camadas (object) na execução dos trabalhos. Textos: A escolha das fontes e suas cores. Outras extensões de arquivos. Importação de arquivos e manipulação.

Efeitos: sombreamento, clone, pinceladas artísticas, ruído, espalhador de imagens, etc.

Fusão: Fusão de imagens, utilização da ferramenta de transparência interativa, entre outras.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

WONG, Wucius. *Princípios de forma e desenho*. SAO PAULO: Martins Fontes, 2001.

COLLARO, Antônio Celso. *Projeto Gráfico: Teoria e Prática da Diagramação*. 7ª Edição. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

SILVA, Rafael Souza. *Diagramação: O Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa*. 7ª Edição, São Paulo: Summus Editorial, 2005

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTINS, Nelson. *A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento de arquivos*. RIO DE JANEIRO: Ed. Senac Nacional, .

ALVARENGA, André Luis de. A arte da fotografia digital: explorando técnicas com o Photoshop CS. RIO DE JANEIRO: Ciência Moderna, 2005. 238p.

HETEM JUNIOR, Annibal. Computação gráfica. RIO DE JANEIRO: LTC, 2014.

AZEVEDO, Eduardo. *Computação Gráfica - Teoria e Prática*. 1ª Edição. São Paulo: Editora Campus, 2003

CHING, Francis D. K. JUROSZEK, Steven P. Representação gráfica para Desenho e Projeto. Barcelona: GG Desenho, 2011

PSICOLOGIA DO CONSUMIDOR

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o (a) aluno (a) deverá ter a capacidade de:

Ter a dimensão real do estudo do comportamento do consumidor.

Utilizar este conhecimento como uma ferramenta para ser utilizada nas mais importantes decisões de negócio.

EMENTA

Cultura; Demografia e Gerações; Classe Social; Família; Influências Pessoais; Estilo de Vida; Motivação e Autoconceito; Aprendizagem e Conhecimento; Processo de Decisão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JAMES F. Engel, Roger D. Blackwell e Paul W. Miniard *Comportamento do Consumidor*, 6ª edição. Rio de Janeiro: LTC, 2000..

CHURCHILL JR, Gilbert A; PETER, J. Paul. *Marketing: Criando Valor para os Clientes*: 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2003.

GIGLIO, Ernesto M. *O comportamento do consumidor*. São Paulo: Pioneira, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

UNDERHILL, Paco. *Vamos às Compras*. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2009.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. *Comportamento do consumidor: conceitos e casos*. São Paulo: Pretince Hall, 2005.

MOWEN, JOHN, C. E MICHAEL S. *MINOR COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR*, 1ª EDIÇÃO. SÃO PAULO: PRENTICE HALL, 2003.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. *Comportamento do consumidor brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2005.

JAMES F. Engel. {et al}. *Comportamento do consumidor*, 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

PROJETO – IDENTIDADE VISUAL OBJETIVOS

Apresentar noções e conceitos de identidade visual, sua importância e aplicações.

EMENTA

Noções gerais de identidade visual. Contextualização dos sistemas de identidade visual. Conceituação dos componentes e dos princípios básicos dos sistemas de identidade visual. Noções básicas de técnicas de

produção gráfica. Ênfase em aspectos técnicos e de produção e em parâmetros funcionais, estéticos, econômicos e mercadológicos de projetos de identidade visual.

Métodos para desenvolvimento de projetos de identidade visual. Formas e técnicas para registro e apresentação do processo de projeto. Ênfase na importância de percorrer consistentemente todas as etapas do processo de projeto configurado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ESCOREL, Ana Luiza. O Efeito multiplicador do design. 1º edição. São Paulo: Senac, 2004. HELLER, Steven. Linguagens do design: compreendendo o design gráfico. SAO PAULO: Rosari, PEÓN, Maria Luisa. Sistemas de identidade visual. 1º edição. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AAKER, David. Marcas: Brand equity gerenciando o valor da marca. Tradução: André Andrade. 9º edição. São Paulo: Editora Elsevier, 1998.

KELLER, Kevin Lane, and Machado, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo, 2005.

KOREN, Leonard. Meckeler, R.W. Design Gráfico Receitas Barcelona: GG Diseño, 2007

BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico. São Paulo: Cosacnaify, 2006.

STRUNCK, Gilberto. Viver de Design. Rio de Janeiro: 2AB, 2007

MÍDIA II

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve estar preparado para nova realidade do Negócio da Propaganda, por meio do entendimento da nova postura estratégica e abrangente do profissional esperado pelo mercado (agência, veículo, instituto de pesquisa ou anunciante), decorrente da evolução da Mídia e da alteração no modo como processamos informação e nos comunicamos com os outros. Despertar sua capacidade para criação, desenvolvimento, implementação, administração e mensuração de Canais ou Pontos de Contato entre a Marca e o Target.

EMENTA

Instrumental: pesquisa, avaliação, concorrência, institutos de aferição de audiência. Planejamento de mídia: estratégia e tática. Método G.R.P. Técnicas de otimização e de simulação. Elaboração do plano de mídia: cronograma de veiculação. Técnicas de negociação de mídia.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

TAMANAH, Paulo. Planejamento de Mídia - Teoria e Experiências. 1ª ed. São Paulo. Editora: Prentice Hall Brasil, 2006.

SISSORS, Jack Z. ; BUMBA, Lincoln J. Planejamento de mídia: Aferições, estratégias e avaliações. 1ª ed. São Paulo: Nobel, 2001.

ADLER Richard P.; FIRESTONE, Charles M. A conquista da Atenção: A Publicidade e as novas formas de comunicação. 1ª ed. São Paulo: Nobel, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

JONES, John Philip. A publicidade como negócio: operações, criatividade, planejamento de mídia, comunicações integradas. SAO PAULO: Nobel, 2002

BROGAN, Chris. ABC das mídias sociais: como aproveitar as mídias sociais para tornar os negócios mais lucrativos. Editora Prumo, 2012.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

GOODRICH, William B. Praticando o planejamento de mídia–Grupo de mídia. São Paulo: NBL Editora, 2001.

CRESCITELLI, Edson, and Terence A. SHIMP. "Comunicação de Marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação." São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PRODUÇÃO EM ÁUDIO

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender a linguagem utilizada na criação e produção de áudio, bem como de peças publicitárias e de RP para o meio rádio, aplicar as técnicas envolvidas na produção de spots, jingles e programas radiofônicos, conhecer os equipamentos, hardwares e softwares utilizados nesse processo.

EMENTA

História e desenvolvimento dos elementos radiofônicos e de áudio, técnica e linguagem radiofônica, produção de áudio aplicado à propaganda e relações públicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PRADO, Magaly. Produção de Rádio: um manual prático para professores e alunos. São Paulo. Editora Campus, 2006.

McLEISH, Robert. Produção de Rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus Editorial, 2001.

CARRASCOZA, João Anzanello. a evolução do texto PUBLICITÁRIO. São Paulo: Futura, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. São Paulo: Rocco, 1998.

HERNANDES, Nilton. A mídia e seus truques: o que jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. SAO PAULO: Contexto, 2006. 278p. IDE, Pascal. A arte de pensar. SAO PAULO: Martins Fontes, 1995. 299p.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. Comunicação e semiótica. SAO PAULO: Hacker, CESAR, Newton; Newton Cesar. Tudo o que você não queria saber sobre propaganda. SAO PAULO: A Girafa, 2004.

FOTOGRAFIA

OBJETIVOS

Ao final da disciplina o aluno deverá ser capaz de compreender a composição, linguagem e estética da imagem, fazendo uma “leitura” da mesma, bem como ter o seu “olhar fotográfico” e a percepção da luz, desenvolvidos. Deverá também dominar os processos de produção fotográfica para Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Eventos, bem como conhecer a rotina de produção fotográfica “externa” e em estúdio, além dos diferentes contextos em que ocorrem as produções fotográficas.

EMENTA

História da Fotografia, desenvolvimento de olhar fotográfico, técnicas de iluminação e composição, estética fotográfica, composição fotográfica, produção fotográfica para propaganda e relações públicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. 3ª. ed. SAO PAULO: Ed. SENAC, 2004.

JOHNSON, Dave. Dominando câmeras digitais. RIO DE JANEIRO: Ciência Moderna

ADAMS, Ansel; Ansel Adams ; com a colaboração de Robert Baker ; tradução Alexandre Roberto de Carvalho ; revisão técnica Thales Trigo.. A câmera. SAO PAULO: Ed. SENAC, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOSSOY, Boris; Boris Kossoy.. Fotografia e história. SAO PAULO: Ática, 2001.

MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação, conversão e fechamento de arquivos. RIO DE JANEIRO: Ed. Senac Nacional,

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. SAO PAULO: Iluminuras, ALVARENGA, André Luis de. A arte da fotografia digital: explorando técnicas com o Photoshop CS. RIO DE JANEIRO: Ciência Moderna, 2005.

HELLER, Steven. Linguagens do design: compreendendo o design gráfico. SAO PAULO: Rosari

6º Semestre FINANÇAS I OBJETIVOS

Capacitar os alunos a compreender o Conceito de Valor do Dinheiro no Tempo e permitir a solução de problemas que envolvam qualquer fluxo de caixa, independentemente de sua complexidade, para tomada de decisão, aplicando as ferramentas de análise VPL e TIR.

EMENTA

Valor do dinheiro no tempo: juros simples, compostos, taxas, descontos, conceitos básicos de contabilidade, demonstrativos de resultados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSAF NETO, Alexandre. Matemática Financeira e suas Aplicações. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.
BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. Matemática Financeira com HP12C e Excel. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
CHING, Hong Yuh; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. Contabilidade e finanças para não especialistas. SAO PAULO: Prentice Hall.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

TOSI, Armando José. Matemática Financeira com Utilização do Excel. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
BRIGHAM, Eugene F; GAPENSKI, Louis C; EHRHARDT, Michael C; Eugene F. Brigham, Louis C. Gapenski, Michael C. Ehrhardt ; tradução Alexandre Loureiro Guimarães Alcântara, José Nicola. Administração financeira. SAO PAULO: Atlas, 2001.
GROPPELLI, A. A; NIKBAKHT, Ehsan. Administração financeira. SAO PAULO: Saraiva, .
HOJI, Masakazu. Administração financeira. 1ª Ed, são Paulo: atlas
MARTINS, Eliseu; ASSAF NETO, Alexandre. Administração financeira: as finanças das empresas sob condições inflacionárias. SAO PAULO: Atlas.

PRODUÇÃO EM VÍDEO

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender a linguagem utilizada na criação e produção de peças publicitárias para os meios televisão e cinema. Aplicar as técnicas envolvidas na produção para essas mídias. Conhecer os equipamentos, hardwares e softwares utilizados nesse processo.

EMENTA

História e desenvolvimento dos elementos cinematográficos e de vídeo, técnicas, conceitos de linguagem cinematográfica e de vídeo, produção de vídeo – cinematográfica aplicada à Propaganda.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADLER, Richard; FIRESTONE, Charles M; Aspen Institute; relator Richard P. Adler, [Charles M. Firestone] ; tradução de Dinah de Abreu Azevedo.. A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação. SAO PAULO: Nobel, .

ESCOREL, Ana Luiza. O Efeito multiplicador do design. 1º edição. São Paulo: Senac, 1999.

BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em propaganda. SAO PAULO: Summus, . 283p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. São Paulo: Rocco, 1998.

HERNANDES, Nilton. A mídia e seus truques: o que jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. SAO PAULO: Contexto, 2006.

AUMONT, J; Jacques Aumont ; tradução Estela dos Santos Abreu, Claudio Cesar Santoro ; revisao tecnica Rolf de Luna Fonseca.. A imagem. 2. ed.ed. CAMPINAS: Papyrus, 1995. 317p.

SERRA, Floriano. A arte e a técnica do vídeo. Ed summus. São Paulo, 1986

CESAR, Newton; Newton Cesar. Tudo o que você não queria saber sobre propaganda. SAO PAULO: A Girafa, 2004.

WEB DESIGN OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de:

- Entender o processo de desenvolvimento do projeto de design de um website, considerando layout gráfico, usabilidade, navegabilidade e segurança.
- Elaborar e desenvolver a concepção de um website considerando variáveis como o Design de páginas e Ergonomia aplicada a sites, valorizando a adequação interface/usuário.
- Realizar um trabalho dentro dos padrões de qualidade estabelecidos para a área, quando usar estes programas conjuntamente.

EMENTA

Design de páginas. Ergonomia aplicada a sites. Importância e planejamento da navegação do site. Comunicação com o usuário: interface. Combinações de cores e gráficos. Design aplicado ao perfil do visitante. Desenvolvimento de projetos utilizando ferramentas para web design.

Conceitos de segurança: confiabilidade, integridade, disponibilidade, segurança de acesso e dos dados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

NIELSEN, Jakob. Usabilidade na Web: Projetando Websites com usabilidade. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

WEINMAN, Lynda. *Projetando Gráficos na Web 3: como Preparar Imagens e Mídia para a Web*. São Paulo: Ciência Moderna, 2001.

LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era informática*. São Paulo: Ed 34, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CESAR, Newton; Newton Cesar. *Tudo o que você não queria saber sobre propaganda*. SAO PAULO: A Girafa, 2004. 190p.

KOPP, Rudinei; Rudinei Kopp. *Design gráfico cambiante*. 3. ed. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2009. 134p.

HESS, Jay; PASZTOREK, Simone. *Design gráfico para moda: branding, convites, lookbooks, embalagens*. SAO PAULO: Edições Rosari, 2010.

KOREN, Leonard; MECKLER, R. Wippo. *Design gráfico. Receitas: propostas + diagramações + soluções para leiautes*. BARCELONA: Gustavo Gilli, 2007.

HOLLIS, Richard. *Design gráfico: uma história concisa*. SAO PAULO: Martins Fontes.

ATENDIMENTO

OBJETIVOS

Entender os conceitos básicos de gerenciamento de contas, atendimento e manutenção de clientes; e compreender as responsabilidades do profissional de atendimento em relação ao processo de comunicação mercadológica do anunciante; Preparar-se para nova realidade do Negócio da Propaganda e Comunicação, por meio do entendimento da nova postura estratégica e abrangente do profissional esperado pelo mercado; Conhecer o processo de administração de uma Agência; Montar, passar e receber um briefing; Fazer um job tramitar de maneira produtiva dentro da agência; Conhecer as formas de remuneração e cobrança de trabalhos e Montar e apresentar orçamentos.

EMENTA

Processo de prospecção de clientes e novos negócios. Gerenciamento e Avaliação de Contas. Relação Cliente x Agência. Formas de Cobrança e remuneração. A importância do *Briefing* para o planejamento de qualquer estratégia de comunicação e modelos usuais de *briefing*. Como construir e transmitir um *briefing* eficaz. O papel do profissional de atendimento como: “homem de negócios” responsável pela geração de resultados para a agência e para anunciante e, como líder para manter a equipe motivada, com o mesmo trabalho diante de muitas “refações”. Relacionamento comercial (agência, cliente, veículo, fornecedor); Montagem e apresentação de orçamentos e controle de verba. Técnicas de apresentação e defesa de campanha ao cliente.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Correa, Roberto. O Atendimento na Agência de Comunicação - Col. Contato Imediato. Editora Global. 2006
Jones, John Philip. A Publicidade como Negócio – São Paulo: Nobel, 2002.
SHAVER, Mary Alice. Como vender a mídia: o marketing como ferramenta de venda do espaço publicitário. São Paulo. Nobel. 2002

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

McKENNA, Regis. Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente 24.ed. . Rio de Janeiro. Elsevier. 1997
KOTLER, Philip. Administração de Marketing: 12. Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
ZEMKE, Ron; SCHAAF, Dick; Ron Zemke, Dick Schaaf, tradução de Nivaldo Montingelli Jr. A nova estratégia do marketing: atendimento ao cliente. SAO PAULO: Harbra, 1991.
GIANESI, Irineu G. N; CORRÊA, Henrique Luiz; Irineu G. N. Gianesi, Henrique Luiz Corrêa. Administração estratégica de serviços. SAO PAULO: Atlas, 1994.
ZÜLZKE, Maria Lucia. Abrindo a empresa para o consumidor: a importância de um canal de atendimento. RIO DE JANEIRO: Qualitymark.

EVENTOS E RP

OBJETIVOS

Ao concluir a disciplina o aluno deverá ser capaz de:
Conhecer as principais funções e aplicações desta ferramenta de comunicação.
Analisar cenários e recomendar políticas, atitudes e programas de acordo com a necessidade da empresa.
Saber diferenciar, escolher e adaptar projetos de eventos e patrocínios que sejam adequados ao reforço da imagem marca desejada.
Integrar Eventos aos demais elementos do mix de Comunicação.
Avaliar a eficácia e aferir resultados desta ferramenta de comunicação.

EMENTA

Principais funções e aplicações desta ferramenta de comunicação. O papel dos Eventos no contexto da comunicação corporativa das organizações. Tipos de Eventos. Cerimonial e Protocolo. Planejamento e Execução de Eventos. Análise de cenários para recomendação e organização de políticas de patrocínio de acordo com a necessidade da empresa. Como integrar os eventos aos demais elementos do mix de Comunicação. Como avaliar a eficácia e aferir resultados desta ferramenta de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CRESCITELLI, Edson, and Terence A. SHIMP. "Comunicação de Marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação." São Paulo: Cengage Learning 2012.

ALLEN, Johnny; O'TOOLE, Willian; MCDONELL, Ian; HARRIS, Robert. Organização e Gestão de Eventos. Tradução da 3ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

GIACAGLIA, Maria Cecília. Organização de Eventos – Teoria e Prática. São Paulo, Cengage Learning, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARGENTI, Paul A. Comunicação Empresarial – A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2006.

MATIAS, Marlene. Organização de eventos: procedimentos e técnicas. Editora Manole, 2001.

FORNI, João José Apud CAPONIGRO; JEFFREY, R. Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia. SP: Atlas, 2002.

GIACAGLIA, Maria Cecília. Eventos: como criar, estruturar e captar recursos. Thomson, 2006.

7º Semestre

EMPREENDEDORISMO OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de explicar o que é empreendedorismo, explicar os tipos de empreendedores e de empreendimentos, identificar como levantar recursos para um novo negócio e conhecer passo a passo a forma de abrir um novo negócio.

EMENTA

Empreendedor e o empreendedorismo, como levantar recursos para iniciar o negócio, constituição legal da empresa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 10. Ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

BLANCHARD, Olivier. Macroeconomia. SAO PAULO: Prentice Hall,

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de empreendedorismo e gestão. 2.ed. SAO PAULO: Atlas, 2012.

RIBEIRO, Osni Moura Ribeiro. Contabilidade Intermediária. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

RIBEIRO, Osni Moura Ribeiro. Contabilidade Intermediária. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

FINANÇAS II OBJETIVOS

Capacitar o aluno a interpretar a situação econômica e financeira da empresa; identificar pontos fortes e fracos da empresa; medir a capacidade da empresa gerar lucro e identificar a eficiência da empresa em gerenciar seus ativos.

Aplicar as principais técnicas de Análise das Demonstrações Financeiras (especialmente a técnica Comparativa, Temporal e Setorial).

EMENTA

Demonstrações financeiras. Gerenciamento de custos, relação custo-volume-lucro. Planejamento financeiro. Projetos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MATARAZZO, Dante. Análise Financeira de Balanços: Abordagem Básica e Gerencial. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, Cesar Augusto Tibúrcio. Administração do Capital de Giro. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARION, José Carlos. Análise das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRAGA, Roberto. Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

BRIGHAM, Eugene F; GAPENSKI, Louis C; EHRHARDT, Michael C; Eugene F. Brigham, Louis C. Gapenski, Michael C. Ehrhardt ; tradução Alexandre Loureiro Guimarães Alcântara, José Nicola. Administração financeira. SAO PAULO: Atlas, 2001. 1113p.

GROPPELLI, A. A; NIKBAKHT, Ehsan. Administração financeira. SAO PAULO: Saraiva, .

HOJI, Masakazu. Administração financeira. 1ª Ed, são Paulo: atlas

MARTINS, Eliseu; ASSAF NETO, Alexandre. Administração financeira: as finanças das empresas sob condições inflacionárias. SAO PAULO: Atlas, .

PLATAFORMAS DIGITAIS OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de conhecer as principais funções e aplicações desta ferramenta de comunicação. Conhecer e entender o conceito de Comunicação Beyond the line analógica ou digital. Conhecer e recomendar as principais ferramentas da comunicação digital e Beyond the line. Planejar comunicação dentro do contexto digital e Beyond the line. Integrar a comunicação Beyond the line e digital com os demais elementos do mix de comunicação. Avaliar a eficácia e aferir resultados desta ferramenta de comunicação.

EMENTA

Mídias Beyond the line, mídia digital, new mídia, conceito de cauda longa, redes e mídias sociais, mobile, games, integração das ferramentas de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ESCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. 3. ed. SAO PAULO: Ed. SENAC, 2004.

SANTAELLA, Lucia. Imagem – cognição, semiótica, mídia. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

LÉVY, Pierre. O que é o Virtual? São Paulo: Editora 34, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

IDE, Pascal. A arte de pensar. SAO PAULO: Martins Fontes, 1997.

NIELSEN, Jakob. Projetando Websites com usabilidade. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

OCHA, Enrique. Raciocínio lógico: você consegue aprender: teoria e questões. 2.ed. RIO DE JANEIRO: Elsevier, 2006.

KRUG, Steve. Não me Faça Pensar . Alta books. 2006.

STALLINGS, Willian. Redes e sistemas de comunicação de Dados, 5ª Ed, Rio de Janeiro: Elsevier

PROPAGANDA

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de conhecer as principais funções e aplicações desta ferramenta de comunicação e seus instrumentais. Conhecer os tipos de agências existentes sua estrutura e funcionamento. Desenvolver uma estratégia de propaganda. Integrar a propaganda aos demais elementos do mix de Comunicação. Avaliar a eficácia e aferir resultados desta ferramenta de comunicação. Conhecer, avaliar e definir quanto e como utilizar seus principais instrumentais (foto, áudio e vídeo).

EMENTA

História e evolução da propaganda, funções e definições da propaganda, persuasão, estratégias de posicionamento e propaganda, codificação da mensagem, utilização de endossantes, integrando a propaganda ao mix de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADLER, Richard; FIRESTONE, Charles M; Aspen Institute; relator Richard P. Adler, [Charles M. Firestone]; tradução de Dinah de Abreu Azevedo. A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação. SAO PAULO: Nobel.

Jones, John Philip. A Publicidade na Construção de Grandes Marcas – São Paulo: Nobel, 2004.

VESTERGARD, Torren. A linguagem da Propaganda. 3ª Ed. São Paulo, Martins Fontes, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Sampaio, Rafael. Propaganda de A a Z - Como usar a Propaganda para construir marcas e empresas de sucesso- 3ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 2003

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. São Paulo: Rocco, 2000.

CABRAL, Plínio; Plínio Cabral. Propaganda. 3. ed. SAO PAULO: Atlas, 1991.

ADAMS, Ansel. A câmera. São Paulo: Senac, 2001.

GRACIOSO, Francisco; Francisco Gracioso. Propaganda institucional. SAO PAULO: Atlas, 1995. p.

Samain, Etienne. O Fotográfico. São Paulo: Hucitec, 1998.

PESQUISA DE MERCADO EM COMUNICAÇÃO

OBJETIVOS

Capacitar o aluno para que utilize corretamente as ferramentas de pesquisa, como apoio ao processo de planejamento, criação e à avaliação de resultados de campanhas publicitárias e ações promocionais. Ao final desta disciplina o aluno deverá estar apto à: tomar todas as decisões utilizando a pesquisa como embasamento no processo de planejamento, desenvolvimento, avaliação e controle de uma campanha publicitária. Dominar todo o processo de coleta de dados e análise das informações durante o processo de comunicação publicitária bem como todos os outros itens estudados nas disciplinas de pesquisas anteriores ao de pesquisa III. Realizar conclusões e recomendações necessárias às diversas áreas dentro do processo de pesquisa de comunicação aplicada à publicidade e propaganda.

EMENTA

Estudo do emissor: imagem e credibilidade. Pesquisa aplicada e comunicação. Teste de conceito, Pré-testes, avaliação de resultados, índice de recall, auditoria de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David, e outros. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

TRUJILLO, Victor. Pesquisa de Mercado Qualitativa e Quantitativa. São Paulo: Scortecci, 2001. MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing: volume 1. SAO PAULO: Atlas, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

STEEL, Jon. Verdades, Mentiras e Propaganda – A Arte do Planejamento. Negócio Editora, São Paulo. 2001

BLACKWELL, David W; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. SAO PAULO: Cengage Learning, .

HAGUE, Paul; JACKSON, Peter; Paul Hague, Peter Jackson ; tradução de Luzia Roxo Pimentel. Faça sua própria pesquisa de mercado. SAO PAULO: Nobel, 1997. 168p.

CHURCHILL, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. SAO PAULO: Saraiva, .

RIBEIRO, Julio; e outros. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar. São Paulo: Atlas, 1995

DIREÇÃO DE ARTE

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de criar peças publicitárias elaboradas para diferentes nichos de mercado, aplicando conceitos. Desenvolver o processo criativo e as técnicas de direção de arte aplicados à propaganda. Construir portfólios de desenhos a partir das aulas e exercícios propostos que possam representar de modo criativo seu discurso visual dentro dessa linguagem.

EMENTA

Criação em design gráfico, planejamento da linguagem visual, equilíbrio visual, design publicitário, montagem de portfólio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADLER, Richard; FIRESTONE, Charles M; Aspen Institute; relator Richard P. Adler, [Charles M. Firestone] ; tradução de Dinah de Abreu Azevedo.. A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação. SAO PAULO: Nobel, .

ESCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. 3. ed. SAO PAULO: Ed. SENAC, 2004.

DONIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual, 2ª Ed. São Paulo: Martins fontes, 1999

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CESAR, Newton; Newton Cesar. Tudo o que você não queria saber sobre propaganda. SAO PAULO: A Girafa, 2004. 190p.

KOPP, Rudinei; Rudinei Kopp. Design gráfico cambiante. 3. ed. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2009. 134p.

HESS, Jay; PASZTOREK, Simone. Design gráfico para moda: branding, convites, lookbooks, embalagens. SAO PAULO: Edições Rosari, 2010..

KOREN, Leonard; MECKLER, R. Wippo. Design gráfico. Receitas: propostas + diagramações + soluções para leiautes. BARCELONA: Gustavo Gilli, 2007.

HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. SAO PAULO: Martins Fontes,

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de redigir textos para peças publicitárias e tornar-se um leitor crítico de peças da mídia, analisando seus aspectos criativos e estereotipados.

EMENTA

Linguagem publicitária, criação de slogans, construção de títulos e textos publicitários, figuras de linguagem, direção de criação, defesa de campanhas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARRASCOZA, João A. A evolução do texto publicitário. São Paulo: Futura, 2003.

CARRASCOZA, João A. Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.

MARTINS, Zeca. Redação publicitária. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBOSA, Ivan Santo; PEREZ, Clotilde (org.). Hiperpublicidade: atividades e tendências - Vol. 2. São Paulo: Cengage, 2008.

GARCIA, Luiz Fernando Dabul; ROCHA JÚNIOR, Ismael; SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Cengage, 2009.

SANDMANN, Antônio José. A linguagem da propaganda: linguagem especial morfossintaxe e semântica da propaganda e retórica. São Paulo: Contexto, 2003

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ZYMAN, SERGIO. A propaganda que funciona: como obter resultados com estratégias eficazes. São Paulo: Campus, 2003.

8º Semestre ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de compreender o processo de planejamento estratégico, assim como a formação e a prática da estratégia. Compreender o funcionamento inter-relacionado das variáveis empresariais.

EMENTA

Conceitos de estratégia empresarial, análise externa, análise setorial, ferramentas de diagnóstico, formulações estratégicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KOTLER, Philip; KELLER Kevin Lane. Administração de Marketing: 12ª. Edição. São Paulo: PEARSON Prentice Hall, 2.006
Porter, M. Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro: Ed. Campus. 2004.
Wright, P., Kroll. M.J. Parnell. J. Administração estratégica. São Paulo: Atlas. 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KIM, C.; MAUBORGNE, R. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2005.
BARNEY, J.B.; HESTERLY W.S. Administração estratégica e vantagem competitiva. São Paulo: PEARSON Prentice Hall, 2.007. 2
ANSOF, Igor. A nova estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 1990. 6
KLEIN, David A. A gestão estratégica do capital intelectual. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998. 5

FINANÇAS III OBJETIVOS

Capacitar o aluno a compreensão da função de custos e formação de preço nos produtos de uma empresa. Transmitir as principais técnicas de Preparação de Orçamentos e Propostas Comerciais. Apresentar e exercitar os métodos para estudo de viabilidade de projetos.

EMENTA

Receitas de gerências e empresas de comunicação. Impostos de gerências. Noções de orçamentos. Fluxo de caixa da agência us. Projetos. Preparação de propostas. Fontes de financiamento. Análise de resultados de projetos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARION, José Carlos. Análise das Demonstrações Financeiras: Contabilidade Empresarial. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.
OLIVEIRA, Luís Martins; PEREZ Júnior, José Hernandez. Contabilidade de Custos para não Contadores. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.
GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 10. Ed. Porto Alegre: Pearson, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, Cesar Augusto Tibúrcio. Administração do Capital de Giro. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BRIGHAM, Eugene F; GAPENSKI, Louis C; EHRHARDT, Michael C; Eugene F. Brigham, Louis C. Gapenski, Michael C. Ehrhardt ; tradução Alexandre Loureiro Guimarães Alcântara, José Nicola. Administração financeira. SAO PAULO: Atlas, 2001.

GROPPELLI, A. A; NIKBAKHT, Ehsan. Administração financeira. SAO PAULO: Saraiva, .

HOJI, Masakazu. Administração financeira. 1ª Ed, são Paulo: atlas

MARTINS, Eliseu; ASSAF NETO, Alexandre. Administração financeira: as finanças das empresas sob condições inflacionárias. SAO PAULO: Atlas.

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

OBJETIVOS

Ao final da disciplina o aluno de ser capaz de integrar a comunicação mercadológica com os demais elementos do mix de marketing. Conhecer as principais ferramentas da comunicação mercadológica, suas características e aplicabilidades e, possuir instrumentos que permitam selecionar, avaliar e interagir com os fornecedores de comunicação.

EMENTA

Do marketing à comunicação, público-alvo, objetivos, estratégicas e ferramentas, propaganda, comunicação no ponto de venda, promoção de vendas, comunicação institucional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADLER, Richard; FIRESTONE, Charles M; Aspen Institute; relator Richard P. Adler, [Charles M. Firestone] ; tradução de Dinah de Abreu Azevedo.. A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação. SAO PAULO: Nobel, .

SISSORS, Jack Z. ; BUMBA, Lincoln. Planejamento de mídia. São Paulo. Nobel. 2001

Jones, John Philip. A Publicidade na Construção de Grandes Marcas – São Paulo: Editora Nobel, 2004..

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Schultz, Don E.; Barnes, Beth E. Campanhas Estratégicas de Comunicação de Marcas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

Shimp, Terence A. Propaganda e Promoção - Aspectos Complementares da Comunicação Integrada de Marketing. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002.

CABRAL, Plínio; Plínio Cabral. Do outro lado muro 1. ed. São PAULO: Atlas, 1991.

CESAR, Newton; Newton Cesar. Tudo o que você não queria saber sobre propaganda. SAO PAULO: A Girafa, 2004.

GRACIOSO, Francisco; Francisco Gracioso. Propaganda institucional. SAO PAULO: Atlas, 1995.

CRM

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina, o aluno deverá ser capaz de reconhecer os conceitos de CRM e suas tecnologias, identificar suas vantagens e saber dimensionar as necessidades de uma empresa, reconhecer o melhor momento para implementação de um programa de CRM e fidelização

EMENTA

Evolução do marketing de massa, os processos, bases de CRM, modelo IDIP, níveis e programas de fidelidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 12ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes: 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2003.

ZENONE, Luiz C. CRM Customer Relationship Management. São Paulo: Novatec, 2007

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DEMO, Gisela (organizadora). Marketing de Relacionamento & Comportamento do Consumidor Estado da Arte, Produção Nacional, Novas Medidas e Estudos Empíricos. São Paulo: Atlas, 2015

SILVA, Fábio G., ZAMBOM, Marcelo S. (organizadores). Gestão do relacionamento com o cliente – 3. ed., rev. – São Paulo, SP : Cengage, 2015.

GUMMESSON, Evert. Marketing de Relacionamento Total. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SHIMP, Terence A. Propaganda e Promoção - Aspectos Complementares da Comunicação Integrada de Marketing. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002.

LOVELOCK, Christopher. Marketing de Serviços. São Paulo: Pearson, 2011.

PROMOÇÃO E MERCHANDISING

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz de descrever a natureza, o propósito e os conceitos do marketing promocional e a sua localização no composto de marketing. Conhecer os imperativos promocionais no nível da marca – estratégias de empurrar, puxar e estimular. Entender os desenvolvimentos implícitos no crescimento das promoções de vendas. Conhecer as possibilidades e as limitações da promoção de vendas.

Conhecer as formas de promoção de vendas e merchandising, públicas a quem são dirigidas e seus principais objetivos. Localizar a promoção e o merchandising no ciclo de vida do produto. Desenvolver um plano promocional alinhado aos planos de marketing e de comunicação. Entender as funções do departamento de promoção e merchandising de uma empresa/agência. Conhecer os princípios éticos e a legislação que regem a promoção de vendas e o merchandising no Brasil. Dominar os conhecimentos teóricos e práticos das técnicas e ferramentais de promoção de vendas utilizados atualmente pelo mercado publicitário e anunciante. Interpretar um problema de marketing e propor ações de promoção de vendas adequadas a cada situação. Avaliar a eficácia e aferir resultados desta ferramenta de comunicação.

EMENTA

Promoção de vendas e merchandising, marketing promocional, promoções e o ciclo de vida do produto, pesquisa de mercado para o marketing promocional, planejamento, ética e legislação para promoções de venda.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADLER, Richard; FIRESTONE, Charles M; Aspen Institute; relator Richard P. Adler, [Charles M. Firestone] ; tradução de Dinah de Abreu Azevedo.. A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação. SAO PAULO: Nobel, .

KOTLER, Philip; KELLER Kevin Lane. Administração de Marketing: 12ª. edição. São Paulo: PEARSON Prentice Hall, 2.005

BLESSA, Regina. Merchandising no ponto de venda. 2ªEd, são Paulo: atlas

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

McLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. São Paulo: Rocco, 1998.

BARRETO, Tiago. Vende-se em trinta segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2009.

BUSSELLE, Michael. Tudo sobre fotografia. São Paulo: Pioneira, 2005.

SHIMP, Terence A. Propaganda e Promoção - Aspectos Complementares da Comunicação Integrada de Marketing. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002.

VENDAS PESSOAL

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina, o aluno deverá ser capaz de conhecer as principais funções e aplicações desta ferramenta de comunicação, compreender e analisar o funcionamento da área comercial de uma organização,

entender as principais técnicas de negociação em vendas, identificar os principais atributos relacionados ao bom vendedor, desenvolver a capacidade de se apresentar em público, desenvolver o poder de persuasão, trabalhar a capacidade de negociação.

EMENTA

Evolução e perspectiva da Venda Pessoal, características, princípios e técnicas da área de vendas, persuasão e técnicas de apresentação, como estruturar e integrar a Vendas Pessoal no mix de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 12ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes: 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2003.

RABECHINI Jr., Roque. O gerente de projetos na empresa. São Paulo: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.

MATTAR, Fauze Nagib; SANTOS, Dílson Gabriel dos. Gerência de Produto. São Paulo: Atlas, 2003.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. Um guia do conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos. (Guia PMBOK). Estados Unidos: Global Standard, 2014.

SANVICENTE, Antonio Zoratto. Orçamento na Administração de Empresas, 2ª Ed. São Paulo: Atlas

ZÜLZKE, Maria Lucia. Abrindo a empresa para o consumidor: a importância de um canal de atendimento.

RIO DE JANEIRO: Qualitymark, .

9º Semestre TÓPICOS AVANÇADOS

OBJETIVOS

Ao final desta disciplina o aluno deve ser capaz compreender as vertentes das matérias que, além de contemplar a aplicação prática dos conceitos de gestão de projetos, coloque todos os conhecimentos que aprendeu durante o curso em um projeto de alto nível orientado para o mercado.

Educação ambiental e sustentabilidade; compreender a importância da Educação Ambiental e Sustentabilidade e os diferentes pontos de vista na área e sua utilização como ferramenta para o desenvolvimento do meio ambiente.

EMENTA

Papel Estratégico e Objetivos da Produção; Estratégia de Operações;

Conceitos básicos de Gestão de Projetos; Projetos de Sistemas produtivos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing: 12ª Edição – A Bíblia do Marketing. São Paulo: Pearson - Prentice Hall, 2.006.

SLACK, Nigel e outros. Administração da Produção. 2ª Edição. São Paulo, Atlas, 2001.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. edição, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Porter, M. Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro: Ed. Campus. 1986. 362 pgs.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.

BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de empreendedorismo e gestão. 2.ed. SAO PAULO: Atlas, 2012.

RABECHINI Jr., Roque. O gerente de projetos na empresa. São Paulo: Atlas, 2005.

Bitencourt, Cláudia- Bookman 2004. Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais.

PROJETO DE GRADUAÇÃO ESAMC I OBJETIVOS

Proporcionar ao aluno a aplicação prática dos conceitos de marketing e comunicação mercadológica através da realização do Projeto de Graduação ESAMC (PGE). Ao final deste módulo o aluno deve ser capaz de elaborar um diagnóstico completo de uma produto/empresa e estabelecer objetivos de marketing.

EMENTA

Caracterização de um projeto, definição de objetivos, metodologia, características técnicas. Prazo. Custos. Ética. Cronogramas.

Elaboração, desenvolvimento e execução de um trabalho de conclusão de curso, a saber: escolha de produto/serviço/empresa; levantamento da base de dados incluindo pesquisa de mercado; análise e diagnóstico; planejamento de marketing e comunicação; criação e produção de campanha de relações pública; e apresentação para banca formada por dois professores, além de convidados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing: 12ª Edição – A Bíblia do Marketing. São Paulo: Pearson - Prentice Hall, 2.006.

POLIZEI, Eder. Plano de Marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2010

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. edição, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Cengage Learning, 2014

CAMPOMAR, Marcos Cortez O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo / Marcos Cortez Campomar, Ana Akemi Ikeda. - São Paulo : Saraiva, 2006

AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. Como construir Marcas Líderes. São Paulo: Futura, 2001.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SHIMP, Terence A. Propaganda e Promoção - Aspectos Complementares da Comunicação Integrada de Marketing. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002~

10º Semestre

PROJETO DE GRADUAÇÃO ESAMC II OBJETIVOS

Proporcionar ao aluno a aplicação prática dos conceitos de marketing e comunicação mercadológica através da realização do Projeto de Graduação ESAMC (PGE). Ao final desta disciplina, o aluno deve ser capaz de elaborar um Plano de Marketing e de Comunicação para um produto.

EMENTA

Caracterização de um projeto, definição de objetivos, metodologia, características técnicas. Prazo. Custos. Ética. Cronogramas.

Elaboração, desenvolvimento e execução de um trabalho de conclusão de curso, a saber: escolha de produto/serviço/empresa; levantamento da base de dados incluindo pesquisa de mercado; análise e diagnóstico; planejamento de marketing e comunicação; criação e produção de campanha de relações públicas; e apresentação para banca formada por dois professores, além de convidados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing: 12ª Edição – A Bíblia do Marketing. São Paulo: Pearson - Prentice Hall, 2.006.

POLIZEI, Eder. Plano de Marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2010

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, Jhon A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 3ª. edição, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Cengage Learning, 2014

CAMPOMAR, Marcos Cortez O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo / Marcos Cortez Campomar, Ana Akemi Ikeda. - São Paulo : Saraiva, 2006

AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. Como construir Marcas Líderes. São Paulo: Futura, 2001.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SHIMP, Terence A. Propaganda e Promoção - Aspectos Complementares da Comunicação Integrada de Marketing. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002~

RELAÇÕES ÉTNICAS, RACIAIS E INDÍGENAS

OBJETIVOS

Entender a questão racial como tema da identidade nacional. A constituição de alguns símbolos da nacionalidade. Os lugares e as posições de poder de alguns grupos na sociedade brasileira. Tomando a questão negra e as relações raciais como centrais, realizar um panorama sociológico dos modos como a identidade nacional e os seus símbolos foram pensados e discutir os modos como as identidades sociais passaram a ser acionadas no contexto das mudanças pelas quais vem passando a sociedade brasileira.

EMENTA

A identidade nacional. Matrizes^[P]_[SEP]Étnicas. A cultura brasileira e o^[P]_[SEP]Processo^[P]_[SEP]Civilizatório. Mestiçagem: Os^[P]_[SEP]Brasilíndios. Os^[P]_[SEP]Afro-Brasileiros. Os^[P]_[SEP]Neobrasileiros. As revisões acerca da identidade étnico-racial. A universidade brasileira e a questão das ações afirmativas. Relações raciais e miscigenação. Algumas imagens, críticas e idealizações acerca do negro na literatura antropológica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GÁRCIA CANCLINI, Néstor. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. RIO DE JANEIRO: Ed. UFRJ, .

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

LARAIA, Roque de Barros. 1986. Cultura: Um Conceito Antropológico. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editores.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HALL, STUART. Identidade Cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MAGNOLI, Demétrio. História do Pensamento Racial. Contexto, 2009.

DAMATTA, Roberto. O que faz o brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

ORTIZ, RENATO. Um Outro Território: Ensaio sobre a mundialização e suas consequências sobre a cultura das sociedades. São Paulo: Ed. Olho D'Água, 2005.

TOURAINE, Alain: *Crítica da Modernidade*, 3ª edição, Petrópolis (RJ), Editora Vozes, 1998.

DIREITOS HUMANOS E CIDADANIA

Objetivos Gerais

Oportunizar um espaço de compreensão, reflexão e análise dos princípios, valores e direitos que caracterizam a dignidade humana, a democracia e o pluralismo político que fundamentam a sociedade livre, justa e solidária, estimulando práticas sociais e acadêmicas fundamentadas no respeito aos Direitos Humanos e pelo exercício da cidadania.

Ementa

Noções sobre Direitos humanos. Direitos Humanos na Constituição Federal de 1988. O Direito Internacional dos Direitos Humanos. Os Direitos Fundamentais e as relações entre o Estado e a sociedade civil. A história e conceito de cidadania. Cidadania e Democracia. Direitos Cíveis e políticos. Direitos econômicos e sociais. Direitos e deveres do cidadão brasileiro.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PIOVESAN, Flavia. Direitos Humanos e o Direito Constitucional Internacional. Saraiva, 2016.

DALLARI, Dalmo de Abreu. Direitos Humanos e Cidadania. São Paulo: Moderna, 2004.

"MAZZUOLI, Valerio de Oliveira. Direitos humanos e cidadania: à luz do direito internacional. Campinas, SP: Minelli.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ORTIZ, RENATO. Um Outro Território: Ensaio sobre a mundialização e suas consequências sobre a cultura das sociedades. São Paulo: Ed. Olho D'Água, 2005.

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos: Os conflitos multiculturais da globalização, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.

SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo. São Paulo: Malheiros, 2006.

LYONS, David. As regras morais e a ética. CAMPINAS: Papyrus, 1990.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. Direitos humanos fundamentais. 2.ed. SAO PAULO: Saraiva, 1999.

DISCIPLINA OPTATIVA LIBRAS

OBJETIVOS

Proporcionar o entendimento básico da língua por sinais.

EMENTA

As diferentes línguas de sinais; status da língua de sinais no Brasil; cultura surda; organização linguística da LIBRAS para usos informais e cotidianos: vocabulário; morfologia, sintaxe e semântica; a expressão corporal como elemento linguístico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARVALHO, R E. A nova LDB e a educação especial. Rio de Janeiro: WVA, 2007.

GESSER, Audrei. Libras? Que língua é essa? crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda. SAO PAULO: Parábola, 2009.

ANDRADE, Maria Margarida e HENRIQUES, Antônio. Língua Portuguesa. Noções básicas para cursos superiores. SP: Atlas, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GOLDSTEIN, Norma; LOUZADA, Maria Sílvia; IVAMOTO, Regina. O texto sem mistério. São Paulo: Ática, 2009.

BRANDÃO, Flávia. Dicionário ilustrado de libras: língua brasileira de sinais. SAO PAULO: Global, LODI, Ana C B (org.); et al. Letramento e minorias. Porto Alegre: Mediação, 2009.

NICOLA, José & INFANTE, Ulisses. Gramática Contemporânea da Língua Portuguesa. São Paulo: Scipione, 2004.

TERCIOTTI, Sandra Helena. Português na prática. São Paulo: Saraiva, 2011.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Línguas de Sinais e minoria linguística.

Introdução ao conhecimento dos povos surdos.

Status da língua de sinais no Brasil.

Culturas surdas / identidades surdas.

As diferentes línguas de sinais, e organização linguística da LIBRAS para usos informais e cotidianos: vocabulário; morfologia, sintaxe e semântica; a expressão corporal como elemento linguístico.

Conhecimento na Língua de Sinais dos temas abaixo relacionados:

Nome / batismo do sinal pessoal

Aprendendo os sinais da Língua nos surdos: vocabulário e expressão corporal

Apresentação pessoal e cumprimentos

Famílias e relações entre os parentescos

Saudações formais e informais

Numerais cardinais e numerais para quantidades

Advérbio de tempo/ dias de semana /calendário /ano sideral

Características das roupas/ cores

Cotidiano / situações formais e informais

Pessoas / coisas / animais/ esportes

Meios de comunicação / tecnologia

Alimentos e bebidas / pesos / medidas

Meios de transportes

Natureza

Mapa do Brasil/ Estados do Brasil

3.7.2. PLANOS DE AULA

Todos os semestres a ESAMC SOROCABA realiza uma atualização em todos os planos de ensino, que são entregues aos professores no início de cada semestre letivo. O plano de ensino é composto pelos itens abaixo:

- Ementa;
- Objetivo da Disciplina;
- Metodologia Geral;
- Sistema de Avaliação;
- Bibliografia básica e complementar;
- Módulos de aula;
- Planejamento de aula;
- Descritivo de cada um dos módulos de aula.

3.8 METODOLOGIA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E

PROPAGANDA E DE ENSINO

3.8.1 METODOLOGIA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E

PROPAGANDA

Formação teórica/prática e a Interdisciplinaridade

A formação teórica/prática compreende a base curricular necessária para a formação de um profissional crítico e, portanto, capaz de compreender o mundo e interferir na realidade. Em razão disto, a integração das

disciplinas teóricas com as práticas se faz gradualmente, visto que acreditamos que o aluno precisa ter um conhecimento conceitual antecipado à prática.

Nesse sentido, o currículo, além de dividido em “Eixos de Conhecimento”, também está baseado em blocos cognitivos dinamicamente articulados. Cada um deles tem uma importância específica no processo de ensino aprendizagem, reunindo disciplinas que apresentam maior identidade e conteúdo, que seguem uma sequência lógica no desdobramento curricular.

A articulação entre núcleos cognitivos se concretiza, na prática, no desenho do conjunto de disciplinas lecionadas em cada semestre, pois em todos eles existem disciplinas que se aproximam por afinidade de conteúdo. Essa integração é indispensável para o processo pedagógico instalado, pois propicia a reunião dos professores e alunos em cada semestre, em torno de temas, trabalhos e projetos comuns.

Portanto, o currículo apresenta uma integração vertical entre disciplinas e professores de um mesmo núcleo cognitivo e uma integração horizontal entre as disciplinas do mesmo semestre, abrangendo os trabalhos desenvolvidos por professores e alunos naquele período letivo, na tentativa de imprimir uma visão interdisciplinar nos conteúdos, na produção dos alunos e até mesmo na avaliação.

Para que o aluno consiga ter uma visão integrada para a correta aplicação das habilidades desenvolvidas, trabalhamos com a interdisciplinaridade através de projetos e estudo de casos.

Os trabalhos interdisciplinares permitem a integração entre as disciplinas estabelecidas, desde o início de cada semestre até a apresentação em data estipulada pela Diretoria Acadêmica. Anualmente os projetos são renovados, de forma a estarem sempre trabalhando com temas atuais ligados à área.

3.8.2 METODOLOGIA DE ENSINO

A metodologia de ensino a ser utilizada é caracterizada pela variedade de experiências as quais o aluno é exposto, dentro e fora da sala de aula.

Dentro da sala de aula, imprime-se ao alunado não só a concepção e filosofia do curso, mas também as características da Instituição, enfatizando a utilização do Método do Caso, adaptado ao ensino da graduação. O professor é chamado a ocupar o papel de facilitador das discussões, de fonte de exemplos, e de referências, e de esclarecimentos conceituais, que não substituem a leitura pelos alunos dos textos de referência de cada sala de aula.

Para a plena realização da metodologia proposta, utilizamos as seguintes atividades já descritas no item 3.6 acima:

PROJETOS INTERDISCIPLINARES: Prática pedagógica atual que promove a visualidade das múltiplas interfaces de um objeto, assunto ou problema. Contrária a departamentalização do conhecimento, busca a permeabilidade presente em cada disciplina para promover o aprendizado consequente da vivência de

trabalho em parceria. A consequência dessa abordagem gera o princípio da diversidade e da criatividade desejadas para o profissional de hoje. O projeto acontece todo semestre, em que o aluno deve realizar um trabalho em grupo que envolve diversas disciplinas, sendo conduzido por todos os professores das disciplinas envolvidas e contando com um professor âncora – responsável por apresentar a estrutura do projeto.

PREPARAÇÃO PRÉVIA – PP: Para garantir que os alunos entrem preparados em sala de aula, antes mesmo do professor introduzir um novo assunto, a ESAMC solicita que os alunos preparem uma “Preparação Previa”. Essa preparação consiste basicamente no aluno realizar uma leitura de determinado texto, ou a realização de uma lista de exercícios antes da aula acontecer. Os alunos devem entregar no início da aula as questões que deveriam responder para se prepararem para aquela aula específica. Essa forma de trabalho ajuda a tornar o debate dentro de sala de aula mais completo e interessante. Essa preparação é cobrada/checada através de exercícios que devem ser feitos antes da aula ou no início de cada aula. Esses exercícios fazem da composição final da média do aluno. Com a ajuda da tecnologia, a Escola está instituindo uma prática diferente de realização da “Preparação Previa”, ela deverá ser realizada no sistema de forma online, em formato de testes. Dessa forma, a ESAMC consegue garantir mais uma forma eficaz de avaliação dos alunos, garantindo que eles estejam sempre preparados mesmo antes de determinada aula acontecer.

METODOLOGIA TBL: Em algumas disciplinas, a escolha do professor, utilizamos a metodologia TBL onde o processo ensino-aprendizado ocorre através de estudo em grupo.

SUPORTE TECNOLÓGICO: Em termos de materiais de suporte, a Instituição fornece ao professor recursos audiovisuais e de informática para o desenvolvimento de suas atividades. A Instituição fornece ao docente os conteúdos dos programas digitalizados para apresentação em sala de aula. A ESAMC Sorocaba mantém em seu LMS Acadêmico (utilizamos o Blackboard) um espaço onde os professores podem depositar seus materiais, tornando-os disponíveis para os alunos. Ressaltamos que a ESAMC Sorocaba é uma escola que respeita os direitos autorais, sendo proibida a reprodução de livros.

3.9. ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

O Estágio Curricular supervisionado obedecerá às normas estabelecidas em Regulamento Interno próprio e legislação vigente. No âmbito da Instituição consideram-se Estágios Curriculares as atividades programadas que proporcionam, ao aluno, aprendizagem profissional, social e cultural, através da sua participação em atividades de trabalho em seu meio, vinculadas a sua área de formação acadêmico-profissional. O Estágio Curricular é obrigatório e se vincula diretamente à disciplina ou disciplinas do currículo pleno do respectivo curso de graduação. No âmbito da ESAMC, será considerado como Estágio Curricular supervisionado as atividades desenvolvidas que comprovem a carga horária prevista na matriz curricular do curso podendo ser divididas em quantos estágios o aluno desejar, desde que a carga

horária desenvolvida em cada estágio não seja inferior a 80 horas. Os alunos deverão apresentar os comprovantes de estágio, de acordo com os critérios adotados no regulamento interno de estágio da ESAMC, sob pena de não poder colar grau, em caso de não cumprimento do mesmo.

Abaixo, segue o texto que regulamenta a prática do estágio curricular no curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda:

CAPÍTULO XIV - DO ESTÁGIO

Seção I - DA DEFINIÇÃO

Art. 99. No âmbito da Instituição de Ensino considera-se Estágio o ato educativo acadêmico supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo dos discentes.

§ 1º. O Estágio faz parte do projeto pedagógico do curso, além de integrar o itinerário formativo do discente.

§ 2º. O Estágio visa ao aprendizado de competências próprias da atividade profissional e à contextualização curricular, objetivando o desenvolvimento do discente para a vida cidadã e para o trabalho.

§ 3º. O estágio poderá ser obrigatório ou não obrigatório, conforme determinação das diretrizes curriculares da etapa, modalidade e área de ensino e do projeto pedagógico do curso.

§ 4º. Os estágios dos alunos são orientados e supervisionados por funcionário do quadro de pessoal da parte concedente, com formação ou experiência profissional na área de conhecimento desenvolvida no curso do estagiário, e orientados por professor orientador da Faculdade ESAMC Campinas, como responsável pelo acompanhamento e avaliação das atividades do estagiário.

Art. 100. O Estágio Curricular obrigatório vincula-se diretamente à disciplina ou disciplinas do currículo do respectivo curso de graduação.

§ 1º O Estágio Curricular faz parte do projeto pedagógico do curso, integra o itinerário formativo do educando e será realizado em áreas específicas do curso e em organizações de livre escolha do aluno.

§ 2º O Estágio Curricular de cada curso possuirá regulamento próprio.

Art. 101. A realização do estágio dar-se-á mediante termo de compromisso celebrado entre o estudante, a parte concedente e a Faculdade ESAMC Campinas.

Art. 102. O estágio não cria vínculo empregatício de qualquer natureza entre o aluno e a instituição que recebe o estagiário, sendo que:

I - o estagiário poderá receber bolsa, ou outra forma de contraprestação que venha a ser acordada, sendo compulsória a sua concessão, bem como a do auxílio-transporte, na hipótese de estágio não obrigatório; II - o estudante deverá, em qualquer hipótese, estar segurado contra acidentes pessoais.

Art. 103. A jornada de atividade em estágio, a ser cumprida pelo estudante, deverá compatibilizar-se com o seu horário de atividades acadêmicas e com o horário da parte em que venha a ocorrer o estágio.

Parágrafo Único. Nos períodos de férias acadêmicas, a jornada de estágio será estabelecida de comum acordo entre o estagiário, a parte concedente do estágio e a Faculdade ESAMC Campinas.

Art. 104. O Estágio não obrigatório deverá ser registrado como atividade opcional, acrescida à carga horária regular e obrigatória, observada a legislação vigente.

Seção II - DOS CAMPOS DE ESTÁGIO

Art. 105. Constituem campos de Estágio as empresas, instituições de direito público e privado e a própria Faculdade.

Parágrafo Único: As empresas e instituições para se constituírem campo de Estágio deverão: a)

ser legalmente constituídas;

b) atuar, de forma inequívoca, na área de formação do estagiário;

c) dispor de profissional qualificado para acompanhamento, supervisão e avaliação do acadêmico;

e) dispor de recursos materiais e técnicos que possam ser utilizados pelo acadêmico no desenvolvimento das atividades previstas no Estágio.

Seção III - DA DURAÇÃO DE CARGA HORÁRIA DO ESTÁGIO CURRICULAR

Art. 106. No âmbito da ESAMC a carga horária de Estágio Curricular em campos de Estágio pode ser dividida, desde que seja requerido pelo aluno, observado o que dispõe o projeto pedagógico do curso, deferido pela Coordenação de Curso e a carga horária a ser desenvolvida não seja inferior a 80 horas.

§1º A carga horária semanal prevista para o Estágio Curricular obrigatório será de, no máximo 30 horas, sem prejuízo do cumprimento das atividades acadêmicas pelo estagiário.

§2º A carga horária do Estágio curricular obrigatório será analisada juntamente com as demais informações de Estágio no momento da validação do Plano de Estágio.

Seção IV - DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DOS ESTÁGIOS

Art. 107. A coordenação geral dos Estágios Curriculares obrigatórios será realizada pelo Diretor Acadêmico da Instituição de Ensino , que possuirá as seguintes atribuições:

- I - articular-se com outros órgãos da Faculdade para firmar convênios e tratar assuntos gerais relativos a Estágios;
- II - analisar e conferir a documentação dos acadêmicos e do campo de Estágio;
- III - aprovar a definição de professores do curso orientadores de estágio e acompanhar as atividades de estágio desenvolvidas em cada curso ofertado, juntamente com os coordenadores de curso;
- IV - orientar o acadêmico sobre a necessidade do estágio curricular e apresentação de documentos comprobatórios desta atividade.

Seção V - DAS BOLSAS DE ESTÁGIO

Art. 108. As Bolsas de Estágios constituem-se auxílio financeiro concedido pelas instituições que oferecem campos de Estágio aos acadêmicos dos cursos regulares da Faculdade ESAMC Campinas, com período e valor fixado em Termo de Compromisso, denotando consentimento de ambas as partes.

Seção VI - DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

Art. 109. Para a conclusão do curso, a cada aluno é obrigatória a integralização da carga horária total dos estágios prevista no currículo do curso, nela podendo-se incluir as horas destinadas ao planejamento e orientação paralela a avaliação das atividades.

3.10. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC

O Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda deverá atender ao disposto no Manual de Normatização de Projetos Finais da ESAMC. As atividades serão acompanhadas por

consultorias de Professor Orientador, pesquisas doutrinárias, jurisprudenciais e de campo, além de elaboração dos fichamentos que darão origem ao trabalho propriamente dito.

O aluno deve comparecer em todas as reuniões de consultoria preparado com as dúvidas e o andamento do projeto, conforme o cronograma apresentado, afim de que seja avaliado o andamento do trabalho na linha do tempo e a propriedade de sua execução. Deve-se ter, em princípio, o questionamento do porquê (razões) se está produzindo o trabalho em curso, assegurando sua objetividade e aplicação. Considerando-se o tempo necessário para a elaboração do trabalho e o conhecimento específico a ser produzido, sugere-se que o aluno escolha um tema que será útil em sua vida profissional ou pessoal, outrossim, o aluno deve ponderar a disponibilidade de fontes para consulta.

É extremamente importante que o papel do aluno seja ativo, pois o Curso de Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda exige uma elevada parcela de dedicação e de corresponsabilidade do aluno no processo ensino-aprendizagem.

4. APOIO AO DISCENTE

4.1. APOIO PSICOPEDAGÓGICO AO DISCENTE

Com o objetivo de atender o discente que apresentar qualquer deficiência que atrapalhe o seu desempenho/aprendizagem, bem como dúvidas sobre a escolha vocacional, e outros problemas (drogas, moradia, família etc.), a Instituição coloca à disposição dos alunos, professores da área de psicologia para atendê-los. A Instituição administra este acompanhamento através da Secretaria Geral, onde o aluno deverá fazer o agendamento de horário.

4.2. PARTICIPAÇÃO DISCENTE EM PROGRAMAS DE INTERCÂMBIO

A ESAMC possui algumas parcerias internacionais, que são:

- Europa e China:
 - o Exemplos disso são as parcerias com o Santander Universidade e com Centro de Intercâmbio Econômico e Comercial Brasil China – CIECBC.
- A NAU, *National American University* é considerada uma das principais escolas de negócios dos Estados Unidos e possui parcerias com instituições de vários países como Japão, Grécia, Malásia, Índia, Emirados Árabes, República Tcheca, Chile e Bolívia;
- A Universidade de Barcelona é uma das mais tradicionais e respeitadas instituições de ensino superior em todo o mundo. Possui 555 anos de vida e sua trajetória está intimamente ligada à história de Barcelona e da Catalunha.
- Braca Karic University, na Serbia e Montenegro;

- Escuela Universitaria de Turismo EUT CETA, Barcelona, Espanha.

4.3. PROGRAMA DE MONITORIA

Sob a orientação e responsabilidade do professor da disciplina, cabe ao Monitor: auxiliar o professor nas tarefas didáticas, incluindo na preparação de aulas; ajudar o professor na aplicação de exercícios; auxiliar alunos com mais dificuldade em conteúdo específico da disciplina; facilitar o relacionamento entre os professores e os alunos na execução das atividades didáticas. É vedado ao Monitor realizar tarefas de responsabilidade do professor ou que venham a descaracterizar os objetivos da monitoria. A solicitação de Monitoria é feita pelo professor ao Coordenador do Curso, justificando a sua necessidade, a quantidade de monitores necessária e apresentando um plano de atividades de monitoria. O Coordenador avaliará as condições para sua concessão. Uma vez autorizada, a vaga será divulgada entre os alunos do curso incluindo: período e atividades a serem desenvolvidas no semestre. O processo de seleção será realizado pelo Coordenador ou pessoa designada por ele. O(s) Monitor(es) escolhidos podem exercer suas atividades até um total limite de 12 (doze) horas semanais, sem prejuízo de suas atividades didáticas.

As horas de monitoria serão atribuídas integralmente como créditos de Atividade Complementar. A monitoria, como atividade formativa de ensino, é voluntária e não gerará, em hipótese alguma, qualquer vínculo empregatício.

4.4. PROGRAMAS DE BOLSAS À DISPOSIÇÃO NO CURSO

1. PROUNI– Programa Universidade para Todos -<http://prouni.mec.gov.br/prouni>.
2. FIES
3. Bolsas para funcionários, professores e dependentes.

4.5. APOIO À PROMOÇÃO DE EVENTOS

A ESAMC Sorocaba apoia a realização de eventos propostos e executados por discentes sob a orientação dos docentes com a disponibilidade de espaços, equipamentos, pessoal de apoio e meios de divulgação.

- Palestras sobre o tema.
- Desafios entre alunos.
- Maratona Esamc
- Connect ESAMC
- Midia Point

4.6. FORMAS DE ACESSO AO CURSO

As formas de ingresso na Instituição se dão através:

I -tenha Curso de Ensino médio ou equivalente concluído e que tenha sido classificado em processo seletivo da ESAMC Sorocaba;

II- Portadores (as) de diploma de Ensino Superior, devidamente registrado desde que haja vagas abertas, após o encerramento das matrículas dos (as) selecionados (as) e após processo seletivo;

III - Através do processo seletivo do PROUNI;

IV- Vinculados (as) a outras Instituições, através do processo de transferência, desde que haja vaga do processo seletivo (vestibular).

V - Através do processo seletivo do Fies

VI – Através do Resultado do ENEM, se houver vaga.

5. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO CURSO

O projeto pedagógico do curso de graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda passa regularmente por avaliação, assegurando o alcance do objetivo de contribuir para a reformulação e o enriquecimento da proposta curricular inicialmente elaborada. Para tanto, juntamente ao NDE e participação do Colegiado do Curso, realiza-se sessões de estudo e planejamento, observando as seguintes dimensões: Organização didático-pedagógico, Corpo docente e Instalações.

Em cada dimensão ocorre o desdobramento de indicadores, com o propósito de obter informações necessárias para a avaliação global do PPC e a tomada de decisões.

Ações decorrentes dos processos de avaliação do projeto do curso

Para oferecer subsídios para a melhoria contínua da prática pedagógica são utilizados os seguintes instrumentos:

1. Relatório do ENADE sobre o desempenho global dos alunos.
2. Relatório da CPA (Auto Avaliação).
3. Relatório de Avaliação Externa – (Avaliação do MEC in loco).
4. Avaliação do Perfil do Egresso.
5. Avaliação dos Eixos de Conhecimento.

5.1. RELATÓRIO DO ENADE SOBRE O DESEMPENHO GLOBAL DOS ALUNOS

Em relação ao ENADE - Exame Nacional do Desempenho Estudantil, a instituição tem como prática, em seus diversos cursos, a análise das provas e a avaliação da cobertura e profundidades dos itens que foram avaliados, para verificar se estão ou não contemplados no plano de ensino das disciplinas. No caso dos itens contemplados, eles são incorporados nas disciplinas as quais tem aderência. Após a divulgação do desempenho dos alunos nas provas, procede-se a análise do desempenho deles. Verificando-se, sobretudo, onde o desempenho foi mais fraco (conteúdo geral, específico, questões dissertativas, etc.) observa-se ainda que nível de aprendizado e competências foi exigido (conhecimento, compreensão, análise, aplicação, etc.) as conclusões servem para orientar os professores nas habilidades que devem desenvolver em seus alunos em cada disciplina.

5.2. RELATÓRIO DA CPA – AUTO AVALIAÇÃO

O Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda participa do processo de avaliação pedagógica em conformidade com o sistema de avaliação institucional da Faculdade ESAMC Sorocaba.

A avaliação interna da CPA tem como objetivos principais:

- Traçar o perfil de qualidade acadêmica, através do levantamento de informações e elaboração de indicadores de desempenho da faculdade, dos cursos, em particular do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda.
- Aferir potencialidades e pontos frágeis de atuação dos diferentes segmentos da instituição, contribuindo, assim, para a necessária reflexão crítica de suas ações;
- Contribuir para a adoção de medidas com vista à mudança de rumos e ao aprimoramento do trabalho acadêmico.

Através da dimensão 2, é possível observar alguns parâmetros de avaliação do curso, conforme segue:

DIMENSÃO 2 - ENSINO E EXTENSÃO

2.1. ENSINO

- Concepção de currículo e organização didático-pedagógica (métodos, metodologias, planos de ensino e de aprendizagem e avaliação da aprendizagem) de acordo com os fins da Instituição, as diretrizes curriculares e a inovação da área;
- Práticas Pedagógicas;

- Pertinência dos currículos (concepção e prática), tendo em vista os objetivos institucionais, as demandas sociais (científicas, econômicas, culturais) e as necessidades individuais;
- Práticas Institucionais que estimulam a melhoria do ensino, a formação docente, o apoio ao estudante, a interdisciplinaridade, as inovações didático-pedagógicas e o uso das novas tecnologias no ensino.

2.2. A EXTENSÃO

- Concepção de extensão e de intervenção social afirmada no PDI;
- Articulação das atividades de extensão com o ensino e a pesquisa e com as necessidades e demandas do entorno social;
- Participação dos estudantes nas ações de extensão e intervenção social e o respectivo impacto em sua formação.

O Resultado da avaliação de todas essas dimensões tem oferecido um quadro detalhado da instituição e do curso, permitindo que sejam estabelecidas metas a serem alcançadas nas diversas áreas, sobretudo nas dimensões de ensino e extensão, como explicitado na dimensão 2 do auto avaliação institucional.

Incluindo:

- Melhorias na concepção do currículo e da organização didático pedagógica, suas práticas e metodologias;
- Formação docente, através do desenvolvimento de “academias de professores”
- Inovações didático pedagógicas e uso das tecnologias de ensino;
- Apoio discente;
- Articulação de atividades de ensino, extensão e intervenção social.

5.3. RELATÓRIO AVALIAÇÃO EXTERNA – AVALIAÇÃO DO MEC IN LOCO

Na avaliação externa são verificadas a organização didático pedagógica, corpo docente e infraestrutura e se as mesmas estão de acordo com os padrões qualidade exigidos pelo INEP/MEC. O Relatório de avaliação externa reproduz um “retrato” do curso, isto é, nos mostra quais são os pontos que acertamos e quais os que precisamos melhorar. Este relatório é apreciado pelo NDE e colegiado do Curso e caso ajam pontos que devemos melhorar e/ou recomendações sugeridas pela Comissão de Especialistas, as mesmas entram na pauta de discussões em reuniões de estudo destes órgãos, tendo como objetivo melhorar constantemente o projeto e as práticas pedagógicas do curso.

5.4. AVALIAÇÃO ATRAVÉS DE PESQUISA – PESQUISA ESAMC

Com o objetivo de acompanhamento do egresso a ESAMC Sorocaba realizará, anualmente, uma pesquisa de acompanhamento, a partir da formação da primeira turma nos cursos de graduação.

A pesquisa de egresso tem como objetivos traçar o perfil do estudante recém-formado, obter indicadores acerca do mercado de trabalho e subsidiar informações que possibilitem adequação dos cursos de graduação da Instituição.

A partir da análise dos resultados obtidos e a comparação das possíveis diferenças, reflexo das mudanças do mercado, a ESAMC Sorocaba poderá promover melhorias para manter a qualidade de seus cursos, através de adaptações e aperfeiçoamento de suas estruturas curriculares.

Este estudo possibilitará uma avaliação do curso pelo egresso. Desta forma, a avaliação externa, ao mesmo tempo serve para repensar as bases da atividade de ensino e para a elaboração de um plano de ação de curto e médio prazo, tendo em vista que este projeto acompanhará ano a ano os egressos.

5.5. AVALIAÇÃO DOS EIXOS DE CONHECIMENTO

Como dito, a Matriz Curricular do Curso está organizada por eixos de conhecimento. Os eixos são frequentemente avaliados pelo NDE que consulta os professores do Curso como forma de atualizar e alinhar, semestralmente, os conteúdos, objetivos, demanda de tempo e processo avaliativo de cada disciplina de seu eixo.

Esse processo é feito através de uma ficha de *feedback* encaminhada semestralmente, em abril e agosto, para todos os professores.

O NDE alinha as adaptações e adequações que porventura tenham sido identificadas junto aos seus professores.

De posse desses *feedbacks*, é atualizado o plano de ensino de cada disciplina no que consiste aos temas a serem cobertos, habilidades e competências que deverão ser desenvolvidas e forma de avaliação.

Esse plano de ensino serve como base para o desenvolvimento do programa da disciplina, onde constam seus objetivos, ementas, bibliografias e, em muitos casos, material de apresentação, exercícios, experimentos e preparação prévia que o aluno deverá desenvolver para cada módulo da disciplina. Vale ressaltar que o processo avaliativo tem grande importância no modelo pedagógico dos cursos da ESAMC Sorocaba.

Assim, em alguns eixos são realizadas as chamadas “provas de eixo”.

6. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

A tecnologia de informação tem sido instrumento de apoio essencial à aplicação do modelo pedagógico da Instituição. Além de ser extremamente importante para a prática acadêmica dos alunos, também realiza todo o suporte necessário para o corpo financeiro e administrativo da instituição. Através dos sistemas de informação também, que alunos realizam as suas principais solicitações perante a faculdade e conseguimos manter um histórico de todos os problemas que os alunos enfrentam ao longo da sua Graduação, para melhorar os nossos processos internos. Para entregar aos nossos discentes uma experiência acadêmica completa, desde a parte acadêmica, até o atendimento ao aluno, a ESAMC Sorocaba possui dois grandes sistemas: Blackboard e o SAAF.

Logo que a ESAMC Sorocaba nasceu, teve grandes dificuldades em encontrar um fornecedor de sistemas de informação que entregasse todas as funcionalidades necessárias para manter a Instituição em andamento. Por isso, foi desenvolvida uma plataforma própria (SAAF) que integra todo o sistema de gerenciamento de secretaria, financeiro, biblioteca e pedagógico. A parte de material de apoio de aula, também fazia parte desse sistema.

6.1. LMS

A tecnologia do Blackboard ajuda a tornar o aprendizado mais eficaz dentro e fora de sala de aula, as ferramentas do sistema possibilitam que:

- Academia Virtual ESAMC - O Método do Caso
- Arquivos em geral
- Calendário Escolar
- Disciplinas x Coordenadores de Disciplina
- Manual Acadêmico
- Material de Apoio para Calouros
- Pasta de Professores
- Pasta dos Programas das Unidades
- Central de Cases

Foi inserido no Blackboard a realização de provas online, com um banco de questões randômico. Essas provas serão parte das preparações prévias dos alunos.

6.2. ERP

O sistema de ERP faz parte de todos os processos da faculdade, desde a área Financeira, Secretaria, Acadêmica e Biblioteca. O acesso ao aluno do SAAF é através desse portal ele consegue realizar os itens abaixo:

- Biblioteca: boletos
- Grade de Horários
- Dados Cadastrais
- Mural de Vagas
- Rematrícula Online
- Segunda via de boleto
- Visualização de notas e faltas

7. AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM

A avaliação do Processo Ensino-Aprendizagem é realizada através dos pontos abaixo:

1. Avaliação do Desempenho Acadêmico
2. Provas de Eixo
3. Preparação Prévia (Estudo Individualizado)
4. Avaliação da Atividade Docente
- 5.

DESCRIÇÃO	Peso	Periodicidade
Avaliação do Desempenho Acadêmico	40%	Mensal
Provas de Eixo	30%	Semestral
Preparação Prévia (Estudo Individualizado)	30%	Quinzenal
(**) Avaliação da Atividade Docente		

7.1. AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO ACADÊMICO

As avaliações devem medir o desempenho dos alunos frente aos objetivos traçados nas atividades de ensino-aprendizagem. A boa avaliação atribui uma boa pontuação ao bom desempenho, e uma pontuação ruim ao mau desempenho. Fundamentalmente, o valor do instrumento de avaliação encontra-se no seu poder de discriminar estes dois pontos. Para conseguir um mínimo de objetividade e eficiência nestes instrumentos, algumas regras deverão ser observadas, previstas no Título IV – Do Regime Acadêmico, Capítulo XIII – Da Avaliação e do desempenho Acadêmico, conforme descrito abaixo:

CAPÍTULO XIII - DA AVALIAÇÃO E DO DESEMPENHO ACADÊMICO

Art. 95 - A avaliação do desempenho escolar será feita mediante elementos que comprovem, simultaneamente, assiduidade e aproveitamento.

Art. 96 - A frequência às aulas e demais atividades será obrigatória, sendo vedado o abono de faltas.

§ 1º - Independentemente dos demais resultados obtidos, será considerado reprovado na disciplina o aluno que não obtiver frequência de, no mínimo, setenta e cinco por cento das aulas e demais atividades.

§ 2º - A verificação e registro de frequência serão de responsabilidade do professor e seu controle, para efeito do parágrafo anterior, da Secretaria Geral.

Art. 97 - O aproveitamento escolar será avaliado através do acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtidos nos exercícios escolares.

§ 1º - Compete ao professor da disciplina elaborar provas, aplicá-las e determinar os demais trabalhos, bem como efetuar a avaliação, decidindo pela aprovação ou reprovação do aluno, respeitados os termos da regulamentação interna, mormente os planos de ensino das disciplinas.

§ 2º - O número de avaliações por período e sua natureza serão definidos nos planos de ensino das disciplinas.

§ 3º - É vedada a avaliação exclusivamente grupal, tanto quanto por instrumento único, exceto no trabalho de conclusão de curso.

Art. 98 - Atribuir-se-á nota zero ao aluno que deixar de se submeter à verificação de aproveitamento, prevista na data fixada, bem como àquele que utilizar meio fraudulento.

§ 1º - Ao aluno que deixar de comparecer à verificação de aproveitamento, por motivo justo, na data estabelecida, terá direito a avaliação substitutiva, conforme indicação nos planos de ensino das disciplinas, mediante requerimento, respeitando-se as datas previstas no calendário escolar.

§ 2º - As avaliações substitutivas serão cobradas à parte, conforme regulamento financeiro da ESAMC Sorocaba.

§ 3º - Fica vedada a concessão de mais de uma avaliação substitutiva por disciplina, no mesmo semestre letivo.

§ 4º - A avaliação substitutiva não será permitida para substituição de nota.

§ 5º O instituto da avaliação substitutiva aplica-se a provas realizadas na ESAMC Sorocaba, nos horários de aula, não se aplicando a trabalhos a serem efetuados fora da aula e entregues ao professor.

§ 6º - O aluno que reprovar em três ou mais disciplinas do mesmo semestre deverá retornar para o semestre de reprova.

Art. 99 - Fica vedada a aplicação de avaliação escrita ou oral para a recuperação de notas ao final do período letivo.

Art. 100 - Atendida em qualquer caso a frequência mínima de setenta e cinco por cento às aulas e demais atividades escolares, o aluno será aprovado se obtiver média igual ou superior a sete nos trabalhos e provas do período letivo, de acordo com normatização referente à avaliação discente.

Art. 101 - 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 estabelecidas pelo Sistema Federal de Ensino.

§ 1º - A solicitação desse expediente só será permitida após a comprovação documental justificativa do pedido, deferida pelo Coordenador do Curso e/ou pelo Diretor Acadêmico.

§ 2º - Em nenhuma hipótese este expediente poderá ser utilizado por aluno reprovado na disciplina. § 3º - Os custos de construção de instrumento de avaliação e/ou constituição de banca examinadora não estão inclusos na mensalidade e serão cobrados conforme regulamento financeiro da Instituição.

7.2. PROVAS DE EIXO

Provas de Eixo são provas que avaliam cumulativamente o conhecimento apreendido no eixo. São preparadas e aplicadas no mesmo dia e horários para todos os alunos que estejam cursando aquela disciplina de fechamento de eixo. O resultado dessas avaliações é utilizado para verificar o desempenho dos alunos do

curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, assim como dos demais cursos e das diversas Faculdades ESAMC e necessidades de adequação, correção ou reforço de conteúdo.

As notas de prova de eixo compõem parte da média da disciplina que fecha o eixo. Ela tem um peso entre 20 e 30% da nota.

7.3. PREPARAÇÃO PRÉVIA

Ainda dentro do contexto de avaliação continuada, parte da nota dos alunos nas disciplinas, depende da realização do que chamamos “Preparação Prévia”, um tipo de estudo individualizado e que deve ser realizado como atividade pré-aula, conforme já citado anteriormente, tem como objetivos: ampliar tempo de estudo do aluno; permitir que ele aprenda no seu tempo e do seu modo; mudar papel do professor que passa a ser condutor, mediador, motivador; aproveitar melhor o tempo da aula para que o aluno possa participar e tirar dela o melhor.

As questões desse estudo individualizado avaliam a habilidade do Estudante em recordar, definir, reconhecer ou identificar informação específica, a partir de situações de aprendizagem anteriores e em demonstrar compreensão pela informação, sendo capaz de reproduzir a mesma por ideias e palavras próprias.

7.4. AVALIAÇÃO DA ATIVIDADE DOCENTE - CPA

O Sistema de Avaliação da Atividade Docente tem como objetivos:

- Promover melhorias contínuas na atividade de ensino-aprendizagem;
- Criar indicadores para as atividades acadêmicas para nosso monitoramento, de maneira a permitir o gerenciamento das atividades pelo coordenador do curso;
- Abrir um diálogo entre o professor, o coordenador do curso e a direção da Instituição, sobre os problemas da atividade de ensino-aprendizagem.

O Sistema de Avaliação da Atividade Docente é composto de 2 instrumentos:

- Avaliação dos cursos e do docente pelo aluno;
- Avaliação do desempenho docente participativa entre o coordenador e docente;

O sistema de avaliação da Atividade Docente contempla as seguintes características desejáveis:

- Autodesenvolvimento;
- Criação de conhecimento;
- Dedicção à profissão docente;
- Eficácia;
- Melhoria permanente dos cursos;

- Trabalho em equipe.

Os procedimentos para a avaliação são os seguintes:

- A avaliação semestral;
- Cada aluno avalia cada um dos seus professores no semestre;
- A planilha de avaliação é preenchida via Internet;
- Os dados são tabulados e distribuídos para o coordenador do curso pela CPA, e, este preparar uma opinião individual para seus professores;
- O professor deverá preparar a avaliação do curso, a avaliação da turma e a auto avaliação do desempenho em prazos e datas estipulados pela direção da Instituição, utilizando-se de instrumentos apropriados;
- O coordenador do curso deverá avaliar o desempenho dos professores utilizando-se do instrumento de avaliação apropriado;
- O coordenador do curso, ou pessoa por ele designada, deverá reunir-se com o professor, discutir as avaliações de desempenho individuais, a avaliação feita pelos alunos, as avaliações do curso e da turma, e traçarem juntos o Plano de Ação para o próximo período;
- O coordenador do curso deverá avaliar, juntamente com os professores, quais são as turmas cujos problemas devam ser trazidos para discussão;
- O coordenador do curso trará para discussão os principais problemas de seus professores, de forma sintética, para que os problemas possam ser trabalhados de maneira sistêmica, como demandas de capacitação e aperfeiçoamento profissionais, ajustes de recursos, problemas com alunos, e outros.
- Após cada processo de avaliação o coordenador do curso deverá preparar um relatório sucinto (uma página), relatando problemas e sugestões de melhorias no próprio processo de avaliação, visando aperfeiçoá-lo e encaminhar a CPA para acompanhamento.

8. CORPO DOCENTE E TUTORIAL

8.1. NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE)

O NDE do Curso de Comunicação Social com Habilitação é formado por um conjunto de 5 (cinco) docentes do curso, titulados e contratados em regime de tempo integral ou parcial e responde mais diretamente pela concepção, implementação e consolidação do Projeto pedagógico do Curso, conforme Resolução CONAES No- 1, de 17/06/2010 e Regulamento Interno próprio.

Composição Núcleo Docente Estruturante :

DOCENTE	TITULAÇÃO	REGIME DE TRABALHO
Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres	mestre	Integral
Fernando Simone Sales	Especialista	Parcial
Mário Sérgio Augusto da Graças	Mestre	Parcial
Elson Mokei Yabiku	Mestre	Integral
Silvio Luiz Sant'Anna	Doutor	Integral

8.2. COORDENADOR DO CURSO

8.2.1. BREVE DESCRIÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO

O coordenador do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda é a Prof. Ms. Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres. Atualmente a professora dedica de 40 horas para a coordenação do curso em regime de trabalho integral.

Coordenadora do Curso

Mestre em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo, bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela PUC Campinas, especialista em Marketing pela ESPM, experiência adquirida em empresas e agências de propaganda atuando nas áreas de marketing e comunicação em empresas como People Computação, Uniodonto e Carrefour. Atuou no desenvolvimento de planejamentos de marketing, de comunicação, promoção e mídia, bem como no acompanhamento de ações promocionais e realização de eventos, feiras e workshop. Consultora do Projeto de Capacitação do Comércio Varejista do Sebrae. Consultora de Marketing e Comunicação atendendo clientes como Gevisa (do grupo GE), Uniodonto Campinas, Anglo Sorocaba, Konsulfree, entre outros.

Professora universitária desde 1999, lecionando na graduação da Universidade Paulista e da Faculdade de Valinhos, na graduação e no MBA da Metrocamp/Grupo IBMEC. Foi coordenadora dos cursos de Pós Graduação da Metrocamp MBA Gestão Estratégica de Marketing e MBC Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica entre 2005 a 2013. Atualmente é professora, orientadora e avaliadora dos TCCs de graduação e do MBA ESAMC, orientadora e coordenadora dos curso de Publicidade e Propaganda da ESAMC Sorocaba.

8.2.2. ATUAÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO

I - Gestão do Curso

A Coordenação do Curso é exercida por um professor, indicado pelo Diretor Acadêmico através de portaria interna para orientar e acompanhar o estudante desde o ingresso na Instituição até a sua formatura. As competências do Coordenador de Graduação da FACULDADE ESAMC Sorocaba foram fixadas pelo Regimento Interno, conforme seção VII, copiada abaixo:

Seção III - DA COORDENAÇÃO DO CURSO

Seção VII – DA COORDENAÇÃO DO CURSO

Art. 24 - O Coordenador do Curso será responsável pela coordenação acadêmica e técnicopedagógica do curso a ele vinculado.

Art. 25 - O Coordenador do Curso será indicado pelo Diretor Acadêmico, para mandatos por tempo indeterminado.

Art. 26 - O Coordenador do Curso responsabilizar-se-á pela qualidade e eficácia do curso.

Art. 27 - Compete ao Coordenador do Curso:

- I. presidir as reuniões do Colegiado do Curso;
- II. propor à Diretoria Acadêmica medidas visando ao aprimoramento constante da qualificação do corpo docente;
- III. dirimir dúvidas e resolver eventuais conflitos na docência e com os demais colaboradores, em sua área de atuação;
- IV. propor para discussão da Diretoria Acadêmica da Faculdade ESAMC Sorocaba medidas necessárias visando assegurar um processo contínuo de melhoria de ensino-aprendizagem;
- V. cumprir e fazer cumprir todas as determinações emanadas dos órgãos superiores;
- VI. sugerir modificações para o currículo pleno dos cursos em atividade na ESAMC Sorocaba, encaminhando-as à Diretoria Acadêmica;
- VII. sugerir normas de funcionamento dos estágios curriculares;
- VIII. sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e desenvolvimento das atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba, bem como opinar sobre assuntos pertinentes que lhe sejam submetidos pelo Diretor Acadêmico;
- IX. sugerir a contratação e dispensa de pessoal docente;
- X. exercer as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei e neste Regimento.
- XI. apoiar a coordenação de Eixo para seleção, contratação e dispensa de docentes;

- XII.** apoiar a coordenação de Eixo na definição de docentes para grade do curso e atribuição de aula; **XIII.** estimular e controlar a participação dos docentes em programas de capacitação ofertados pela ESAMC Sorocaba;
- XIV.** participar de reuniões regulares com coordenadores de eixo e com os docentes do curso; **XV.** atender o corpo docente em suas demandas cotidianas e orientações pedagógicas/ acadêmicas e atender a futuros alunos;
- XVI.** apoiar o coordenador de eixo na apresentação dos resultados de avaliação institucional, prestando esclarecimento de situações apontadas;
- XVII.** apoiar o coordenador de eixo na apresentação de melhorias e novas ações da Faculdade Esamc Sorocaba;
- XVIII.** exercer as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei e atribuídas pelas Diretorias da ESAMC Sorocaba e neste Regimento.

8.3. CORPO DOCENTE

8.3.1. TABELA DE TITULAÇÃO DO DOCENTE

9. Docente	CPF	Titulação
Alexandre Henrique Batista	177.209.148-05	Especialista
Anderson Fávero Rodrigues	334.929.538-08	Mestre
André Fernando Luvizotto	337.973.328-82	Especialista
Angelo Pêpe Agulha	033.820.588-80	Mestre
Ariane Andréia Teixeira Toubia	301.175.978-21	Mestre
Bruna Assaf	325.650.938-02	Especialista
Carla Giuliani	031.594.918-03	Mestre
Elson Mokei Yabiku	149.683.508-56	Mestre
Fellipe de Andrade Abreu e Lima	030.717.164-78	Doutor
Fernando Simone Sales	156.614.428-07	Especialista
Jose Antonio de Souza	843.854.727-34	Mestre
Ligia Maria Winter	221.991.948-09	Doutor
Lucas Factor Feliciano	310.291.998-76	Mestre

Luiz Buriel Junior	647.293.038-49	Especialista
Manoel Messias Marin Videira	045.910.558-25	Especialista
Marcos Tarcisio Marra	093.573.848-71	Especialista
Maria Angela de Oliveira Oliveira	040.549.778-47	Doutor
Mário Sérgio Augusto da Graças	954.733.788-20	Mestre
Mauricio Luís Marra	134.402.108-55	Mestre
Olavo Henrique Pudenci Furtado	120.690.168-38	Doutor
Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres	155.798.888-99	Mestre
Sandro Cristóvão Vidotto	049.038.358-04	Mestre
Sérgio Nagib Sabbag	011.318.218-07	Doutor
Silvio Luiz Sant'Anna	063.383.758-00	Doutor
Valdinei Castelan	040.741.708.76	Mestre
Valter César Calis	074.307.818-70	Especialista
Viviane Gonsales Pimenta	249.781.048-66	Mestre

9.1.1. TABELA DE REGIME DE TRABALHO DO DOCENTE

10. Docente	CPF	Regime
Alexandre Henrique Batista	177.209.148-05	Horista
Anderson Fávero Rodrigues	334.929.538-08	Parcial
André Fernando Luvizotto	337.973.328-82	Parcial
Angelo Pêpe Agulha	033.820.588-80	Integral
Ariane Andréia Teixeira Toubia	301.175.978-21	Parcial
Bruna Assaf	325.650.938-02	Parcial
Carla Giuliani	031.594.918-03	Integral
Elson Mokei Yabiku	149.683.508-56	Parcial
Fellipe de Andrade Abreu e Lima	030.717.164-78	Horista
Fernando Simone Sales	156.614.428-07	Parcial

Jose Antonio de Souza	843.854.727-34	Horista
Ligia Maria Winter	221.991.948-09	Parcial
Lucas Factor Feliciano	310.291.998-76	Integral
Luiz Buriel Junior	647.293.038-49	Integral
Manoel Messias Marin Videira	045.910.558-25	Parcial
Marcos Tarcisio Marra	093.573.848-71	Parcial
Maria Angela de Oliveira Oliveira	040.549.778-47	Horista
Mário Sérgio Augusto da Graças	954.733.788-20	Parcial
Mauricio Luís Marra	134.402.108-55	Integral
Olavo Henrique Pudenci Furtado	120.690.168-38	Parcial
Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres	155.798.888-99	Integral
Sandro Cristóvão Vidotto	049.038.358-04	Integral
Sérgio Nagib Sabbag	011.318.218-07	Parcial
Silvio Luiz Sant'Anna	063.383.758-00	Integral
Valdinei Castelan	040.741.708.76	Parcial
Valter César Calis	074.307.818-70	Parcial
Viviane Gonsales Pimenta	249.781.048-66	Integral

10.1. COLEGIADO

10.1.1. MEMBROS DO COLEGIADO

11. A Composição do Colegiado atende ao disposto da legislação Vigente

11.1.1. ATUAÇÃO DO COLEGIADO NO CURSO

A atuação do colegiado no curso está prevista no regimento escolar, na Seção V – do Colegiado dos cursos, conforme descrito abaixo:

Seção V - DO COLEGIADO DOS CURSOS

Art. 15 - O Colegiado dos Cursos de Graduação, órgãos deliberativos e consultivos, tem por objetivo promover amplo diálogo e integração dos educadores com os discentes, numa estreita colaboração em benefício do educando, visando ao aprimoramento de sua formação intelectual, cultural e moral e auxiliando a Direção Acadêmica em defesa da qualidade do ensino e da coerência com a proposta da ESAMC Sorocaba e sua prática pedagógica.

Parágrafo único: Os colegiados dos Cursos de Graduação funcionarão como órgão de apoio à Direção Acadêmica, Corpo Docente e Discente, em assuntos relacionados à conduta, métodos de ensino e critérios de avaliação, efetivando de modo constante e cooperativo a aproximação dos interesses das partes neles representadas.

Art. 16 - O colegiado de cada curso de graduação será composto por 2 (dois) membros permanentes e 3 (três) membros efetivos eleitos, quais sejam: **I.**

Como membros permanentes:

a) coordenador do curso, seu presidente;

b) assessor pedagógico, como seu secretário; **II.** Como membros efetivos eleitos:

a) 2 (dois) representantes do corpo docente do curso;

b) 1 (um) representante do corpo discente do curso.

Parágrafo único: Os membros efetivos eleitos terão mandato de 1 (um) ano de duração, com direito a recondução.

Art. 17 - São Atribuições dos Colegiados dos Cursos:

- I. sugerir quanto ao perfil do curso e diretrizes gerais das disciplinas, com suas ementas e respectivos programas;

- II. sugerir quanto à estrutura curricular do curso e suas alterações, com a indicação das disciplinas e respectivas cargas-horárias, encaminhando à aprovação do Diretor Acadêmico e homologação do Vice-Presidente Acadêmico;
- III. discutir temas ligados à educação e ao ensino a partir da realidade vivida na ESAMC Sorocaba, constatada por docentes e discentes, e encaminhar suas sugestões à Diretoria Acadêmica;
- IV. exercer outras atividades de sua competência ou que lhe forem delegadas pelo Conselho Acadêmico.

Art. 18 - O colegiado de cada curso reunir-se-á ordinariamente uma vez em cada semestre letivo e extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação de seu presidente.

§ 1º - Todos os membros têm direito a voto, cabendo ao Coordenador do Curso o de qualidade, sendo vedados votos por procuração.

§ 2º - Salvo motivo de força maior, os membros do Colegiado do Curso serão convocados com antecedência mínima de vinte e quatro horas, recebendo previamente a pauta dos trabalhos a serem analisados.

§ 3º - As reuniões do colegiado de cada curso deverão ser abertas, com no mínimo, a presença de 3 (três) de seus membros, sempre com a presença do presidente do colegiado ou de seu substituto.

§ 4º - De todas as sessões realizadas, serão lavradas atas em livro próprio, pelo secretário do colegiado do curso respectivo.

Art. 19 - Doravante os Colegiados dos Cursos serão ouvidos pela Diretoria Acadêmica nos assuntos relacionados com recursos didático-pedagógicos, critérios de avaliação e conteúdos dos planos de ensino, e outros assuntos pertinentes ao processo de ensino-aprendizagem.

11.2. PRODUÇÃO CIENTÍFICA

Docente	CPF	Artigos public. periódicos na área	Artigos public. periódicos em outras áreas	Livros ou capítulos publicados na área	Livros ou capítulos publicados em outras áreas	Trabalhos publicados em anais (completos)	Trabalhos publicados em anais (resumos)	Traduções de livros, capítulos de livros ou artigos publicados	Propriedade intelectual depositada	Propriedade intelectual registrada	Projetos e/ou produções técnicas artísticas e culturais	Produção didático-pedagógica relevante, publicada ou não
Alexandre Henrique Batista	177.209.148-05											
Anderson Fávero Rodrigues	334.920.538-08	3		1							6	
André Fernando Luvizotto	337.973.328-82		3									
Angelo Pêpe Agulha	033.820.588-80		2								3	
Ariane Andréia Teixeira Toubia	301.175.078-21		1	2							2	
Bruna Assaf	325.650.038-02											
Carla Giuliani	031.594.918-03		1									
Elson Mokei Yabiku	149.683.508-56		3								13	
Felipe de Andrade Abreu e Lima	030.717.164-78					1						
Fernando Simone Sales	156.614.428-07											
Jose Antonio de Souza	843.854.727-34											
Ligia Maria Winter	221.991.948-09	1			1							
Lucas Factor Feliciano	310.291.998-76										1	
Luiz Buriel Junior	647.293.038-49											
Manoel Messias Marin Videira	045.910.558-25											
Marcos Tarcisio Marra	093.573.848-71										1	
Maria Angela de Oliveira Oliveira	040.549.778-47	1									12	
Mário Sérgio Augusto da Graças	954.733.788-20										2	
Maurício Luís Marra	134.402.108-55											
Olavo Henrique Pudenci Furtado	120.690.168-38											
Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres	155.798.888-99		4								27	
Sandro Cristóvão Vidotto	049.038.358-04				2						21	
Sérgio Nagib Sabbag	011.318.218-07	1	2								1	
Silvio Luiz Sant'Anna	063.383.758-00		1								4	
Valdinei Castelan	040.741.708-76											
Valter César Calis	074.307.818-70											
Viviane Gonsales Pimenta	249.781.048-66											

11.3. APOIO DIDÁTICO PEDAGÓGICO AO DOCENTE.

Os professores recebem apoio e supervisão permanentes do Coordenador do Curso e dos coordenadores de disciplina, cuja função precípua é esta mesmo; ainda são encaminhados para cursos na Academia de Professores (Centro de Treinamento da ESAMC Sorocaba), para efetuarem treinamentos desenhados sob encomenda para as necessidades do corpo docente, detectadas através da atividade de supervisão citada ou do processo de avaliação de desempenho. Do mesmo modo, os docentes recebem assessoria especializada para acesso aos sistemas da ESAMC Sorocaba, especialmente o blackboard.

Em termos de materiais de suporte, a Instituição fornece ao professor recursos áudio visuais e de informática para o desenvolvimento de suas atividades. A Instituição fornece ao docente os conteúdos dos programas digitalizados para apresentação em sala de aula. A escola mantém em seu site um espaço onde os professores podem depositar seus materiais, tornando-os disponíveis para os alunos.

O professor dispõe, ainda, de uma cota individual de recursos materiais como reprografia. Ressaltamos que a ESAMC Sorocaba é uma escola que respeita os direitos autorais, sendo vedada a reprodução integral de livros.

11.3.1. PLANO DE CARREIRA

A ESAMC Sorocaba possui Plano de Carreira devidamente instituído, disponível para acesso de todos os docentes e observado à risco pelo setor de recursos humanos (anexo).

11.3.2. PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DOCENTE

O Programa de Capacitação Docente da ESAMC Sorocaba pretende atuar no desenvolvimento do ofício de professor como o ponto de partida de um programa continuado, cujos objetivos são:

- Promover a titulação docente;
- Promover a atualização do corpo docente;
- Promover melhorias na atividade didática dos cursos;
- Aumentar a eficiência do trabalho dos professores, através da compatibilização entre objetivos, estratégias de ensino-aprendizagem e formas de avaliação.

O programa atende ao quadro de professores de graduação de todos os cursos da Instituição de Ensino.

8.6.3 ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

Academia de Professores

A Instituição de Ensino procura desenvolver um programa de capacitação docente que vá ao encontro dos objetivos dos cursos propostos, visando qualificar os docentes para garantir a melhor adequação do processo ensino, aprendizagem.

Desta forma, todos os professores passam pela Academia ESAMC Sorocaba de Aperfeiçoamento docente na qual estão em contato constante com o que existe de melhor em técnicas pedagógicas, mercadológicas e tecnológicas.

A academia de professores ESAMC Sorocaba é um espaço aberto a todos os que, por mais experiência que tenham nesta atividade, sabem que têm sempre algo a aprender, ou seja, ela é para os que estão crescendo e evoluindo.

9 INFRAESTRUTURA

A ESAMC Sorocaba está instalada em 2 unidades. A unidade Centro e a unidade Campolin. É notório para todos que conhecem a ESAMC Sorocaba a qualidade de suas instalações, a começar pelo *campus*. Com 15.796m² de área total e 13.400,22m² de área construída, sua arquitetura moderna proporciona um ambiente agradável e adequado ao aprendizado. Constitui importante diferencial da Instituição sua estrutura física, composta por salas de aula, biblioteca, cantinas, quadras, além dos amplos estacionamentos disponibilizados aos professores e funcionários e das demais instalações acadêmicas e administrativas.

Importante destacar a qualidade de seus laboratórios básicos e específicos, que, além de servirem ao ensino, prestam relevante serviço à comunidade como o Núcleo de Práticas Jurídicas. Estes são constantemente atualizados e mantidos em perfeitas condições para o desempenho das atividades que neles são desenvolvidas.

Os diversos prédios abrigam espaços para utilização pelo corpo docente, incluindo salas específicas para professores contratados em regime integral e parcial. Estes locais estão devidamente equipados com computadores e demais instalações para o adequado uso pelos docentes. Os coordenadores de curso contam com salas e postos de trabalho específicos para o desenvolvimento de suas atividades. Também os serviços acadêmicos são contemplados nas áreas destinadas à Secretaria Geral, Ouvidoria, Serviço de Apoio Acadêmico, Marketing e o apoio Psicopedagógico.

9.1. INFRAESTRUTURA PARA DOCENTES

- Gabinetes de trabalho para docentes em tempo integral: os gabinetes de trabalho para docentes em tempo integral, é isolada para garantir privacidade e tranquilidade de trabalho. Nesta sala a instituição oferece todo o suporte necessário para o trabalho docente em tempo integral: gabinetes individuais, equipamentos de suporte, acesso à internet.

- Salas de coordenação: as salas de coordenação, são de fácil acesso, estão próximas das salas de aula; todavia, totalmente isolada para garantir privacidade e tranquilidade de trabalho. Essas salas garantem tanto o ambiente de trabalho adequado aos coordenadores; como, a privacidade para receber docente e alunos. Nestas salas a instituição oferece todo o suporte necessário para o trabalho do coordenador: gabinetes individuais, equipamentos de suporte, acesso à internet.

- Sala dos professores: a sala dos professores possui um amplo e confortável espaço para convívio dos professores, que é o momento em que eles esperam para ministrar as suas aulas. Nessa sala a Instituição oferece um espaço para que eles possam descansar, com sofás e cadeiras e computadores para que os professores realizem alguma tarefa pendente relacionada as aulas que vão ministrar e uma mesa em que fica o responsável pelo atendimento aos professores, para orienta-los em qualquer dúvida ou problema que tenham.

- Sala Diretor Acadêmico: a sala do Diretor Acadêmico está próxima da sala dos professores para garantir que o Diretor Acadêmico esteja em contato constante com todo o corpo docente; todavia, totalmente isolada para garantir privacidade e tranquilidade de trabalho. A sala garante tanto o ambiente de trabalho adequado ao diretor Acadêmico; como, a privacidade para receber coordenadores de curso, docentes e alunos. Nestas salas a instituição oferece todo o suporte necessário para o trabalho do Diretor Acadêmico: equipamentos de suporte, acesso à internet. A sala dos professores é localizada em uma área de 31,5m² proporcionando aos docentes um ambiente para a realização de trabalhos e interação com a tecnologia. Neste espaço estão à disposição dos professores o Gabinete de Trabalho com 6 (seis) computadores e 1 (uma) impressora, além de pontos avulsos para a utilização de notebooks mesa para reunião, ar condicionado, iluminação adequada ao ambiente. Conta também com escaninhos, armários, com ar condicionado, iluminação adequada ao ambiente, banheiro feminino e masculino anexo a sala, acessibilidade, manutenção diária de limpeza e com uma colaboradora da secretaria para assessorar nos materiais didáticos de apoio e com um site centro de apoio ao professor e rede sem fio para acesso a internet.

9.2. ATENDIMENTO AOS ALUNOS

- Secretaria: a Secretaria da Unidade Centro consta com mesas de atendimento individualizado aos alunos conjunto de cadeiras de espera no atendimento. O atendimento acontece das 08h às 21h, sem nenhuma pausa, para garantir que todos os alunos sejam atendidos com a menor espera possível. No *BackOffice (projetos acadêmicos)*, possuímos a mesa do Supervisor responsável pelo atendimento presencial da unidade Centro.

- Central de atendimento telefônico: a central de atendimento telefônico fica instalada na Unidade Centro, mas ela também trabalha para garantir o atendimento telefônico da unidade II. O atendimento telefônico acontece das 11h às 21h.

9.3. SALA DE AULA

Todas as salas de aula são amplas, sendo a iluminação natural através de janelas e/ou iluminação indireta com luminárias fluorescentes e ar condicionado. As carteiras são estofadas, sendo que estão reservadas 10% de carteiras para estudantes canhotos e todas as salas de aula estão equipadas com data show, computadores e tela de projeção. As salas maiores possuem, ainda, para conforto dos docentes, aparelhagem de amplificação, com microfones.

SALAS DE AULA	
PRÉDIO A – Rua Artur Gomes	
1º ANDAR	
Sala de Aula A1.3	50,41
Sala de Aula A1.4	50,41
Sala de Aula A1.5	50,41
Sala de Aula A1.8	50,41
Sala de Aula A1.9	50,41
Sala de Aula A1.10	50,41
Sala de Aula A1.11	50,41
Sala de Aula A1.12	50,41
Sala de Aula A1.13	50,41
Sala de Aula B1.1	125,00
Sala de Aula B1.2	125,00
2º ANDAR	
Sala de Aula A2.1	45,00
Sala de Aula A2.2	50,41
Sala de Aula A2.3	50,41
Sala de Aula A2.4	50,41
Sala de Aula A2.5	50,41
Sala de Aula A2.8	50,41
Sala de Aula A2.9	50,41
Sala de Aula A2.10	50,41
Sala de Aula A2.11	50,41
Sala de Aula A2.12	50,41
Sala de Aula A2.13	50,41
Sala de Aula A2.14	76,00
Sala de Aula B2.1	125,00
3º ANDAR	
Sala de Aula A3.1	98,00
Sala de Aula A3.2	98,00
Sala de Aula A3.3	52,00
Sala de Aula A3.4	52,00

Sala de Aula A3.7	29,00
Sala de Aula A3.8	107,00
Sala de Aula A3.9	60,00
Sala de Aula A.10	107,00
Sala de Aula A3.11	60,00
Sala de Aula A3.12	60,00
PRÉDIO C – Central	
1º ANDAR	
Sala de Aula C1.1	82,75
2º ANDAR	
Sala de Aula C2.1	82,75
Sala de Aula C2.2	32,19
Sala de Aula C2.3	50,00
Sala de Aula C2.4	24,01
Sala de Aula C2.5	23,05
PRÉDIO P – Rua da Penha	
1º ANDAR	
Sala de Aula P1.1	55,04
Sala de Aula P1.2	43,43
Sala de Aula P1.3	28,60
Sala de Aula P1.4	34,80
2º ANDAR	
Sala de Aula P2.1	55,04
Sala de Aula P2.2	43,43
Sala de Aula P2.3	28,92
Sala de Aula P2.4	34,5
PRÉDIO E	
1º ANDAR	
Sala de Aula E1.4	54,53
Sala de Aula E1.6	122,90
2º ANDAR	
Sala de Aula E2.2	62,31
Sala de Aula E2.3	87,79
Sala de Aula E2.4	62,31
Sala de Aula E2.5	87,79
Sala de Aula E2.6	62,22
Sala de Aula E2.7	90,43
Sala de Aula E2.8	61,80
Sala de Aula E2.9	58,18
3º ANDAR	
Sala de Aula E3.1	88,00
Sala de Aula E3.2	140,00
Sala de Aula E3.3	87,79
Sala de Aula E3.4	121,00

Sala de Aula E3.5	87,79
Sala de Aula E3.6	96,46

Quantidade	Equipamento	Sendo:
80	Projektor Multimídia Sony	77 fixos e 3 Por Agendamento
80	Totens (Computadores do Professor, com caixas de Som, ligados aos Projetores Multimídia e com acesso à Internet)	77 fixos e 3 Por Agendamento
3	Televisores 29"	Para agendamento
2	DVDs	Para agendamento
2	Retroprojetores	Para agendamento
78	Telas de Projeção	01 em cada sala de aula e 1 móvel

9.4. AUDITÓRIOS

A faculdade ESAMC-Sorocaba conta com um Auditório em cada Unidades, ambos com capacidade para 200 pessoas. Os dois auditórios contam com projetor multimídia, tela para projeção, iluminação artificial, sistema de som, luminária de emergência, ar condicionado, conexão com internet, viabilizando vídeo conferências e mobiliário adequado para o espaço. O ambiente é limpo uma vez ao dia ou quando necessário, dependendo da quantidade de uso.

9.5. LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA

LABORATÓRIO <i>BOOLE</i> – Aulas / Trabalhos				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M ²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	77,90m ²	77,90m ²	24	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO		QUANTIDADE		
		NECESSÁRIA	EXISTENTE	
- Core i3 com 500 GB de HD e 8 GB de Memória Ram.		24	24	
SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Oracle Virtual Box/ Virtual PC				

Infraestrutura de laboratórios de informática:

LABORATÓRIO HOLERITH – Aulas / Trabalhos				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	77,90m ²	77,90m ²	20	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i3 com 500 GB de HD e 4 GB de Memória Ram			20	20
SOFTWARES: - Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Oracle Virtual Box/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens				
LABORATÓRIO PASCAL – Aulas / Internet				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	77,90m ²	77,90m ²	58	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i7 com metade das máquinas com 500 GB de HD e outra metade com 1Tera de HD e 8 GB de Memória Ram			58	58
SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/- Dev C++/ Virtual PC/ Sold Works/ Visual Studio/ Adobe CS 6/ Draft Shift/ MySQL				

LABORATÓRIO FORTRAN – Aulas / Internet				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	81,60m ²	81,60m ²	50	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i3 com 500 GB de HD e 4 GB de Memória Ram.			50	50

SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens/ MySQL

LABORATÓRIO ENIAC – Computação Gráfica – Aulas / Trabalhos				
PERÍODO	ÁREA (M ²)	EXISTENTE	ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
Manhã Tarde Noite	81,60m ²	81,60m ²	24	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	Existente
- Core i3 com 500 GB de HD e 8 GB de Memória Ram.			24	24
<i>SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens/ Visual Studio/ Adobe CS 6</i>				

LABORATÓRIO JOBS – Computação Gráfica – Aulas / Trabalhos				
PERÍODO	ÁREA (M ²)	EXISTENTE	ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
Manhã Tarde Noite	81,60m ²	81,60m ²	60	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i5 com 500 GB de HD e 8 GB de Memória Ram			60	60
<i>SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens/ Visual Studio/ Draft Shift/ Solid Works/ MySQL</i>				

*** Regulamento de utilização dos Laboratórios de Informática disponível na Secretaria e nos Laboratórios.**

Instalações gerais Unidade II (Rua Romeu Tuma do Nascimento):

Todos os espaços, salas de aula e laboratórios seguem rigorosamente as especificações técnicas e físicas para a busca da excelência acadêmica definida como padrão da Instituição:

9.6. BIBLIOTECA

Bibliotecária: Edna Amaral Rézio Cobello

- CPF: 020.904.478-00
- Conselho Regional de Biblioteconomia: CRB 8/8651 Acervo:
Total de livros e exemplares 9.535 títulos 34.500 exs.
Total de PGEs 864

9.6.1. ESPAÇO FÍSICO

A Biblioteca dispõe de uma área total de 261 m² distribuídos conforme tabela abaixo. A administração desta Biblioteca é exercida por profissionais habilitados, sendo a equipe formada por uma bibliotecária e duas auxiliares.

9.6.2. SERVIÇOS

Horário de funcionamento

A Biblioteca funcionará de segunda a sexta-feira, no horário das 7h00 às 23h00, e aos sábados, das 7h30 às 14h30.

No período de férias o horário de funcionamento deverá ser alterado e informado.

9.6.3. INFORMATIZAÇÃO

O acervo bibliográfico da ESAMC Sorocaba está informatizado e desenvolvido a partir do sistema SAAF (Sistema Administrativo, Acadêmico e Financeiro) que possibilitará aos usuários maior rapidez na obtenção de informações, com a ajuda de terminais de pesquisa.

O sistema permite a administração total da biblioteca, tais como processamento técnico de livros, periódicos e multimeios, circulação de acervo através de código de barras nos documentos, que permite maior segurança e agilidade no processo de empréstimo e devolução. O sistema fornecerá também relatórios e estatísticas quanto à frequência e uso dos itens do acervo.

Para acesso ao acervo, o aluno poderá utilizar a Internet na Biblioteca, que disporá de terminais de acesso.

A reprografia será feita através de xerox e impressões de artigos de revistas e jornais. Quanto aos livros, são proibidas as cópias em função dos direitos autorais, segundo a Lei 5.988/73, inciso V, do artigo 40. (Material da Biblioteca só poderá ser copiado em parte).

ACERVO**DESCRIÇÃO POR ÁREA DE CONHECIMENTO**

A biblioteca oferece aos seus usuários: acervo informatizado, disponível para consulta pela Internet; empréstimo domiciliar informatizado; consulta local, com livre acesso às estantes, comutação bibliográfica; rede wireless; apoio aos usuários na elaboração de trabalhos acadêmicos; programa virtual vision, para deficientes visuais.

	Área do conhecimento	2017
Periódicos	Humanas	502
Revistas	Humanas	1535
Obras de referência	Humanas	47
Vídeos		
DVD		255
CD Rom		24
Assinaturas eletrônicas		1
	Área do conhecimento	
Livros	Humanas	2266
	Área do conhecimento	
Livros	Exatas	1897
	Área do conhecimento	
Livros	Ciências Sociais Aplicadas	430
	Área do conhecimento	
Livros	Linguística	1525
Total do acervo	6.118 Títulos	25.360 Total Acervo

9.6.4. ATUALIZAÇÃO DO ACERVO

A faculdade ESAMC Sorocaba realiza aquisição de acervo durante todo o ano, nas reuniões de NDE/Colegiado são realizadas as revisões bibliográficas e onde são analisadas as indicações de acervo pelos docentes da IES e as indicações contidas no Projeto Pedagógico dos Cursos (PPC's) e de acordo com a política de desenvolvimento de acervo. Os pedidos de livros e vídeos podem também ocorrer de forma que seja relevante para o acervo da IES

No planejamento econômico-financeiro da ESAMC Sorocaba está contemplado os recursos necessários para a realização da ampliação do acervo bibliográfico, e demais insumos necessários ao bom andamento dos serviços da biblioteca.

A biblioteca da Faculdade ESAMC Sorocaba possui sistemática regular para a aquisição e atualização do acervo, conforme descrito acima. Considerando a necessidade de oferecer uma quantidade adequada de exemplares de obras básicas e complementares para cada disciplina, proporcional ao número de alunos, ficou estabelecida a seguinte política de aquisição para o acervo.

Disposições Gerais:

A política de atualização do acervo abrange as modalidades de aquisição (compra, doação, assinatura) de tudo o que será disponibilizado aos alunos. As coleções são selecionadas e adquiridas com base no conteúdo programático das disciplinas, de acordo com as bibliografias básicas e complementares sugeridas nos Projetos pedagógicos dos cursos devidamente homologado pelo NDE. No início de cada semestre letivo, coordenadores e professores, ao planejarem suas atividades acadêmicas, encaminham as sugestões bibliográficas referentes à formação geral e específica dos cursos à análise do NDE que encaminha para as devidas providencias ao coordenador e a Biblioteca toma as devidas providencias para fins de aquisição. Este procedimento mantém o acervo atualizado e garante a expansão ordenada e otimizada do mesmo.

Políticas de aquisição

Quanto ao número de títulos, são adquiridos os números indicados na bibliografia básica e na bibliografia complementar de cada disciplina. A quantidade de exemplares é conforme indicação do NDE e proporcional ao número de alunos, porém é possível adquirir maior quantidade de exemplares, conforme a demanda de uso das obras.

Para bibliografia básica, adota-se como procedimento disponibilizar um exemplar fixo como consulta local.

9.7. Outros Serviços

Infraestrutura de segurança

E ESAMC Sorocaba disponibiliza aos seus alunos um ambiente com um sistema de controle de acesso e vídeo monitoramento proporcionando bem estar aos alunos.

Infraestrutura de alimentação e outros serviços

A Faculdade ESAMC Sorocaba disponibiliza espaços em suas duas unidades Centro e Campolim para convivência e infraestrutura para o desenvolvimento de atividades de recreação e culturais para alunos, professores e funcionários técnico-administrativos. Com investimento gradativo na criação de mais espaços mais acolhedores, que favoreçam a experiência de conviver e nos quais os discentes possam expressar suas ideias e opiniões e realizarem o fórum de debates. A oferta de alimentação, espaços acolhedores que atendem a todas as normas de segurança e sanitárias e pelo fato das duas unidades estarem bem localizadas contam ainda com uma grande opção de restaurantes e lanchonetes no seu entorno.

Manutenção e conservação dos equipamentos

A manutenção e conservação dos equipamentos são realizadas por diversas equipes composta por colaboradores da ESAMC Sorocaba, contratados em regime CLT (44 horas semanais). Caso o equipamento necessite de assistência técnica especializada, será encaminhado para empresas que estejam aptas a prestarem os serviços.

Política de aquisição, atualização e manutenção dos equipamentos.

Semestralmente, considerando a quantidade de turmas e alunos são discutidos a necessidade de atualização e aquisição de equipamentos, mobiliário e material de consumo.

A secretaria informa ao Coordenador do Curso a quantidade de alunos prevista para o semestre seguinte e que utilizarão as dependências do laboratório. De posse desse número o Coordenador do Curso avalia a necessidade aquisição de equipamentos, mobiliário e material de consumo e solicita à Direção Acadêmica, com a devida justificativa, a aquisição. O Diretor Acadêmico, em caso de aprovação, autoriza o início do processo de seleção de fornecedores, cotação de preços e compra.

Em relação ao material de consumo, o técnico do laboratório, percebendo sua necessidade durante o semestre, pode fazer uma solicitação de compra que é encaminhada ao Coordenador do Curso, o Coordenador do Curso avalia a necessidade aquisição dos insumos e solicita à Direção Acadêmica, com a devida justificativa, a aquisição. O Diretor Acadêmico, em caso de aprovação, autoriza o início do processo de seleção de fornecedores, cotação de preços e compra.

9.8. INFRAESTRUTURA GERAL – UNIDADE II

Unidade Centro:

PRÉDIO A – ARTUR GOMES		
TÉRREO	Área(m²)	Capacidade
Portaria	1,8	2
Circulação – Entrada	69,7	
Circulação	41,58	
Sanitário Feminino	10,64	10
Segurança	6,3	
Escada	9,2	
Hall	60,3	N/A
Enfermaria	15,75	5
Auditório	185,05	196
Lanchonete	82,45	60
Pátio Coberto	165,36	160
Pátio Descoberto	466	450
Elevador	4,6	6
Sub Total	1118,73	
1º ANDAR		
Circulação	68,22	60
Hall	59,7	
Sala dos Professores	51,61	25
Sala de apoio	49	25
WC dos Professores	6	2
WC Feminino	5,49	2
WC Masculino	14	7
Sala de Apoio	21,45	10
Sub Total	275,47	
2º ANDAR		
Circulação	78,5	
Laboratório de Ciências	84,75	60
Escada	18,4	
Hall	59,7	

WC Feminino	5,49	4
WC Masculino	8,5	6
Sala de Apoio	21,45	10
Sub Total	276,79	
3° ANDAR		
Sala de Apoio	8,4	4
Sala de Apoio	8,4	4

Circulação	28,6	
Escada	24,9	
Hall	50	
Laboratório de Informática - Eniac	43,11	24
Laboratório de Informática – Boole	60,6	24
Laboratório de Informática - Pascal	94,7	58
WC Feminino	5,4	4
WC Masculino	5,4	4
Sub Total	329,51	

PRÉDIO C – CENTRAL

TÉRREO

Secretaria	50,09	20
Hall de atendimento	115,63	80
Sala dos Professores	42,64	20
Diretoria Acadêmica	15,21	5
Hall Elevador	2,18	
Elevador	1,61	6
Sanitários Professores Feminino e Masculino cada	4,9	2
Sanitário Deficiente Físico	4,3	2
Arquivo Secretaria	15	6
Hall de atendimento	81	60
Back Office - Secretaria	33,96	20
Coordenação MBA	19,55	10
Central de Atendimento	68,65	50
Sanitário Masculino	12,91	6
Sanitário Feminino	12,91	6

Laboratório Holerith	38,57	20
Laboratório Cobra	30,88	20
Ouvidoria	21,3	10
Sala PAPO	20,93	10
Serviços de Apoio - Cópia	26,39	10
Atendimento Individual	13,4	6
Sala de Leitura	11,98	6
Marketing Objetivo	56,43	20
Sub Total	700,42	
1° ANDAR		
Escada	7,26	
Corredor	10,72	
Mantenedora	75,96	10
Biblioteca	261,15	92

Gabinete de Coord de Engenharia Ambiental	4,4	3
Gabinete de Coord de Engenharia Mecânica	4,4	3
Gabinete de Coordenação Civil.	4,4	3
Gabinete de Coordenação de Produção	4,4	3
Gabinete de Coordenação de Redes/ADS/SI	4,4	3
Gabinete de Coordenação de Administração/RI	4,4	3
Gabinete de Coord. Contábeis/Economia	4,4	3
Gabinete de Coord. Publicidade e Propaganda	4,4	3
Gabinete de Coordenação de Design	4,4	3
Gabinete de Coordenação de Eventos /RP	4,4	3
Gabinete de Coordenação de Fotografia /Arquit.	4,4	3
Sala de Coordenação de Produção Fonográfica	4,4	3
Sala de Coordenação Audio Visual	4,4	3
Sala de Coordenação Direito	4,4	3

Sala de Coordenação Jornalismo	4,4	3
Sanitário Deficiente Físico	4,5	2
Elevador	4,25	6
Sub Total	429,84	
2º ANDAR		
Gabinete de Trabalho CPA/Sala reunião NDE	56,77	10
Sanitário	4,91	1
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	12,6	2
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	12,6	3
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	12,6	1
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	4,6	1
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	4,6	1
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	4,6	1
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	4,6	1
Gabinete de Trabalho de Professor - TI	6,8	1
Sala de NDE	60,88	25
Sanitário Deficiente Físico	4,79	2
Circulação	6,5	
Área Administrativa - Secretaria Colégio	29,05	13
Sub Total	221,3	

3º ANDAR		
Área de RH (Departamento Pessoal, Benefícios)	107,1	30
Contabilidade/Tesouraria	84,45	25
TI	42,77	20
Financeiro	80,64	15
Sala de Reunião - Sala C3.1	82,75	50
Sub Total	397,71	
PRÉDIO P – RUA DA PENHA		
TÉRREO		
Entrada	9	
Hall	5,76	
Escada	5,5	
Corredor	13,44	
Estúdio de Imagem	46,8	25

Laboratório de Edição de Imagem	7,26	2
Cabine de Locução	4,4	2
Laboratório de Som (Sonoplastia)	35,94	20
Laboratório de Fotografia (Estúdio Fotográfico)	54	25
Áreas de Luz	14,77	10
Sub Total	196,87	
PRÉDIO E		
TÉRREO		
Maquetaria / Geotécnica	102,05	50
Laboratório de Química	115,73	50
Laboratório de Hidráulica	106,32	50
Ateliê de Moda	111,45	50
W C Feminino	18,44	6
Sub Total	453,99	
1º ANDAR		
Laboratório de Física	97,72	50
Laboratório de Eletro-Eletronica	95,85	50
Laboratório de Informática Fortran	97,11	50
Apoio	18	10
Sala de Práticas Jurídicas	101,54	40
W C Feminino	33,28	6
W C Masculino	24,48	6
Sub Total	467,98	
2º ANDAR		
Laboratório de Informática Jobs	87,95	60
W C Feminino	16,5	6
Sub Total	104,45	
3º ANDAR		
W C Feminino	27,38	8
ÁREA EXTERNA		
Oficina de Manutenção e Depósito - Prédio C	470,32	20
Gráfica e serviço de Cópias e Impressão - Prédio A	163,07	20

Quadras Cobertas - Prédio C	836,77	200
Estacionamento Professores/Func. - Prédio C	80 Vagas	80
Cozinha - Prédio C	127,35	30
Almoxarifado - Prédio A	86,24	20
Núcleo de Prática Jurídica - Prédio Anexo	67	20
Sub Total	1750,75	
PRÉDIO G		
Laboratório de Construção	113,49	25
Laboratório de Mecânica	94,7	25
Depósito	14,03	4
Circulação	23,06	20
W C Feminino	2,13	1
W C Masculino	2,17	1
Sub Total	249,58	
PRÉDIO AUXILIAR		
Empresa Junior/ Agência / AIESEC	141,6	25

TOTAL	7142,37
--------------	----------------

SALAS DE AULA		
PRÉDIO A – Rua Artur Gomes	Area(m²)	Capacidade
1 ° ANDAR		
Sala de Aula A1.3	50,41	50
Sala de Aula A1.4	50,41	50
Sala de Aula A1.5	50,41	50
Sala de Aula A1.8	50,41	50
Sala de Aula A1.9	50,41	50
Sala de Aula A1.10	50,41	50
Sala de Aula A1.11	50,41	50
Sala de Aula A1.12	50,41	50

Sala de Aula A1.13	50,41	30
Sala de Aula B1.1	125	120
Sala de Aula B1.2	125	120
2° ANDAR		
Sala de Aula A2.1	45	40
Sala de Aula A2.2	50,41	50
Sala de Aula A2.3	50,41	50
Sala de Aula A2.4	50,41	50
Sala de Aula A2.5	50,41	50
Sala de Aula A2.8	50,41	50
Sala de Aula A2.9	50,41	50
Sala de Aula A2.10	50,41	50
Sala de Aula A2.11	50,41	50
Sala de Aula A2.12	50,41	50
Sala de Aula A2.13	50,41	50
Sala de Aula A2.14	38	86
Sala de Aula A2.15	38	127
Sala de Aula B2.1	125	49
3° ANDAR		
Sala de Aula A3.1	98	70
Sala de Aula A3.2	98	70
Sala de Aula A3.3	52	50
Sala de Aula A3.4	52	50
Sala de Aula A3.7	29	28
Sala de Aula A3.8	107	102
Sala de Aula A3.9	60	49

Sala de Aula A.10	107	105
Sala de Aula A3.11	60	44
Sala de Aula A3.12	60	70
PRÉDIO C – Central		
1º. ANDAR		
Sala de Aula C1.1	82,75	58
2º. ANDAR		
Sala de Aula C2.1	82,75	58
Sala de Aula C2.2	32,19	27
Sala de Aula C2.3	50	41
Sala de Aula C2.4	24,01	25
Sala de Aula C2.5	23,05	34
PRÉDIO P – Rua da Penha		
1º. ANDAR		
Sala de Aula P1.1	55,04	53
Sala de Aula P1.2	43,43	53
Sala de Aula P1.3	28,6	34
Sala de Aula P1.4	34,8	34
2º. ANDAR		
Sala de Aula P2.1	55,04	63
Sala de Aula P2.2	43,43	45
Sala de Aula P2.3	28,92	34
Sala de Aula P2.4	34,5	34
PRÉDIO E		
1º ANDAR		
Sala do Juri E1. 2	54,33	45
Sala de Aula E1.4	54,53	76

Sala de Aula E1.6	66,70	63
Sala de Aula E1.8	58,41	41
2º ANDAR		
Sala de Aula E2.2	62,31	60
Sala de Aula E2.3	87,79	72
Sala de Aula E2.4	62,31	60
Sala de Aula E2.5	87,79	72
Sala de Aula E2.6	62,22	60
Sala de Aula E2.7	90,43	87
Sala de Aula E2.8	61,8	60
Sala de Aula E2.9	58,18	60
3º ANDAR		
Sala de Aula E3.1	88	103
Sala de Aula E3.2	140,00	120
Sala de Aula E3.3	87,79	89
Sala de Aula E3.4	121	120
Sala de Aula E3.5	87,79	89
Sala de Aula E3.6	96,46	89

Quantidade	Equipamento	Sendo:
80	Projektor Multimídia Sony	77 fixos e 3 Por Agendamento
80	Totens (Computadores do Professor, com caixas de Som, ligados aos Projetores Multimídia e com acesso à Internet)	77 fixos e 3 Por Agendamento
3	Televisores 29"	Para agendamento
2	DVDs	Para agendamento
2	Retroprojetores	Para agendamento
78	Telas de Projeção	01 em cada sala de aula e 1 móvel

Infraestrutura de laboratórios de informática:

LABORATÓRIO BOOLE – Aulas / Trabalhos				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	77,90m ²	77,90m ²	24	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i3 com 500 GB de HD e 8 GB de Memória Ram.			24	24
SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Oracle Virtual Box/ Virtual PC				

LABORATÓRIO HOLERITH – Aulas / Trabalhos				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	77,90m ²	77,90m ²	20	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i3 com 500 GB de HD e 4 GB de Memória Ram			20	20
SOFTWARES: - Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Oracle Virtual Box/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens				

LABORATÓRIO PASCAL – Aulas / Internet				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	77,90m ²	77,90m ²	58	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i7 com metade das máquinas com 500 GB de HD e outra metade com 1Tera de HD e 8 GB de Memória Ram			58	58
SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/- Dev C++/ Virtual PC/ Sold Works/ Visual Studio/ Adobe CS 6/ Draft Shift/ MySQL				

LABORATÓRIO FORTRAN – Aulas / Internet				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	81,60m ²	81,60m ²	50	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i3 com 500 GB de HD e 4 GB de Memória Ram.			50	50
SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens/ MySQL				

LABORATÓRIO ENIAC – Computação Gráfica – Aulas / Trabalhos				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	81,60m ²	81,60m ²	24	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	Existente
- Core i3 com 500 GB de HD e 8 GB de Memória Ram.			24	24
SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens/ Visual Studio/ Adobe CS 6				

LABORATÓRIO JOBS – Computação Gráfica – Aulas / Trabalhos				
CARACTERÍSTICAS			ALUNOS/TURMA	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
PERÍODO	ÁREA (M²)	EXISTENTE		
Manhã Tarde Noite	81,60m ²	81,60m ²	60	07h00 às 22h30
EQUIPAMENTOS				
MARCA / MODELO			QUANTIDADE	
			NECESSÁRIA	EXISTENTE
- Core i5 com 500 GB de HD e 8 GB de Memória Ram			60	60

SOFTWARES: Windows 7/ Microsoft Office 2013/ Google Chrome/ Adobe Acrobat/ Kaspersky/ Dev C++/ Sql Server 2012/ Virtual PC/ NetBens/ Visual Studio/ Draft Shift/ Solid Works/ MySQL

*** Regulamento de utilização dos Laboratórios de Informática disponível na Secretaria e nos Laboratórios.**

Instalações gerais Unidade II (Rua Romeu Tuma do Nascimento):

Todos os espaços, salas de aula e laboratórios seguem rigorosamente as especificações técnicas e físicas para a busca da excelência acadêmica definida como padrão da Instituição:

Unidade Campolim:

PRÉDIO A – Campolim	
TÉRREO	
Portaria	2,40
Circulação – Entrada	70,00
Circulação	39,00
WC Feminino	4,90
WC Masculino	4,90
Escada	16,50
<i>Hall</i>	41,00
Banheiro Deficiente	15,00
Sala dos Professores	50,00
Cantina	150,00
Pátio Coberto	900,00
T.I.	25,00
Sala de atendimento ao aluno	25,00
Secretaria	35,90
Sala diretoria	22,20
Arquivo secretaria	27,90

Sala de orientação ao aluno	19,00
Sanitário dos Professores	5,40
WC Feminino - Pátio	15,00
WC Masculino - Pátio	15,00
Área de circulação	70,00
1º ANDAR	
Sala de apoio	26,50
<i>Hall</i>	180,00
WC Deficiente	3,00
WC dos Professores	4,00
WC Feminino	11,60
WC Masculino	11,60
Escada	16,50
Laboratório Edvac - 25 Computadores	57,90
Laboratório Colossus - 25 Computadores	57,90
Laboratório Tradic - 25 Computadores	91,90
2º ANDAR	
WC Deficiente	3,00
Escada	16,50
<i>Hall</i>	180,00
WC Feminino	11,60
WC Masculino	11,60
WC Professores	4,00
Sala 14	60,00
Sala 15	60,00
Sala 16	60,00
Sala 17	60,00
Sala 19	60,00
Sala 20	60,00
Sala 21	60,00
Sala 22	60,00
Sala dos Professores	60,00
3º ANDAR	
Auditório	168,00
Sala de estudos	42,00
Escada	16,50
<i>Hall</i>	180,00
WC Deficiente	3,00
WC Professores	4,00
WC Feminino	11,60
WC Masculino	11,60
Sala 24	60,00
Sala 27	60,00

Sala 31	60,00
Sala 32	60,00
Sala 33	60,00
Sala 34	60,00
OUTROS	
Quadra Externa 1	225,00
Quadra Externa 2	225,00
Ginásio	875,00
Passarela	164,00
<i>Hall</i> Passarela	46,90
Sala 1	100,00
Sala 2	100,00
Sala 3	150,00
Sala 4	60,00

As salas de aula:

Todas as salas de aula oferecem o conforto necessário e estão preparadas para atender as turmas de alunos. Nas salas de aula estão disponíveis: projetor multimídia e computador com acesso à Internet, quadro quadriculado ou branco, quadro de avisos, tela retrátil e amplas janelas que proporcionam ventilação e luz natural. A iluminação é complementada com luz artificial fluorescente e iluminação de segurança e dois aparelhos condicionadores de ar. Na Instituição estão reservadas 10% de carteiras para estudantes canhotos.

10 ANEXOS

10.1 ANEXO I – REGULAMENTO ATIVIDADES COMPLEMENTARES

REGULAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As atividades complementares representam um conjunto de práticas com o objetivo de complementar e flexibilizar o currículo pleno do curso _____ aos seus alunos a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar.

A composição curricular do curso _____ prevê a realização de ____ horas-aula em atividades diversas que incluem: pesquisa, extensão, seminários, simpósios, congressos, conferências, iniciação científica, grupos de estudo, representação estudantil, cursos de língua, entre outros.

As atividades complementares são regidas pelo regulamento a seguir:

I – DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. O presente regulamento tem por finalidade normatizar as Atividades Complementares deste curso, sendo o seu integral cumprimento indispensável para a colação de grau.

Art. 2º. As Atividades Complementares incluem pesquisa, extensão, seminários, simpósios, congressos, conferências, iniciação científica, grupos de estudo, representação estudantil, cursos de língua, assistência de defesas de monografia, dissertações e teses.

Art. 3º. Os objetivos gerais das atividades complementares são os de flexibilizar o currículo pleno do curso e propiciar aos seus alunos a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar.

II – DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Art. 4º. Compõem as atividades complementares do currículo pleno do curso de _____ da ESAMC um total de _____ horas consolidadas em:

I – Atividades de pesquisa orientadas por docente do curso de Graduação respectivo e aprovadas pela Diretoria Acadêmica. Requisito: certificado de participação e relatório aprovado pelo docente;

II – Grupos de estudos orientados por docente do curso de Graduação respectivo e aprovado pela Diretoria Acadêmica. Requisito: certificado de participação e relatório aprovado pelo docente;

III – Eventos diversos na área, tais como: palestras, seminários, congressos, conferências, simpósios etc. Requisito: certificado de participação com carga horária discriminada;

IV – Apresentação de trabalhos em eventos científicos da área. Requisito: certificado de participação e cópia do trabalho apresentado;

V – Participação em concursos de monografias. Requisito: certificado ou declaração e cópia da monografia elaborada;

VI – Publicação de artigos científicos na área. Requisito: cópia da publicação;

VII – Estágio nos organismos estudantis mantidos pela ESAMC: Empresa Jr., Agência Jr., Núcleo Prática, TV ESAMC e NPJ. Requisito: declaração de participação assinada pelo Professor responsável pelo organismo;

IX – Cursos de línguas estrangeiras. Requisito: certificado emitido pela escola de línguas;

X – Atividade voluntária de monitoria em Programa de Nivelamento da ESAMC; XI – Atividade voluntária de responsabilidade social.

III – ATRIBUIÇÃO DE CRÉDITOS DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Art. 5º. Às atividades complementares dispostas no artigo 4º. serão atribuídas o equivalente de créditos (ou horas-aula) da seguinte forma:

ATIVIDADE	CARGA ATRIBUÍDA
<i>Atividades de pesquisa orientadas por docente do curso e aprovadas pela Diretoria do Curso.</i>	<i>Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária de dedicação, devidamente comprovada.</i>
<i>Grupos de estudos orientados por docente do curso e aprovados pela Diretoria Acadêmica.</i>	<i>Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária de dedicação, devidamente comprovada.</i>
<i>Eventos diversos na área, tais como: palestras, seminários, congressos, conferências, simpósios, visitas técnicas etc.</i>	<i>Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária do evento participado.</i>
<i>Apresentação de trabalhos em eventos científicos da área.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por trabalho apresentado.</i>
<i>Participação em concursos de monografias.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por trabalho apresentado.</i>
<i>Publicação de artigos científicos na área.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por artigo publicado.</i>
<i>Apresentação de criação artística e cultural em exposições e concursos, relacionados à área de formação.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por evento participado.</i>
<i>Estágio nas organizações estudantis mantidas pela ESAMC – Empresa Jr., Agência Jr., Núcleo de Prática Jurídica e TV ESAMC.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas para cada semestre de atividades comprovadas;</i>
<i>Cursos de línguas estrangeiras.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas para cada semestre de estudo, devidamente comprovado;</i>
<i>Atividade voluntária de monitoria em Programa de Nivelamento da ESAMC.</i>	<i>Será atribuído 1 (um) crédito equivalente a 20 horas para cada semestre de estudo, devidamente comprovado;</i>
<i>Atividade voluntária de responsabilidade social.</i>	<i>Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária da atividade participada, devidamente comprovada.</i>

Art. 6º. Os alunos deverão apresentar os comprovantes das atividades complementares, de acordo com os critérios adotados neste regulamento, sob pena de não poderem colar grau, em caso de não cumprimento.

Este regulamento entra em vigor nesta data.

10.2 ANEXO II – REGULAMENTO ESTÁGIO CURRICULAR

REGULAMENTO GERAL DOS ESTÁGIOS CURRICULARES DA ESAMC

Fixa normas para realização do Estágio Curricular do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda.

CAPÍTULO I

DEFINIÇÃO

Art. 1º. No âmbito da Instituição de Ensino, consideram-se Estágios Curriculares as atividades programadas que proporcionam, ao aluno, aprendizagem profissional, social e cultural, através da sua participação em atividades de trabalho em seu meio, vinculadas a sua área de formação acadêmico-profissional.

O presente regulamento fixa as diretrizes e normas básicas para o funcionamento do PROGRAMA DE ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO, destinado a alunos regularmente matriculados na ESAMC, em cursos de graduação, denominados de ESTAGIÁRIOS.

CAPÍTULO II

DOS ESTÁGIOS CURRICULARES

Art. 2º. O Estágio Curricular é obrigatório e se vincula diretamente à disciplina ou disciplinas do currículo pleno do respectivo curso de graduação.

§ 1º. O Estágio Curricular se constitui em atividade complementar à formação acadêmico-profissional do aluno, realizada em áreas relacionadas ao curso e em organizações de livre escolha dele.

Art. 3º. A realização do estágio dar-se-á mediante termo de compromisso celebrado entre o estudante e a parte concedente, como interveniência obrigatória da Instituição de Ensino.

Art. 4º. O estágio não cria vínculo empregatício de qualquer natureza e o estagiário poderá receber bolsa ou outra forma de contraprestação que venha a ser acordada, ressalvado o que dispuser a legislação previdenciária, devendo o estudante, em qualquer hipótese, estar seguro contra acidentes pessoais.

Art. 5º. A jornada de atividade em estágio, a ser cumprida pelo estudante, deverá compatibilizar-se com o seu horário escolar e com o horário da parte em que venha a ocorrer o estágio.

Parágrafo único. Nos períodos de férias escolares, a jornada de estágio será estabelecida de comum acordo entre o estagiário e a parte concedente do estágio, sempre com interveniência da instituição de ensino.

Art. 6º. O Estágio curricular deverá ser registrado para integralização curricular, observados os seguintes requisitos:

I – Serão validadas as atividades realizadas no Estágio desde que sejam correlatas à área de formação do curso;

II – Para validar as atividades, o aluno deverá protocolar na Secretaria uma declaração da empresa/organização, assinada pelo responsável pelo estágio, informando a área e carga horária de realização do estágio.

CAPÍTULO III

DOS CAMPOS DE ESTÁGIO

Art. 7º. Constituem campos de Estágio as empresas, instituições de direito público e privado e a própria Faculdade.

Parágrafo único: As empresas e instituições, para se constituírem campo de Estágio, deverão:

- a) Ser legalmente constituídas;*
- b) Atuar, de forma inequívoca, na área de formação do estagiário;*
- c) Dispor de profissional qualificado para acompanhamento, supervisão e avaliação do acadêmico;*
- d) Dispor de recursos materiais e técnicos que possam ser utilizados pelo acadêmico no desenvolvimento das atividades previstas no Estágio.*

CAPÍTULO IV

DA DURAÇÃO DE CARGA HORARIA DO ESTÁGIO CURRICULAR

Art. 8º No âmbito da ESAMC serão consideradas como Estágio Curricular as atividades desenvolvidas que comprovem ___ horas, podendo ser divididas em quantos estágios o aluno desejar, desde que a carga horária desenvolvida em cada estágio não seja inferior a 80 horas.

§1º. A carga horária semanal prevista para o Estágio Curricular obrigatório será de no máximo 30 horas, sem prejuízo do cumprimento das atividades acadêmicas pelo estagiário.

§2º. A carga horária do Estágio Curricular obrigatório será analisada juntamente com as demais informações de Estágio no momento da validação do Plano de Estágio.

CAPÍTULO V

DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DOS ESTÁGIOS

Art. 9º. A coordenação dos Estágios Curriculares obrigatórios será de responsabilidade do Diretor Acadêmico da Instituição de Ensino.

Art. 10. Compete à Coordenação de estágios curriculares as seguintes atribuições: I – articular-se com outros órgãos da Faculdade para firmar convênios e tratar assuntos gerais relativos a Estágios;

II – analisar e conferir a documentação dos acadêmicos e do campo de Estágio; III – orientar o acadêmico sobre a necessidade do estágio curricular e apresentação de documentos comprobatórios desta atividade.

CAPÍTULO VI

DAS BOLSAS DE ESTÁGIO

Art. 11. As Bolsas de Estágios constituem-se auxílio financeiro concedido pelas instituições que oferecem campos de Estágio a acadêmicos dos cursos regulares da Instituição de Ensino, com período e valor fixado em Termo de Compromisso, denotando consentimento de ambas as partes.

CAPÍTULO VII

DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

Art. 12. Os alunos deverão apresentar os comprovantes de estágio, de acordo com os critérios adotados neste regulamento, sob pena de não poder colar grau, em caso de não cumprimento deste.

Este regulamento entra em vigor nesta data.

10.3 ANEXO III – REGULAMENTO PARA O USO DO LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA

NORMAS E PROCEDIMENTOS

Laboratórios de Informática

1 – USUÁRIOS

São usuários dos Laboratórios os alunos, professores e funcionários da ESAMC Sorocaba e do Objetivo Sorocaba.

2 – IDENTIFICAÇÃO

A identificação dos alunos é feita mediante reconhecimento do cartão pela leitora óptica ou apresentação da Identidade Escolar nas portarias do Campus.

OBS.: A identificação de ex-alunos será mediante documento das respectivas secretarias de cada curso.

3 – RESERVAS de LABORATÓRIOS

- 3.1. As reservas podem ser realizadas pelos docentes que ministram as disciplinas ou pelos coordenadores, por meio do site: www.centroapoio.com.br ou diretamente no **Centro de Apoio**
- 3.2. As reservas devem ser feitas, no mínimo, com 24 (vinte e quatro) horas de antecedência.
- 3.3. As reservas não poderão ser efetuadas, antecipadamente, para todo o semestre, mas sim para, no máximo, 3 semanas, salvo disciplinas ministradas exclusivamente nos laboratórios.
- 3.4. O docente e/ou coordenação deve comunicar com antecedência de no mínimo 12 (doze) horas, a eventual suspensão de aula programada para o Laboratório; caso não o faça, a Coordenação do **Centro de Apoio** comunicará o fato à Coordenação Pedagógica, para que sejam tomadas as providências cabíveis.
- 3.5. Lembramos que desistências do uso do laboratório pelo professor, sem a devida comunicação, prejudicará outros professores e o corpo discente.

- 3.6. A presença do docente durante as aulas em laboratório é obrigatória, sendo de sua inteira responsabilidade os programas utilizados pelos alunos, bem como os equipamentos do Laboratório.
- 3.7. A critério da Coordenação do **Centro de Apoio**, um técnico poderá permanecer no laboratório durante toda a aula.
- 3.8. Durante a aula no Laboratório, todos os equipamentos, mesmo os que não estiverem sendo utilizados, estarão à disposição da disciplina, não sendo destinados a qualquer outro usuário, exceto com o consentimento do docente e conhecimento do técnico.
- 3.9. O não-comparecimento, após 15 minutos do início da aula, caracterizará a desistência da reserva, ficando o laboratório liberado para uso geral.
- 3.10. Quando não houver aulas, os laboratórios poderão ser usados pelos alunos em geral.

4 – SOFTWARE / HARDWARE

- 4.1. As solicitações para instalação de *software/hardware* devem ser feitas pelos coordenadores, por escrito, com 5 (cinco) dias úteis de antecedência, desde que exista em estoque, caso contrário, acrescentar o tempo de cotação. Os testes relativos à funcionalidade são de responsabilidade do solicitante.
- 4.2. O Técnico de cada Laboratório é responsável pelos *softwares* instalados nos mesmos.
- 4.3. É proibida a cópia e a distribuição de *softwares* utilizando equipamentos do Laboratório e/ou de uso pessoal, senão técnicos da Instituição.
- 4.4. É proibida a instalação de qualquer software sem a devida autorização da Coordenação do **Centro de Apoio**.
- 4.5. É proibida a intervenção (abrir gabinetes, desconectar cabos ou acessórios) por parte de pessoas não autorizadas, senão técnicos da Instituição.

5 – UTILIZAÇÃO

- 5.1. O Laboratório deve ser usado exclusivamente para atividades acadêmicas, sendo vedadas as atividades particulares ou para a prestação de serviços a terceiros.
- 5.2. Durante as aulas, poderão permanecer no Laboratório até dois usuários por equipamento, a critério do professor. Durante o uso geral, somente será permitida a permanência de um usuário por equipamento.
- 5.3. O Laboratório não é responsável pela perda de dados deixados nas máquinas. O usuário deverá gravar seus arquivos de dados/trabalhos em mídias removíveis de sua propriedade. Informamos que, periodicamente, as máquinas passam por manutenção e todos os arquivos são apagados.
- 5.4. O equipamento não deve ser ligado e desligado seguidamente. Em casos de panes ou problemas, deve ser solicitada a presença do técnico, que tomará as devidas providências, para tanto, comunicar o **Centro de Apoio**.
- 5.5. Antes de desligar o equipamento, os aplicativos abertos devem ser finalizados.
- 5.6. O extravio de acessórios, a má utilização dos equipamentos ou o dano proposital, quando caracterizado, terá como responsável o usuário.
- 5.7. A reposição do material extraviado ou danificado deverá ser feita, preferencialmente, em material igual e/ou equivalente, conforme as especificações técnicas do mesmo. Na impossibilidade, em caráter excepcional e com autorização da Coordenação do **Centro de Apoio**, a mesma poderá ser feita em espécie.
- 5.8. **É expressamente proibido e será considerado falta grave:**
 - 5.8.1. Fumar, beber ou lanchar no interior dos Laboratórios;
 - 5.8.2. Utilizar o Laboratório portando materiais inadequados como ferragens, aparelhos de som, instrumentos que possam gerar sinais elétricos e/ou magnéticos;
 - 5.8.3. Instalar ou “desinstalar” qualquer *software*, bem como alterar as configurações originais dos *softwares* instalados;
 - 5.8.4. Utilizar jogos de qualquer natureza;

- 5.8.5. Copiar ou remover arquivos de programas instalados nos computadores ou outros que não pertençam ao usuário;
- 5.8.6. Prestar serviços a terceiros;
- 5.8.7. Acessar *sites* e páginas da Internet que não sejam de natureza científico-acadêmica, que apresentem informações duvidosas quanto à sua natureza moral e ética, principalmente os de conteúdo pornográfico;
- 5.8.8. Utilizar a Internet para “bate-papo” através de chat, icq, irc, Skype ou qualquer outro *software* dessa natureza;
- 5.8.9. Trajar-se ou comportar-se de maneira inadequada ao ambiente acadêmico

6– Horários

Os laboratórios de informática funcionam de segundas a sextas-feiras, das 7h às 22h45 e aos sábados, das 8h às 16h

A infração de quaisquer dos itens anteriores implicará na notificação verbal, se necessário, formal, do ocorrido, pelo técnico do Laboratório ao Coordenador do **Centro de Apoio**, destacando o tipo de irregularidade cometida pelo usuário. Cabe ao Coordenador aplicar as penalidades previstas no regimento disciplinar da Instituição.

A utilização dos serviços descritos na presente norma implica na total aceitação de seus termos pelos usuários.

Coordenação do Centro de Apoio

10.4 ANEXO IV – PLANO DE CARREIRA DOCENTE

REGULAMENTO DO PLANO DE CARREIRA DOCENTE DA ESAMC

CAPÍTULO I

DO REGULAMENTO DO QUADRO DE CARREIRA DOCENTE

Artigo 1º - Este Regulamento tem por objetivo disciplinar o exercício das atividades do magistério Superior da Faculdade, nos termos do seu Regimento e normas legais.

CAPÍTULO II

DAS ATIVIDADES DO MAGISTÉRIO SUPERIOR

Artigo 2º - Entende-se como atividade do magistério Superior, toda aquela de ministração de aulas ou preleções, teóricas ou práticas, de orientação ou atendimento de alunos, de planejamento, supervisão, elaboração, participação, avaliação e execução de projetos ou programas de áreas de ensino, da pesquisa ou da extensão. § 1º - Os diversos cargos de estrutura universitária de nível administrativo ou acadêmico são definidos como cargos em Comissão, e remunerados na forma específica, aprovada pela Entidade Mantenedora.

§ 2º - A descrição de cargo dos docentes especificará os tipos de atividades a serem desenvolvidas.

Artigo 3º - São considerados relevantes para efeito de ingresso e exercício das funções de magistério Superior aqui definidas, a competência didática, científica e intelectual, os títulos acadêmicos, a experiência profissional e os valores éticos e morais do candidato.

III

DO CORPO DOCENTE

Artigo 4º - Constituem o Corpo Docente da Faculdade:

I. Professores Integrados do Quadro de Carreira

II. Professores Visitantes ou Colaboradores

III. Professores Eméritos

§ 1º - Os Professores Visitantes ou Colaboradores têm suas atribuições e encargos definidos em normas específicas.

§ 2º - Os Professores Visitantes ou Colaboradores são contratados em caráter eventual e temporário para ministrar cursos, disciplinas ou outras atividades do magistério Superior, por período que justifique.

§ 3º - Os Professores Visitantes ou Colaboradores poderão ingressar no Quadro de Carreira Docente se, após o período contratado, houver vaga disponível e verificado o cumprimento dos requisitos exigidos em cada caso, nível ou categoria funcional. § 4º - Professor Emérito é aquele convidado para lecionar por seu notório saber e experiência, qualificando-se como mestre excepcional, embora não possua necessariamente a titulação acadêmica de praxe.

CAPÍTULO IV

DO QUADRO DE CARREIRA DOCENTE

Artigo 5º - As categorias funcionais do Quadro de Carreira Docente, hierarquizadas em função da titulação acadêmica e outros indicadores expressos a seguir, são:

I. Professor Assistente

III. Professor Adjunto I

IV. Professor Adjunto II

V. Professor Titular I

VI. Professor Titular II

Artigo 6º - É requisito mínimo para ingresso na categoria de Professor Assistente: Possuir o certificado de conclusão do curso de Pós/Graduação “Lato Sensu”, com o mínimo de 360 h/a.

Artigo 7º - É requisito mínimo para ingresso ou promoção para a categoria de Professor Adjunto:

a) Nível I, estar matriculado em um programa de mestrado, tendo já concluído todos os créditos.

b) Nível II, possuir o título de Mestre, na área respectiva.

Artigo 8º - É requisito mínimo para ingresso ou promoção para a categoria de Professor Titular:

a) Nível I, estar matriculado em um programa de Doutorado, tendo já concluído todos os créditos.

b) Nível II, possuir o título de Doutor na área respectiva.

Artigo 9º - O ingresso direto ou promoção para os níveis das categorias funcionais descritas dependerão do atendimento dos requisitos exigidos de acordo com Tabelas de Pontuação mencionadas no art.10 e das vagas existentes.

§ 1º - Os docentes que são portadores apenas do título de graduação, em caráter excepcional, poderão ser contratados como Professores Colaboradores, nos termos do Artigo 4º e não farão parte do Plano de Carreira Docente.

Artigo 10º - Os docentes se enquadrarão nas categorias funcionais do Quadro de Carreira Docente, de acordo com a pontuação atingida conforme tabela abaixo:

II.	Professor Assistente	De 101 a 150 pontos;
III.	Professor Adjunto Nível I	De 151 a 200 pontos;
	Adjunto Nível II	De 201 a 250 pontos;
	Nível I	De 251 a 300 pontos;
	Acima de 300 pontos.	
IV.	Professor	
V.	Professor Titular	
VI.	Professor Titular Nível II	

§ 1º - Os fatores de avaliação e pontuação são os seguintes: a) Titulação:

- Especialista Lato-Sensu	15 pontos
- Mestrando (mais de 50% dos créditos)	25 pontos
- Mestre Stricto Sensu	50 pontos
- Doutorando (mais de 50% dos créditos)	75 pontos
- Doutor	100 pontos

b) Experiência não acadêmica:

- Cargo de chefia/consultor	25 pontos
- Gerente nível médio	50 pontos
- Cargo de diretoria	75 pontos
- Presidente/diretor geral	100 pontos

A experiência profissional deverá ser em área condizente com as matérias lecionadas e ser de, no mínimo, 2 anos no cargo. c) Anos de trabalho na ESAMC:

- Até 2 anos	15 pontos
- De 2 a 5 anos	25 pontos
- De 5 a 10 anos	35 pontos
- Mais de 10 anos	50 pontos

d) Experiência como docente em curso superior fora da ESAMC:

- Mínimo de 1 ano	10 pontos
- De 2 a 5 anos	15 pontos
- De 5 a 10 anos	25 pontos
- Acima de 10 anos	50 pontos

e) Produção Acadêmica, compreendendo Pesquisas, Artigos técnicos, Apostilas e Obras didáticas:

- avaliado como “satisfatório” pela Direção do curso durante 1 ano	25 pontos	-
--	-----------	---

Idem, durante 2 anos consecutivos 50 pontos

- Idem, durante 3 anos consecutivos	75 pontos
-------------------------------------	-----------

- *Idem, durante 4 anos consecutivos*

100 pontos

§ 2º - *Só é candidato a promoção o Docente que receber avaliação de desempenho em sala de aula, no mínimo, “satisfatória”.*

CAPÍTULO V

DA REMUNERAÇÃO

Artigo 11º - *Os Membros do Corpo Docente têm remuneração definida pela política salarial de sua Entidade Mantenedora, aprovada e atualizada periodicamente, de acordo com a legislação em vigor.*

§ 1º - *As atividades do magistério superior são remuneradas nos termos das categorias funcionais de enquadramento do professor no Quadro de Carreira docente ou nos termos do § 1º do Art. 2º deste Regulamento.*

§ 2º - *A remuneração de hora-aula ou hora-atividade nos cursos de pós-graduação ou extensão universitária, quando desenvolvida em caráter eventual ou por período determinado, será fixada nos termos da política salarial definida pela Entidade Mantenedora para cada caso, em função da característica do evento ou atividade e da titulação do professor, indicados pelo Diretor Geral, e cessará ao término do curso ou atividade, não gerando direito de comunidade, por serviço temporário.*

Artigo 12º - *O docente a quem for concedida licença remunerada, bolsa de estudos, bolsa-auxílio ou qualquer outra ajuda financeira obriga-se a servir a Faculdade, por igual período após o seu regresso ou término do benefício, ou a restituir as quantias recebidas, nos termos fixados no respectivo contrato.*

CAPÍTULO VI

REGIME DE TRABALHO

Artigo 13º - *A Faculdade adotará os seguintes regimes de trabalho para o desenvolvimento das atividades do magistério Superior:*

I. *Regime Horista: Para docentes contratados pela Instituição, exclusivamente, para ministrar horas-aula, independentemente da carga horária contratada, ou que não se enquadrem nos outros regimes de trabalho.*

II. *Regime de Tempo Parcial: Para docentes contratados com doze (12) ou mais horas semanais de trabalho, na instituição, nelas, reservados, pelo menos, 25% do tempo para estudos, planejamento, avaliação e orientação de alunos.*

III. *Regime de Tempo Integral: O regime de trabalho docente em tempo integral compreende a prestação de 40 horas semanais de trabalho, na Instituição, nele reservado o tempo de, pelo menos, 20 horas semanais para estudos, pesquisa, trabalhos de extensão, planejamento e avaliação.*

CAPÍTULO VII

DO REGIME DISCIPLINAR DO CORPO DOCENTE

Artigo 14º - *O regime disciplinar, seus direitos, deveres, atribuições e sanções, a ser aplicado ao membro do corpo docente da Faculdade, está previsto no Regimento em vigor e na legislação trabalhista.*

CAPÍTULO VIII

DO PROGRAMA INSTITUCIONAL DE CAPACITAÇÃO DOCENTE

Artigo 15º - *A instituição manterá um programa Institucional de Capacitação Docente, de caráter permanente, com recursos próprios e outros obtidos nos órgãos de fomento estadual ou federal, com vistas à melhoria da qualidade da titulação do seu docente, para a consequente melhoria das suas atividades-fim.*

§ 1º - O referido Programa contará com vários tipos de auxílios aos docentes para incentivo à realização de cursos de pós-graduação em nível de mestrado e doutorado, através de um auxílio financeiro necessário para atender às peculiaridades requisitadas pelos docentes.

§ 2º - O Regulamento do programa disporá sobre as diversas modalidades de auxílio a ser concedido. A liberação de recursos deverá obedecer ao plano econômico financeiro da mantenedora.

§ 3º - Com vistas à melhoria da qualidade das suas atividades-fim, a instituição adotará sistemas de acompanhamento do programa de capacitação e de avaliação de desempenho dos seus docentes.

CAPÍTULO IX

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 16º - A contratação ou dispensa do pessoal docente do magistério Superior é feita pela Entidade Mantenedora, nos termos dos procedimentos e normas regimentais, de acordo com a legislação trabalhista.

Artigo 17º - As contratações, aumentos de carga horária, promoções ou movimento do corpo docente que impliquem alterações de despesas, deverão ser aprovadas pela Entidade Mantenedora.

CAPÍTULO X

DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

Artigo 18º - Os docentes em exercício na data de aprovação deste Regulamento serão enquadrados nas respectivas categorias a que fizerem jus pelo sistema de pontuação conforme artigo 10, não podendo, entretanto, sofrer redução o valor da hora-aula que estiverem percebendo no momento do enquadramento.

Artigo 19º - Este regulamento pode ser reformado ou alterado mediante proposta da Entidade Mantenedora.

Artigo 20º - Os casos omissos serão resolvidos pela Entidade Mantenedora, excluindo-se os casos que não impliquem direta ou indiretamente em acréscimos ou dispêndios financeiros, que poderão ser resolvidos pelo Diretor Acadêmico da Graduação.

Artigo 21º - Este Regulamento entrará em vigor somente após a autorização de qualquer um dos cursos propostos, pelo Ministério da Educação.

10.6 ANEXO VI – REGULAMENTO PARA USO DA BIBLIOTECA

REGULAMENTO INTERNO DA BIBLIOTECA DA ESAMC SOROCABA

DO USO DA BIBLIOTECA

Art. 1º - A Biblioteca da ESAMC Sorocaba foi criada com a finalidade de fornecer apoio bibliográfico ao corpo discente e docente.

Art. 2º - A Biblioteca atende de segunda a sexta-feira no horário das 7h00 às 23h00, e aos sábados, das 7h30 às 14h30.

§ 1º - A Biblioteca tem seu horário de atendimento alterado no período de férias. § 2º - É proibido fumar, entrar com alimentos e bebidas, aparelhos sonoros, principalmente celulares ou ainda qualquer outro objeto que venha a perturbar o ambiente ou danificar o material bibliográfico.

DA INSCRIÇÃO

Art. 3º - Poderão usufruir dos serviços da Biblioteca alunos regularmente matriculados, professores e funcionários, alunos egressos para consulta local.

§ 1º - O cartão de identificação é único, de caráter pessoal e intransferível.

§ 2º - Não será efetuada nenhuma transação referente ao empréstimo domiciliar e consultas sem o cartão de identificação.

§ 3º - No caso de perda ou roubo do cartão, o usuário deverá comunicar imediatamente a Biblioteca e solicitar a 2ª via junto à Secretaria de cada curso ou ao setor de Recursos Humanos, em se tratando de professores ou funcionários. § 4º - O cancelamento da inscrição ocorrerá para o aluno no término do curso ou com o trancamento da matrícula; para professores e funcionários, com a rescisão do contrato.

DO EMPRÉSTIMO

Art. 4º - O empréstimo só poderá ser realizado através do cartão de identificação. Será da responsabilidade do usuário todo material emprestado em seu nome. Por isso, em caso de extravio, perda ou roubo, deverá comunicar o ocorrido à Biblioteca, para que seu cartão seja bloqueado.

Parágrafo único: O empréstimo só será realizado se o usuário não possuir pendências com a Biblioteca (multas, empréstimos em atraso ou suspensão)

Art. 5º - O empréstimo domiciliar da Biblioteca destina-se a professores, alunos e funcionários, conforme tabela a seguir:

CATEGORIA USUÁRIO	QUANT. LIVROS/TCCs	PRAZO	QUANT. VÍDEOS	PRAZO
Graduação	3	7 dias	1	-
Outros Cursos (Direito)	3	7 dias	1	-
Professores	5	15 dias	2	2 dias
Colaboradores	3	7 dias	1	-

§ 1º - Não será permitido o empréstimo domiciliar das obras de referência, raras e especiais, literatura básica com exemplar único identificado com etiqueta de consulta, arquivo de recortes, periódicos (revistas e jornais) e DVDs.

§ 2º - A biblioteca reserva a si o direito de alterar os prazos, com a finalidade de possibilitar um melhor atendimento.

DA RENOVAÇÃO:

Art. 6º - O empréstimo poderá ser renovado desde que não haja pedido de reserva por parte de outro usuário e nenhuma pendência na Biblioteca, conforme parágrafo único do Empréstimo deste regulamento.

Parágrafo único: A renovação só será efetuada mediante a apresentação do material, juntamente com o cartão de identificação.

DA RESERVA:

Art. 7º - O usuário poderá solicitar reserva do material para empréstimo, desde que não esteja disponível no acervo nem emprestado ao solicitante.

§ 1º - O material ficará disponível para o usuário pelo prazo de 48 horas, após a devolução.

§ 2º - O usuário será informado através de telefone e/ou e-mail que o material estará disponível.

§ 3º - É permitida apenas aos usuários sem pendências com a Biblioteca, conforme Parágrafo único do Empréstimo deste regulamento.

DA DEVOLUÇÃO:

Art. 8º - A devolução deverá ser realizada nos terminais localizados nos balcões de atendimento, através da entrega do material ao funcionário, não sendo permitido deixar o material sobre o balcão, pois, até a conclusão do processo, o usuário será o responsável pelo material emprestado.

§ 1º - A devolução do material emprestado deverá ser realizada dentro do prazo estabelecido. A não observância do período implicará na cobrança de multa diária que incidirá sobre cada material em atraso. As multas serão diferenciadas de acordo com o tipo de material.

§ 2º - No atraso da devolução do material de consulta, será cobrada a multa e o usuário será suspenso por 15 dias.

§ 3º - Após 30 dias de atraso, além do pagamento de multa, o usuário terá seu cartão de identificação suspenso por período igual ao dobro dos dias de atraso.

Parágrafo único: Qualquer pendência com a Biblioteca impedirá o usuário de realizar empréstimos e reservas.

Art. 9º - É de responsabilidade do usuário zelar pela conservação e preservação do material retirado. O extravio ou danificação de documentos implicará a reposição ou o pagamento do valor correspondente, no prazo máximo de trinta dias. Quando se tratar de obra esgotada, será estipulado pela direção o valor que deverá ser pago na Tesouraria da ESAMC Sorocaba.

DO INTERCÂMBIO:

Art. 12º - A Biblioteca manterá convênio com outras instituições. Para retirada do material será necessário preencher impresso específico.

§ 1º - O prazo estipulado pela instituição deverá ser respeitado pelo usuário. § 2º - O material emprestado será de inteira responsabilidade do usuário, cabendo a ele o ressarcimento do material extraviado ou danificado.

DO GUARDA-VOLUMES:

Art. 13º - O guarda-volumes, instalado na sala de leitura, não é eletrônico. O aluno, após guardar seus pertences, retira a chave própria trancando o compartimento. Quando desejar retirar seus pertences, basta abrir o armário com chave que está em seu poder.

DA SALA DE VÍDEO:

Art. 14º - A sala de vídeo deverá ser reservada com antecedência.

§ 1º - O máximo de alunos permitido na sala de vídeo será de 5 (cinco) usuários.

§ 2º - O usuário deverá devolver o DVD para a atendente.

§ 3º - A retirada de fone de ouvido e controle remoto será mediante a apresentação do cartão de identificação.

§ 4º - Não será permitida a modificação do canal de TV, estabelecido para utilização dos DVDs. **DA INTERNET:**

Art. 15º - A Biblioteca dispõe de terminais de acesso à Internet para uso **EXCLUSIVO** dos docentes e discentes da ESAMC de Sorocaba.

§ 1º - Cada usuário poderá utilizar os serviços de pesquisa na Internet.

§ 2º - Cada terminal deverá ser utilizado por no máximo 2 (dois) usuários.

§ 3º - Os terminais poderão ser utilizados somente para acesso à Internet. Para edição de gravuras ou digitação de trabalhos de qualquer espécie, o usuário deverá utilizar o Laboratório de Informática.

OS CASOS OMISSOS POR ESTE REGULAMENTO DEVERÃO SER ENCAMINHADOS À COORDENAÇÃO DA BIBLIOTECA.

1. DO HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

A Biblioteca funcionará de segunda a sexta-feira, no horário das 7h00 às 23h00, e aos sábados, das 7h30 às 14h30.

No período de férias o horário de funcionamento deverá ser alterado e informado.

Período de recesso escolar: **Poderá haver mudança de horário.**

2. DO USO DA BIBLIOTECA

- 2.1 O aluno ao efetuar a matrícula na faculdade estará automaticamente cadastrado na Biblioteca da ESAMC Sorocaba.
- 2.2 O Registro Acadêmico (RA) é de uso pessoal e intransferível.
- 2.3 Para retirar empréstimo, o usuário da Biblioteca ESAMC Sorocaba., deverá apresentar o RA ou documento com foto; professores apresentar documento de identificação.
- 2.4 No ato do atendimento (empréstimo, devolução e renovação) o usuário deverá assinar o comprovante de registro.
- 2.5 Para acesso à biblioteca, o usuário poderá entrar somente com material para anotações (lápiz, caneta, livro, caderno e folhas).
- 2.6 Não é permitido: fumar, ingerir alimentos, bebidas e utilizar aparelhos sonoros (principalmente telefone celular nas dependências das bibliotecas).

3. DO GUARDA-VOLUMES

- 3.1 guarda-volumes é destinado à guarda de pertences do usuário apenas durante sua permanência na Biblioteca.
- 3.2 A Biblioteca não é responsável pelo material deixado no guarda-volumes bem como no interior da Biblioteca.
- 3.3 Em armários sem chave, para utilizá-lo, o aluno deve trazer seu cadeado e retirá-lo ao sair.
- 3.4 Em armários com chave, os usuários devem se dirigir ao balcão de atendimento para retirar a chave, para isso é necessário deixar o RA para o uso. A perda ou extravio da chave incorrerá em troca de segredo/cópias de chave, com custas cobertas pelo usuário.
- 3.5 Armários deixados trancados após às 24:00 serão abertos e os itens deixados dentro dele disponibilizados para doação.

4. DA SALA DE ESTUDO EM GRUPO

4.1 O uso da Sala de Estudo em Grupo é permitido aos alunos e professores da ESAMC Sorocaba.

5 DO ATENDIMENTO AO USUÁRIO

5.1 Acervo de livre acesso.

5.2 É permitido ao usuário externo ou comunidade em geral a consulta local a todos os tipos de materiais.

6. DO EMPRÉSTIMO

6.1 Art. 4º - *O empréstimo só poderá ser realizado através do cartão de identificação. Será da responsabilidade do usuário todo material emprestado em seu nome. Por isso, em caso de extravio, perda ou roubo, deverá comunicar o ocorrido à Biblioteca, para que seu cartão seja bloqueado.*

Parágrafo único: O empréstimo só será realizado se o usuário não possuir pendências com a Biblioteca (multas, empréstimos em atraso ou suspensão)

6.2 Do prazo para empréstimo:

Art. 5º - O empréstimo domiciliar da Biblioteca destina-se a professores, alunos e funcionários, conforme tabela a seguir:

CATEGORIA USUÁRIO	QUANT. LIVROS/TCCs	PRAZO	QUANT. VÍDEOS	PRAZO
Graduação	3	7 dias	1	-
Outros Cursos (Direito)	3	7 dias	1	-
Professores	5	15 dias	2	2 dias
Colaboradores	3	7 dias	1	-

§ 1º - Não será permitido o empréstimo domiciliar das obras de referência, raras e especiais, literatura básica com exemplar único identificado com etiqueta de consulta, arquivo de recortes, periódicos (revistas e jornais) e DVDs.

§ 2º - A biblioteca reserva a si o direito de alterar os prazos, com a finalidade de possibilitar um melhor atendimento.

6.3 O empréstimo será efetuado somente pelo próprio usuário, não sendo permitida a retirada por terceiros.

6.4 Da quantidade de empréstimos permitidos:

Alunos: permitida a retirada de até 3 três materiais bibliográficos.

Professores: permitida a retirada de até 5 cinco materiais bibliográficos.

6.5 É vedado o empréstimo ao usuário, quando possuir pendências (suspensão, empréstimo em atraso ou débito).

6.6 É vedado o empréstimo de obras de referência como dicionários, enciclopédias, biografias, atlas e ainda, obras raras, periódicos e jornais.

7. DA DEVOLUÇÃO

7.1 O material bibliográfico retirado na Biblioteca ESAMC Sorocaba, poderá ser devolvido ou renovado, caso não haja reserva na Biblioteca.

7.2 A devolução deverá ser realizada na biblioteca, através da entrega do material ao funcionário, não sendo permitido deixar o material sobre o balcão.

7.3 O usuário é responsável pelo material até que o processo de devolução esteja concluído pelo funcionário.

8. DA RENOVAÇÃO

8.1 O empréstimo poderá ser renovado até 3 vezes pelo Portal Acadêmico, desde que não haja reserva por parte de outro usuário e o usuário não tenha pendência com a Biblioteca.

8.2 A renovação, no balcão de empréstimo, só será efetuada mediante a apresentação do material.

9. DA RESERVA

- 9.1 O usuário poderá solicitar reserva somente do material emprestado.
- 9.2 O material em reserva deverá ser retirado pelo usuário no prazo máximo de 48 horas.
- 9.3 A modalidade reserva é permitida aos usuários que não tenham pendências com a Biblioteca.

10. PENALIDADES

- 10.1 O atraso na devolução de material emprestado, resulta na aplicação da multa de R\$2,00 (dois reais) por dia e por material.
- 10.2 É de responsabilidade do usuário zelar pela conservação e preservação do material retirado. O extravio ou dano de documentos implicará na reposição do mesmo no prazo máximo de trinta dias. O usuário não estará isento de multa caso ultrapasse o período previsto de 30 (trinta) dias.
- 10.3 A responsabilidade pelas obras em poder do usuário, seja para consulta ou por empréstimo, será do próprio usuário.
- 10.4 Livros de consulta estão identificados com uma bolinha amarela e serão emprestados somente por 2 horas, caso atrase a devolução será cobrada uma multa de R\$2,00 por hora.

11. SERVIÇOS PRESTADOS

- 11.1 Empréstimos domiciliar.
- 11.2 Terminal de consulta ao acervo.
- 11.3 Orientação e treinamento dos usuários na utilização dos os serviços oferecidos.
- 11.4 Salas para estudo em grupo.
- 11.5 Preparação de bibliografia e auxílio nas tarefas bibliográficas.
- 11.7 Suporte a pesquisas realizadas.

12. DISPOSIÇÕES GERAIS

12.1 Os casos não previstos neste Regulamento serão resolvidos pela Bibliotecária responsável sob a autorização da Direção da Faculdade.

Bibliotecária: Edna Amaral Résio Cobello

- CPF: 020.904.478-00
- Conselho Regional de Biblioteconomia: CRB 8/8651 Acervo:

Total de livros e exemplares 9.535 títulos 34.500 exs.

Total de PGEs 864

10.7 ANEXO VII – REGIMENTO INTERNO

Faculdade FACULDADE ESAMC SOROCABA

REGIMENTO INTERNO

TÍTULO I - DA INSTITUIÇÃO

Capítulo I - DA CONSTITUIÇÃO E DA NATUREZA JURÍDICA

Art. 1º - A Faculdade ESAMC Sorocaba, com limite territorial de atuação na cidade de Sorocaba/ Estado de São Paulo, é um estabelecimento particular de ensino superior mantido pela Escola Superior de Gestão de Negócios Ltda., pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, com sede e foro nesta mesma cidade.

Parágrafo único: A Faculdade ESAMC Sorocaba será regida pela legislação vigente, em conformidade com o Contrato Social e por este Regimento.

Capítulo II - DAS FINALIDADES DA EDUCAÇÃO SUPERIOR

Art. 2º - A educação superior será ministrada na ESAMC Sorocaba, sob múltiplas formas e graus, promoverá a ciência e a cultura geral, e terá por finalidades precípuas:

- I.** Estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- II.** Formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, colaborando na sua formação contínua;
- III.** Incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura e, desse modo, desenvolvendo o atendimento do homem e do meio em que vive;
- IV.** Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;
- V.** Suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar sua correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos a uma estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração;
- VI.** Estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;
- VII.** Promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica gerada na ESAMC Sorocaba;
- VIII.** Manter intercâmbio com instituições congêneres no Brasil e no exterior, notadamente com setores de planejamento e pesquisas em geral, visando à atualização e ao aperfeiçoamento do ensino e aplicação dos conhecimentos especializados.

TÍTULO II - DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA ESAMC

Capítulo I – DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 3º - A administração da Faculdade ESAMC Sorocaba será exercida pelos seguintes órgãos:

- I. Presidência
- II. Diretoria Geral
- III. Diretoria Acadêmica
- IV. Conselho Acadêmico
- V. Colegiado de Cursos
- VI. Coordenação de Eixo
- VII. Coordenação do Curso
- VIII. Núcleo Docente Estruturante (NDE)
- IX. Comissão Permanente de Avaliação (CPA)
- X. Diretoria Geral dos Cursos PRONATEC
- XI. Órgãos Suplementares e de Apoio

§1º São órgãos suplementares e de apoio às atividades acadêmicas: o Centro de Atendimento ao Aluno (CAA), a Secretaria Geral, a Biblioteca, a Tesouraria e a Contabilidade, a Ouvidoria, o Apoio Psicopedagógico e os Demais Serviços.

§2º A Comissão Permanente de Avaliação - CPA é um órgão de assessoramento, responsável pela condução do processo de avaliação institucional, conforme a legislação vigente (artigo 11 da Lei nº 10.861/2004).

Seção I – DA PRESIDÊNCIA

Art. 4º - O Presidente da Faculdade ESAMC Sorocaba será designado pelo Conselho de Administração, órgão superior de deliberação da entidade Mantenedora. O mandato do Presidente será por tempo indeterminado.

Parágrafo Único: Em suas ausências ou impedimentos, o Presidente será substituído pelo Diretor Geral.

Art. 5º - São atribuições do Presidente:

- I. Representar a Faculdade ESAMC Sorocaba, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele;
- II. Supervisionar a administração do dia a dia das atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- III. Supervisionar as atividades dos demais diretores da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- IV. Supervisionar o planejamento e conduzir o desenvolvimento acadêmico e financeiro da Faculdade ESAMC Sorocaba no seu todo, a médio e longo prazo;
- V. Zelar pelo cumprimento dos objetivos estratégicos da Faculdade ESAMC Sorocaba, especialmente no que diz respeito ao seu desenvolvimento acadêmico e à qualidade dos cursos oferecidos;
- VI. Designar e dar posse ao Diretor Acadêmico, ao Coordenador Acadêmico e aos Representantes da Comunidade Acadêmica nos órgãos colegiados, respeitadas as condições estabelecidas neste Regimento Geral;

- VII.** Constituir Comissão Permanente de Avaliação - CPA, responsável pela condução do processo de avaliação institucional, que atenda aos requisitos estabelecidos pela legislação pertinente;

- VIII.** Decidir aos casos de natureza urgente ou que impliquem matéria omissa ou duvidosa, neste Regimento Geral, *ad referendum* do Conselho Superior;
- IX.** Cumprir e fazer cumprir as disposições deste Regimento Geral e exercer as demais atribuições conferidas por lei.
- X.** Quaisquer outras funções que lhe sejam determinadas pela Entidade Mantenedora.

Seção II – DA DIRETORIA GERAL

Art. 6º - O Diretor Geral será designado pelo Presidente da Faculdade ESAMC Sorocaba para mandato por tempo indeterminado, sendo permitida a renovação do seu contrato de trabalho por quantos períodos forem necessários.

Parágrafo único: Na vacância será designado novo Diretor Geral.

Art. 7º - Em suas ausências ou impedimentos, o Diretor Geral será substituído pelo Diretor Acadêmico.

Art. 8º - São atribuições do Diretor Geral:

- I.** Representar a Faculdade ESAMC Sorocaba, ativa e passivamente, em juízo ou fora dele;
- II.** Supervisionar a administração do dia-a-dia das atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- III.** Elaborar o plano semestral de atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba, juntamente com o Diretor Acadêmico;
- IV.** Elaborar a proposta orçamentária e seu plano de aplicação, encaminhando-os ao Presidente;
- V.** Representar o Diretor Acadêmico da Faculdade ESAMC Sorocaba em atos públicos ou privados quando este estiver impedido de fazê-lo;
- VI.** Gerenciar a qualidade do ensino de graduação e pós-graduação;
- VII.** Coordenar e supervisionar órgãos e atividades acadêmicas dos cursos de graduação e pós-graduação;
- VIII.** Dirimir dúvidas e resolver eventuais conflitos decorrentes de sua área de atuação;
- IX.** Cumprir e fazer cumprir as disposições deste Regimento e exercer as demais atribuições da área acadêmica conferidas por lei;
- X.** Zelar pelo cumprimento dos objetivos estratégicos da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- XI.** Quaisquer outras funções que lhe sejam determinadas pelo Presidente e pela Entidade Mantenedora.

Seção III – DA DIRETORIA ACADÊMICA

Art. 9º - O Diretor Acadêmico será designado pelo Presidente da Faculdade ESAMC Sorocaba para um mandato de 3 (três) anos, sendo permitida a renovação do seu contrato de trabalho por quantos períodos forem necessários.

Parágrafo único: Na vacância será designado novo Diretor Acadêmico.

Art. 10º - Em suas ausências ou impedimentos, o Diretor Acadêmico será substituído por um dos coordenadores, a ser indicado pelo Diretor Geral.

Art. 11º - São atribuições do Diretor Acadêmico:

- I.** Representar a Faculdade ESAMC Sorocaba em atos públicos ou privados;
- II.** Convocar e presidir reuniões acadêmicas;
- III.** Elaborar o plano semestral de atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba, juntamente com os Coordenadores dos Cursos;
- IV.** Elaborar a proposta orçamentária e seu plano de aplicação, encaminhando-os ao Presidente e ao Diretor Geral;
- V.** Conferir graus, expedir diplomas, títulos e certificados escolares, nos termos da legislação vigente;
- VI.** Assinar portarias internas;
- VII.** Assinar diplomas de graduação, de pós-graduação e demais certificados, juntamente com o(a) Secretário(a) Geral;
- VIII.** Fiscalizar o cumprimento integral do regime escolar;
- IX.** Zelar pela manutenção da ordem e disciplina no âmbito da Faculdade ESAMC Sorocaba, respondendo por abuso ou omissão;
- X.** Aplicar o regime disciplinar, conforme os dispositivos expressos neste Regimento;
- XI.** Autorizar as publicações, sempre que sejam de interesse da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- XII.** Criar e extinguir comissões auxiliares, quando necessário;
- XIII.** Propor ao Presidente e ao Diretor Geral acordos e convênios com entidades nacionais ou estrangeiras que envolvam o interesse da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- XIV.** Encaminhar ao órgão federal competente, nos termos da legislação vigente, o Regimento Interno aprovado pelo Conselho Acadêmico;
- XV.** Contratar e dispensar pessoal docente em atendimento a sugestões dos coordenadores de cursos;
- XVI.** Cumprir e fazer cumprir as disposições deste Regimento e exercer as demais atribuições conferidas por lei;
- XVII.** Resolver os casos omissos neste Regimento;
- XVIII.** Quaisquer outras funções que lhe sejam determinadas pelo Presidente, pelo Diretor Geral e pela Entidade Mantenedora.
- XIX.** Convocar e presidir as reuniões do Colegiado do Curso e do Núcleo Docente Estruturante - NDE;
- XX.** Propor à Diretoria Geral medidas visando ao aprimoramento constante da qualificação do corpo docente;
- XXI.** Dirimir dúvidas e resolver eventuais conflitos decorrentes na docência e com os demais colaboradores, em sua área de atuação;
- XXII.** Propor à Diretoria Geral medidas que visem assegurar um processo contínuo de melhoria de ensino-aprendizagem;
- XXIII.** Cumprir e fazer cumprir todas as determinações emanadas dos órgãos superiores;

Seção IV – DO CONSELHO ACADÊMICO

Art. 12º - O Conselho Acadêmico é órgão superior da Faculdade ESAMC Sorocaba, de competência consultiva, deliberativa e normativa, composto em sua maioria por docentes da Faculdade ESAMC Sorocaba, para a supervisão do ensino, da pesquisa e da extensão, composto de:

- I.** O Diretor Acadêmico, seu presidente;

- II. Um representante dos Coordenadores dos Cursos;
- III. Um representante do Corpo Docente;
- IV. O Secretário Geral;
- V. Um representante discente.
- VI. Um representante do Corpo Técnico-Administrativo
- VII. Um representante da Comunidade
- VIII. Um representante da Mantenedora

§1º Os Representantes dos Coordenadores de Curso, do Corpo Técnico-Administrativo, do Corpo Docente e do Corpo Discente, indicados pelos seus pares e designados pelo Diretor Acadêmico terão mandato de 2 (dois) anos, permitida a recondução.

§2º. O Representante da Comunidade, escolhido e designado pelo Presidente dentre nomes apresentados pelos órgãos da sociedade civil organizada de âmbito local, terá mandato de 02 (dois) anos, permitida a recondução.

§3º. O Representante da Mantenedora, por ela indicado, terá mandato de 02 (dois) anos, permitida a recondução.

Art. 13º - São atribuições do Conselho Acadêmico:

- I. Sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e ao desenvolvimento das atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- II. Aprovar a concessão de dignidades acadêmicas e títulos honoríficos;
- III. Deliberar sobre a criação, organização, modificação, suspensão ou extinção de cursos de graduação, extensão, pós-graduação e sequências, suas vagas, planos curriculares e questões sobre sua aplicabilidade, na forma da lei, encaminhando a proposta ao Presidente da Instituição;
- IV. Aprovar o Regimento Interno e sugerir modificações, quando couber, encaminhando ao órgão federal competente nos termos da legislação vigente;
- V. Propor a criação de comissões especiais para o estudo de quaisquer problemas ligados ao ensino, pesquisa e extensão;
- VI. Superintender e coordenar em nível superior todas as atividades acadêmicas desenvolvidas pela Faculdade ESAMC Sorocaba;
- VII. Fixar normas gerais e complementares as deste Regimento Geral sobre processo seletivo de ingresso aos cursos de graduação, currículos, planos de ensino, programas de investigação científica e extensão, matrículas, transferências, adaptações, aproveitamento de estudos, avaliação acadêmica e de curso, planos de estudos especiais, e outro que se incluam no âmbito de suas competências;

- VIII.** Deliberar sobre providências destinadas a prevenir ou corrigir atos de indisciplina coletiva e individual;
- IX.** Exercer as demais funções previstas neste regimento e na legislação de Ensino Superior.

Art. 14º - O Conselho Acadêmico reunir-se-á ordinariamente uma vez em cada semestre letivo e extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação do Presidente do Conselho, com a presença de pelo menos um terço de seus membros.

§ 1º - Todos os membros têm direito a voto, cabendo ao presidente o de qualidade, sendo vedados votos por procuração.

§ 2º - Salvo motivo de força maior, os membros do Conselho Acadêmico serão convocados com antecedência mínima de vinte e quatro horas, recebendo previamente a pauta dos trabalhos a serem analisados.

§ 3º - De todas as sessões realizadas, serão lavradas atas em livro próprio, por pessoa previamente indicada pelo(a) Secretário(a) Geral.

Seção V – DO COLEGIADO DOS CURSOS

Art. 15º - O Colegiado dos Cursos de Graduação, órgãos deliberativos e consultivos, tem por objetivo promover amplo diálogo e integração dos educadores com os discentes, numa estreita colaboração em benefício do educando, visando ao aprimoramento de sua formação intelectual, cultural e moral e auxiliando a Direção Acadêmica em defesa da qualidade do ensino e da coerência com a proposta da Faculdade ESAMC Sorocaba e sua prática pedagógica.

Parágrafo único: Os colegiados dos Cursos de Graduação funcionarão como órgão de apoio à Direção Acadêmica, Corpo Docente e Discente, em assuntos relacionados à conduta, métodos de ensino e critérios de avaliação, efetivando de modo constante e cooperativo a aproximação dos interesses das partes neles representadas.

Art. 16º - O colegiado de cada curso de graduação será composto por 2 (dois) membros permanentes e 3 (três) membros efetivos eleitos, quais sejam:

- I.** Como membros permanentes:
 - a) coordenador do curso, seu presidente;
 - b) assessor pedagógico, como seu secretário;
- II.** Como membros efetivos eleitos:
 - a) 2 (dois) representantes do corpo docente do curso;
 - b) 1 (um) representante do corpo discente do curso.

Parágrafo único: Os membros efetivos eleitos terão mandato de 1 (um) ano de duração, com direito a recondução.

Art. 17º - São Atribuições dos Colegiados dos Cursos:

- I.** Sugerir quanto ao perfil do curso e diretrizes gerais das disciplinas, com suas ementas e respectivos programas;

- II. Sugerir quanto à estrutura curricular do curso e suas alterações, com a indicação das disciplinas e respectivas cargas-horárias, encaminhando à aprovação do Diretor Acadêmico e homologação do Vice-Presidente Acadêmico;
- III. Discutir temas ligados à educação e ao ensino a partir da realidade vivida na Faculdade ESAMC Sorocaba, constatada por docentes e discentes, e encaminhar suas sugestões à Diretoria Acadêmica;
- IV. Exercer outras atividades de sua competência ou que lhe forem delegadas pelo Conselho Acadêmico.

Art. 18º - O colegiado de cada curso reunir-se-á ordinariamente uma vez em cada semestre letivo e extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação de seu presidente.

§ 1º - Todos os membros têm direito a voto, cabendo ao Coordenador do Curso o de qualidade, sendo vedados votos por procuração.

§ 2º - Salvo motivo de força maior, os membros do Colegiado do Curso serão convocados com antecedência mínima de vinte e quatro horas, recebendo previamente a pauta dos trabalhos a serem analisados.

§ 3º - As reuniões do colegiado de cada curso deverão ser abertas, com no mínimo, a presença de 3 (três) de seus membros, sempre com a presença do presidente do colegiado ou de seu substituto.

§ 4º - De todas as sessões realizadas, serão lavradas atas em livro próprio, pelo secretário do colegiado do curso respectivo.

Art. 19º - Doravante os Colegiados dos Cursos serão ouvidos pela Diretoria Acadêmica nos assuntos relacionados com recursos didático-pedagógicos, critérios de avaliação e conteúdos dos planos de ensino, e outros assuntos pertinentes ao processo de ensinoaprendizagem.

Seção VI – DA COORDENAÇÃO DE EIXO

Art. 20º - O coordenador do Eixo será responsável por coordenar um núcleo de cursos de uma mesma área de conhecimento junto à instituição de ensino e atuará como um agente facilitador de mudanças, com o corpo docente e discente da Faculdade Esamc Sorocaba, e acompanhando as tendências e as inovações desta área de conhecimento, visando ao fortalecimento da relação entre a educação superior e o mercado.

Art. 21º - O Coordenador do Eixo será indicado pelo Diretor Acadêmico, para mandatos por tempo indeterminado.

Art. 22º - O Coordenador do Eixo dará suporte permanente aos coordenadores de curso e se reportará ao Diretor Acadêmico.

Art. 23º - Compete ao Coordenador do Eixo:

- I. Planejar e propor melhorias nos cursos (acadêmicas e de infraestrutura);
- II. Conhecer e participar nos processos de elaboração e revisão dos Projetos de Cursos, juntamente com o Colegiado e o NDE dos cursos;

- III.** Conhecer e participar nos processos de elaboração e revisão dos Projetos de Cursos, juntamente com o Colegiado e o NDE dos cursos;
- IV.** Conhecer e participar nos processos de elaboração e revisão de PDI e PPI da Faculdade Esamc Sorocaba;
- V.** Definir corpo docente para grade dos cursos do eixo e atribuir aula em comum acordo com a Diretoria da Faculdade Esamc Sorocaba;
- VI.** Planejar treinamentos para o corpo docente;
- VII.** Dar suporte aos coordenadores de curso e ao corpo docente do seu eixo e acompanhar pelo diário de classe o conteúdo ministrado pelo docente;
- VIII.** Incentivar e controlar a participação dos docentes em programas de capacitação ofertados pela Faculdade Esamc Sorocaba;
- IX.** Presidir reuniões regulares com coordenadores de curso e com o corpo docente do eixo;
- X.** Presidir reuniões regulares com representantes discentes de eixo;
- XI.** Apresentar ao corpo discente os resultados de avaliação institucional, prestando esclarecimento de situações apontadas;
- XII.** Apresentar ao corpo discente as melhorias e novas ações da Faculdade Esamc Sorocaba;
- XIII.** Exercer as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei, atribuídas pelas Diretorias da Faculdade Esamc Sorocaba e neste Regimento.

Seção VII – DA COORDENAÇÃO DO CURSO

Art. 24º - O Coordenador do Curso será responsável pela coordenação acadêmica e técnicopedagógica do curso a ele vinculado.

Art. 25º - O Coordenador do Curso será indicado pelo Diretor Acadêmico, para mandatos por tempo indeterminado.

Art. 26º - O Coordenador do Curso responsabilizar-se-á pela qualidade e eficácia do curso.

Art. 27º - Compete ao Coordenador do Curso:

- I.** Presidir as reuniões do Colegiado do Curso;
- II.** Propor à Diretoria Acadêmica medidas visando ao aprimoramento constante da qualificação do corpo docente;
- III.** Dirimir dúvidas e resolver eventuais conflitos na docência e com os demais colaboradores, em sua área de atuação;
- IV.** Propor para discussão da Diretoria Acadêmica da Faculdade ESAMC Sorocaba medidas necessárias visando assegurar um processo contínuo de melhoria de ensino/aprendizagem;
- V.** Cumprir e fazer cumprir todas as determinações emanadas dos órgãos superiores;
- VI.** Sugerir modificações para o currículo pleno dos cursos em atividade na Faculdade ESAMC Sorocaba, encaminhando-as à Diretoria Acadêmica;
- VII.** Sugerir normas de funcionamento dos estágios curriculares;
- VIII.** Sugerir medidas que visem ao aperfeiçoamento e desenvolvimento das atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba, bem como opinar sobre assuntos pertinentes que lhe sejam submetidos pelo Diretor Acadêmico;
- IX.** Sugerir a contratação e dispensa de pessoal docente;
- X.** Exercer as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei e neste Regimento.
- XI.** Apoiar a coordenação de Eixo para seleção, contratação e dispensa de docentes;
- XII.** Apoiar a coordenação de Eixo na definição de docentes para grade do curso e atribuição de aula;
- XIII.** Estimular e controlar a participação dos docentes em programas de capacitação ofertados pela Faculdade Esamc Sorocaba;
- XIV.** Participar de reuniões regulares com coordenadores de eixo e com os docentes do curso;
- XV.** Atender o corpo discente em suas demandas cotidianas e orientações pedagógicas/acadêmicas e atender a futuros alunos;
- XVI.** Apoiar o coordenador de eixo na apresentação dos resultados de avaliação institucional, prestando esclarecimento de situações apontadas;
- XVII.** Apoiar o coordenador de eixo na apresentação de melhorias e novas ações da Faculdade Esamc Sorocaba;
- XVIII.** Exercer as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei e atribuídas pelas Diretorias da Faculdade ESAMC Sorocaba e neste Regimento.

Seção VIII – DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE – NDE

Art. 28º - Os Núcleos Docentes Estruturantes são os órgãos consultivos responsáveis pela concepção do Projeto Pedagógico dos Cursos de Graduação da Faculdade ESAMC Sorocaba e têm por finalidade a implantação, avaliação e consolidação dele.

Art. 29º - São atribuições dos Núcleos Docentes Estruturantes:

- I.** Atualizar periodicamente o projeto pedagógico dos cursos;
- II.** Conduzir os trabalhos de reestruturação curricular, para aprovação no Colegiado de cada curso, sempre que necessário;
- III.** Analisar e avaliar os conteúdos programáticos dos componentes curriculares;
- IV.** Apresentar, acompanhar e participar de atividades vinculadas à iniciação científica;
- V.** Exercer as demais atribuições que lhes são explícitas ou implícitas conferidas pelo Regimento da ESAMC Sorocaba, bem como a legislação e regulamentos em vigor.

Art. 30º - Os Núcleos Docentes Estruturantes serão constituídos:

- I.** Pela coordenação do curso, como coordenador do núcleo;
- II.** Por docentes do curso, conforme legislação vigente.

Art. 31º - O coordenador será substituído nas faltas e impedimentos pelo membro do Núcleo Docente Estruturante há mais tempo na Instituição.

Art. 32º - Compete aos Coordenadores de cada NDE:

- I.** Convocar e presidir as reuniões, com direito a voto;
- II.** Representar o NDE junto aos órgãos da instituição;
- III.** Encaminhar as deliberações do NDE;
- IV.** Designar relator ou comissão para estudo de matéria a ser decidida pelo NDE e um representante do corpo docente para secretariar e lavrar as atas;
- V.** Coordenar a integração com os demais colegiados e setores da instituição.

Art. 33º - Os docentes serão convidados pela diretoria acadêmica da instituição a comporem cada NDE e homologados pelo Colegiado do Curso, conforme legislação vigente.

Art. 34º - Cada NDE reunir-se-á, ordinariamente, por convocação de iniciativa do seu Coordenador uma vez por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo coordenador ou pela maioria de seus membros titulares.

Art. 35º - A reunião se iniciará no horário previsto na convocação, independentemente do número de presentes.

Art. 36º - Os trabalhos das sessões ordinárias seguirão a pauta da convocação, porém assuntos de urgência poderão ser submetidos à consideração do plenário, a critério do NDE, se encaminhados por um dos seus membros.

Art. 37º - As decisões do NDE serão tomadas por maioria simples de votos, com base no número de presentes.

Art. 38º - Das reuniões se lavrará, por um dos membros do NDE, a ata que, depois de lida e aprovada, será assinada pelos presentes.

Seção IX – COMISSÃO PERMANENTE DE AVALIAÇÃO - CPA

Art. 39 - A Comissão Permanente de Avaliação (CPA), com as atribuições de conduzir os processos de avaliação internos da instituição, bem como de sistematizar e prestar as informações solicitadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), aquela obedecerá às seguintes diretrizes:

- I. Constituição por ato do dirigente máximo da instituição de ensino superior, ou por previsão no seu próprio estatuto ou regimento, assegurada a participação de todos os segmentos da comunidade universitária e da sociedade civil organizada, e vedada a composição que privilegie a maioria absoluta de um dos segmentos;
- II. Atuação autônoma em relação a conselhos e demais órgãos colegiados existentes na instituição de educação superior.

Seção X – DIRETORIA GERAL DOS CURSOS PRONATEC

Art. 40º - O Diretor Geral dos Cursos PRONATEC será designado pela Mantenedora da ESAMC para mandato por tempo indeterminado, sendo permitida a renovação do seu contrato de trabalho por quantos períodos forem necessários.

Parágrafo único: Na vacância será designado novo Diretor.

Art. 41º - Em suas ausências ou impedimentos, o Diretor Geral dos Cursos PRONATEC será substituído por um dos Coordenadores de cursos, a ser indicado pela Mantenedora.

Art. 42º - São atribuições do Diretor Geral dos Cursos PRONATEC:

- I. Representar a ESAMC SOROCABA em atos públicos ou privados relacionados aos cursos Pronatec;
- II. Convocar e presidir reuniões relacionadas aos Cursos Pronatec;
- III. Elaborar o plano semestral de atividades dos Cursos Pronatec, juntamente com os Coordenadores dos Cursos;
- IV. Elaborar a proposta orçamentária e seu plano de aplicação, encaminhando-os à Mantenedora;
- V. Expedir certificados escolares dos Cursos Pronatec, nos termos da legislação vigente;
- VI. Assinar certificados dos Cursos Pronatec, juntamente com o(a) Secretário(a) geral;
- VII. Fiscalizar o cumprimento integral do regime escolar dos Cursos Pronatec;
- VIII. Zelar pela manutenção da ordem e disciplina no âmbito da ESAMC Sorocaba, respondendo por abuso ou omissão;
- IX. Aplicar o regime disciplinar aos discentes, conforme os dispositivos expressos no Regimento Interno dos Cursos Técnicos Pronatec;
- X. Autorizar as publicações relacionadas aos Cursos Pronatec, sempre que sejam de interesse da ESAMC Sorocaba;
- XI. Criar e extinguir comissões auxiliares, quando necessário;
- XII. Propor à Mantenedora acordos e convênios com entidades nacionais ou estrangeiras que envolvam o interesse para os Cursos PRONATEC;
- XIII. Contratar e dispensar professores que ministram aulas nos Cursos Técnicos Pronatec;
- XIV. Acompanhar o planejamento, execução e avaliação das atividades dos Cursos Técnicos Pronatec;

- XV.** Os Cursos PRONATEC da ESAMC Sorocaba obedecerão a um Regulamento Interno Próprio, observadas as prescrições fixadas pela legislação vigente e por este Regimento.

Seção XI – DOS ÓRGÃOS SUPLEMENTARES E DE APOIO

Subseção I – DA SECRETARIA GERAL

- Art. 43º** - A Secretaria Geral, órgão de execução administrativa dos serviços escolares, é subordinada à Diretoria Geral Acadêmica e será dirigida por um(a) Secretário(a), com as seguintes atribuições:
- I.** Organizar a escrituração escolar da Faculdade ESAMC Sorocaba, que deve ser mantida rigorosamente atualizada e conferida;
 - II.** Organizar e trazer em dia a coletânea de leis, regulamentos, instruções, ordens de serviço e livro de escrituração;
 - III.** Exercer a chefia da Secretaria Geral, distribuindo equitativamente os trabalhos entre os seus auxiliares;
 - IV.** Assinar diplomas com o Diretor Acadêmico nos termos legais e os demais certificados e atestados escolares;
 - V.** Organizar e atualizar os arquivos e prontuários dos alunos, de modo que se atenda prontamente a qualquer pedido de informação ou esclarecimentos do interessado ou da direção;
 - VI.** Redigir e publicar editais de processo seletivo e supervisionar a sua operacionalidade;
 - VII.** Deliberar sobre pedidos de transferência e aproveitamento de estudos;
 - VIII.** Apresentar relatórios das atividades da Secretaria à Diretoria Acadêmica;
 - IX.** Cumprir e fazer cumprir as determinações da Diretoria Acadêmica e exercer as demais funções que lhe forem confiadas.

Subseção II – DA BIBLIOTECA

- Art. 44º** - A Biblioteca, subordinada à Diretoria Acadêmica, será dirigida por um bibliotecário, legalmente

habilitado, com as seguintes atribuições:

- I.** Registrar, catalogar, classificar informaticamente e dentro dos princípios modernos da biblioteconomia o material bibliográfico;
- II.** Adquirir, receber, conferir, organizar, guardar, promover e manter o acervo bibliográfico para a utilização no ensino, na pesquisa, na extensão e na cultura;
- III.** Superintender e fiscalizar os acervos da Biblioteca e toda sua estrutura física;
- IV.** Planejar, organizar, dirigir e controlar os recursos humanos, materiais e financeiros da Biblioteca;
- V.** Manter os serviços informatizados de intercâmbio com bibliotecas, órgãos similares e instituições técnico-científicas ou culturais, nacionais e internacionais, propondo convênios com bibliotecas e outras instituições;
- VI.** Orientar os alunos que procuram a Biblioteca para a realização de suas pesquisas, na busca da bibliografia específica através da base de dados on-line;
- VII.** Organizar o catálogo geral de referências bibliográficas para as disciplinas dos cursos da Faculdade ESAMC Sorocaba, colocando-o à disposição do corpo docente para pesquisa e sugestão dos alunos, oferecendo serviços e produtos que contribuam para o desenvolvimento do ensino, pesquisa, extensão e atividades científicas e culturais;

VIII. Propor à Diretoria Acadêmica a aquisição de obras e assinaturas de publicações que sejam sugeridas pelos Coordenadores de Curso;

- IX.** Representar a Biblioteca sempre que se fizer necessário;
- X.** Distribuir o pessoal técnico-administrativo da Biblioteca e as tarefas de acordo com as necessidades dos serviços;
- XI.** Encaminhar à Coordenação Acadêmica, anualmente, relatório das atividades;
- XII.** Exercer as demais atividades dentro da sua área de atuação, que lhe forem conferidas pelo Diretor Acadêmico.

Art. 45º - A Biblioteca disporá de meios necessários à melhoria do ensino–aprendizagem, em horário definido por um regulamento próprio.

Art. 46º - A Biblioteca, em todas as suas atividades, será regida por regulamento próprio, aprovado pela Coordenação Acadêmica.

Subseção III – DOS DEMAIS SERVIÇOS

Art. 47º - Os serviços financeiros, de contabilidade, manutenção, limpeza, portaria, vigilância e segurança, além dos técnicos de laboratórios, estarão sob a responsabilidade da Mantenedora.

TÍTULO III – DA ATIVIDADE ACADÊMICA

Capítulo I – DO ENSINO

Art. 48º - A Faculdade ESAMC Sorocaba manterá cursos de educação superior por campo do saber de diferentes níveis de abrangência, abertos à matrícula de candidatos que atendam aos seguintes itens:

- I.** Cursos sequenciais por campo de saber, de diferentes níveis de abrangência, abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos pelas instituições de ensino, desde que tenham concluído o ensino médio ou equivalente;
- II.** Cursos tecnológicos, de diferentes níveis de abrangência, abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos pelas instituições de ensino, desde que tenham concluído o ensino médio ou equivalente;
- III.** De graduação, abertos a candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente e tenham sido classificados em processo seletivo;
- IV.** De pós-graduação, compreendendo programas de mestrado e doutorado, cursos de especialização, aperfeiçoamento e outros, abertos a candidatos diplomados em cursos de graduação e que atendam às exigências das instituições de ensino;
- V.** De extensão, abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos em cada caso pelas instituições de ensino.

Seção I – DA GRADUAÇÃO

Art. 49º - As vagas e os turnos de funcionamento dos Cursos de Graduação da Faculdade ESAMC Sorocaba serão os autorizados pelo órgão federal competente nos termos da legislação vigente.

Art. 50º - A integralização curricular dar-se-á pela conclusão do currículo pleno, sendo o período mínimo de integralização o estabelecido pelo órgão federal competente nos termos da legislação vigente, e o período máximo de integralização de 15 semestres para o curso de bacharelado e 8 semestres para os cursos superiores de tecnologia; 12 semestres para o curso de Licenciatura em Pedagogia e 10 semestres para os demais cursos de Licenciatura.

Art. 51º - Os currículos plenos serão elaborados de acordo com as diretrizes nacionais curriculares editadas pelo órgão federal competente nos termos da legislação vigente.

Art. 52º - Os currículos plenos propostos para os cursos de graduação, integrados por disciplinas e práticas, serão desenvolvidos em regime semestral, por sistema seriado.

Art. 53º - A integralização do currículo pleno do curso, tal como formalizado no Projeto Pedagógico do Curso, habilita à obtenção do diploma.

Art. 54º - O não cumprimento dos requisitos curriculares dentro do prazo máximo estabelecido para a integralização dos cursos implicará no desligamento compulsório do aluno do curso respectivo.

Art. 55º - O aluno que satisfizer plenamente as exigências curriculares fica habilitado a obter o diploma respectivo

Art. 56º - A Faculdade ESAMC Sorocaba informará aos interessados, antes de cada período letivo, as condições de oferta dos cursos, em atendimento à legislação vigente.

Art. 57º - A faculdade pode oferecer até 20% da carga horária do curso em regime semipresencial, conforme regulamentação interna à parte, disponível a todos os interessados, sem que isso se reflita na redução do valor do curso, visto que os mesmos conteúdos e suporte serão oferecidos nessa situação, em conformidade com a legislação vigente.

Art. 58º - A sequência de disciplinas oferecidas nas grades de ingressantes no primeiro semestre poderá ser diferente da oferecida para os ingressantes no segundo semestre, embora sejam comuns em sua totalidade. Essas diferenças sequenciais poderão não se restringir ao primeiro semestre de cada curso, ou seja, poderão ocorrer em qualquer outro semestre, sempre respeitando a totalidade de disciplinas componentes do curso.

Art. 59º - O tempo mínimo de cada aula será de 50 minutos, podendo ser ampliado dependendo do número de aulas oferecidas a cada período (exemplo: 4 aulas de 50 minutos por período (200 minutos totais), ou 3 aulas de 54 minutos cada (162 minutos totais, nos casos de oferta semipresencial).

Seção II – DA PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

Art. 60º - Os programas de Pós-Graduação Lato Sensu da Faculdade ESAMC Sorocaba obedecerão a um regulamento interno próprio, observadas as prescrições fixadas pela legislação vigente.

Capítulo II – DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

Art. 61º - A Faculdade ESAMC Sorocaba manterá atividades de extensão cultural, para a difusão de conhecimentos e técnicas pertinentes à área de atuação de seus cursos.

TÍTULO IV – DO REGIME ESCOLAR

Capítulo I – DO ANO LETIVO

Art. 62º - O ano letivo, independente do ano civil, abrangerá no mínimo, duzentos dias, distribuídos em dois semestres letivos regulares, cada um com, no mínimo, cem dias de atividades escolares distribuídos semanalmente de 2^a a sábado.

§ 1º - O período letivo prolongar-se-á sempre que necessário para que se completem os dias letivos previstos, bem como para o integral cumprimento do conteúdo e carga horária estabelecidos nos planos de ensino das disciplinas.

§ 2º - Entre os períodos letivos regulares, poderão ser executados programas não curriculares objetivando a utilização dos recursos materiais e humanos disponíveis.

Art. 63º - O aluno poderá solicitar a suspensão de disciplina(s) em dependência para cursá-la no semestre letivo vigente seguinte, mediante requerimento à Direção Acadêmica, na Secretaria Geral, respeitando o prazo fixado no calendário escolar, que analisará as possibilidades, de forma a não prejudicar a integralização do currículo e a vida acadêmica do interessado.

Art. 64º - As atividades da Faculdade ESAMC são escalonadas semestralmente em calendário escolar, do qual constarão, pelo menos, o início e o encerramento dos períodos letivos.

Art. 65º - A duração do curso poderá ser abreviada, de acordo com as normas da Instituição, para os alunos que tenham extraordinário aproveitamento de estudos, demonstrado por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específica, aplicadas em Banca Examinadora Especial.

Capítulo II – DO PROCESSO SELETIVO

Art. 66º - O processo seletivo será destinado a avaliar a formação recebida pelos candidatos e a classificá-los dentro do estrito limite das vagas oferecidas.

§ 1º - As vagas oferecidas nos cursos de graduação serão as autorizadas pelo órgão federal competente nos termos da legislação vigente.

§ 2º - As inscrições para o processo seletivo serão abertas em edital, do qual constarão os cursos oferecidos com as respectivas vagas, os prazos de inscrição e demais informações úteis, que serão também divulgadas em página eletrônica própria, obedecendo à legislação vigente.

§ 3º - O processo seletivo é válido somente para o período previsto no edital a que se refere, tornando-se nulos seus efeitos se o candidato classificado não apresentar a documentação exigida completa, dentro dos prazos fixados.

§ 4º - Na hipótese de restarem vagas não preenchidas, poderá a Faculdade ESAMC Sorocaba realizar novo processo seletivo, ou nelas poderão ser recebidos alunos transferidos de outras instituições, ou portadores de diploma de ensino superior, ou participantes do ENEM, mediante processo seletivo.

Capítulo III – DA MATRÍCULA

Art. 67º - A matrícula, ato formal de ingresso no curso de graduação da Faculdade ESAMC Sorocaba, realizar-se-á em prazos estabelecidos e com a documentação exigida, a assinatura do contrato de prestação de serviço e o pagamento da primeira mensalidade.

§ 1º - No caso de diplomado em curso de ensino superior será exigida, além da documentação regular, a apresentação do diploma, devidamente registrado.

§ 2º - Para os alunos que concluíram o Ensino Médio ou equivalente no exterior, é necessária a apresentação do histórico escolar e do certificado de conclusão com tradução juramentada, além do documento de equivalência dos estudos no Brasil emitido pela Secretaria de Educação.

Parágrafo único: No caso de ingresso na Graduação de diplomado em curso de nível superior, é exigida a apresentação do diploma, devidamente registrado, em substituição ao documento previsto no item I deste artigo.

Art. 68º - A renovação da matrícula será feita semestralmente, on-line, em prazo fixado em informativos internos.

§ 1º - A não renovação da matrícula implica abandono do curso e desvinculação do aluno da Faculdade ESAMC. O aluno, para retornar à Faculdade ESAMC Sorocaba, deverá submeter-se a novo processo seletivo, e somente poderá aproveitar as disciplinas do curso nas quais tenha sido devidamente aprovado.

§ 2º - Iniciado o semestre letivo e havendo existência de vaga, a Faculdade ESAMC Sorocaba poderá aceitar a matrícula e renovação da matrícula do aluno até a data que não ultrapasse 25% (vinte e cinco por cento) do total de aulas previstas para o semestre letivo vigente, conforme calendário escolar; neste caso, o aluno assumirá as faltas das aulas ministradas até a data da matrícula, assim como as avaliações com notas já distribuídas.

§ 3º - O requerimento de renovação de matrícula é efetivado mediante o pagamento da primeira parcela da semestralidade, sendo condição para sua efetivação a quitação de débitos anteriores;

Capítulo IV – DO TRANCAMENTO DE MATRÍCULA

Art. 69º - Será concedido o trancamento de matrícula no curso a aluno regularmente matriculado no semestre corrente, por motivo justificado.

§ 1º - O trancamento será concedido no período estabelecido no calendário escolar, por tempo expressamente estipulado, devendo o aluno formalizar a renovação do trancamento a cada semestre letivo vencido.

§ 2º - O requerimento para trancamento só é concedido após a renovação de matrícula.

§ 3º - A não renovação do trancamento, a cada semestre letivo vencido, implicará situação de abandono do curso.

§ 4º - O trancamento de matrícula é válido por um semestre letivo, independente do mês em que foi concedido. Na intenção do aluno de manter vínculo com a Instituição, o mesmo deverá

efetivar a matrícula e o respectivo trancamento no início de cada semestre. Esse processo poderá ser repetido por, no máximo, quatro semestres letivos.

§ 5º - O tempo em que o aluno estiver com matrícula trancada não conta para cumprimento de prazo de integralização do curso.

§ 6º - Toda vez que o aluno interromper o curso, ao retornar à ESAMC SOROCABA, deverá submeter-se ao currículo do curso e turno das disciplinas que estiverem em vigor.

§ 7º - O aluno deverá estar adimplente para com todas as obrigações contraídas perante a faculdade, incluindo aquelas decorrentes do contrato de prestação de serviços educacionais e também outras decorrentes de qualquer outra eventual relação mantida anteriormente entre as partes.

Art. 70º - O aluno que interromper o curso por trancamento, ao retornar à Faculdade ESAMC Sorocaba, deverá adaptar-se ao currículo do curso e turno das disciplinas que estiverem em vigor.

Capítulo V – DO CANCELAMENTO E/OU DESISTÊNCIA (ABANDONO)

Art. 71º - O cancelamento da matrícula será efetivado através de protocolo no Centro de Atendimento ao Aluno, pelo próprio ou por seu responsável financeiro.

Parágrafo único – O aluno que não efetivar a rematrícula até o prazo limite de 75% de frequência (ou 25% de faltas), será considerado desistente, portanto, automaticamente estará em situação de abandono.

Art. 72º - No caso de desligamento por cancelamento e/ou por desistência de matrícula (abandono), o aluno, para retornar à Faculdade ESAMC Sorocaba, deverá submeter-se a novo processo seletivo.

Capítulo VI – DA TRANSFERÊNCIA EXTERNA E INTERNA

Art. 73º - Serão aceitas transferências de alunos regulares, para áreas afins, na hipótese de existência de vaga e mediante processo seletivo.

Art. 74º - Será concedida matrícula a aluno transferido de curso superior de instituição congênere, nacional ou estrangeira, para prosseguimento de estudos em cursos afins, na estrita conformidade das vagas existentes e requeridas nos prazos fixados no edital de transferência e mediante Processo Seletivo.

§ 1º - No caso de aluno estrangeiro, a documentação escolar deverá estar traduzida e juramentada.

§ 2º - O documento pertinente nos termos da legislação vigente será exigido no ato da matrícula.

Art. 75º - As transferências ex-officio se darão conforme legislação em vigor (Lei nº 9.536/97 e Art. 49, parágrafo único, da Lei nº 9.394/96), no que se refere à disponibilização de vagas a qualquer momento, para servidores públicos federais civis ou militares, ou seus dependentes.

Art. 76º - Os pedidos de transferências deverão ser protocolados no Centro de Atendimento ao Aluno, acompanhados da documentação exigida pela legislação vigente, e em prazo fixado pela Instituição.

Art. 77º - O aluno que pretender se transferir da Faculdade ESAMC Sorocaba para outra instituição deverá protocolar a sua solicitação por escrito no Centro de Atendimento ao Aluno.

Art. 78º - O aluno transferido está sujeito às adaptações curriculares que se fizerem necessárias, aproveitadas as competências desenvolvidas com aprovação no curso de origem.

§ 1º - Não estão isentos de adaptação os alunos beneficiados por lei especial que lhes assegure a transferência em qualquer época e independentemente da existência de vaga.

§ 2º - Quando a transferência se processar durante o período letivo, serão aproveitados conceitos, notas, créditos e frequência obtidos pelo aluno na instituição de origem até a data em que dela se tenha desligado.

§ 3º - Os critérios para aproveitamento de estudos levarão em conta a equivalência do conteúdo e a carga horária da disciplina estudada, tendo em vista a obediência às diretrizes curriculares emanadas pelo Poder Público e normas internas.

§ 4º - As matérias componentes dos currículos dos cursos afins, estudadas com aproveitamento, serão automaticamente reconhecidas, atribuindo-se-lhes notas, conceitos e carga horária obtidos no estabelecimento de procedência.

§ 5º - Nenhum documento escolar referente a solicitação de transferência será retido por inadimplemento (1ª via), conforme estabelecido pela Lei nº 9.870/99 e pelo Parecer CNE/CES nº 365/2003 (Parecer CNE/CES nº 282/2002).

Art. 79º - Considera-se transferência interna a troca de linha de formação, habilitação, cursos afins ou turnos de funcionamento, no âmbito da Instituição, mediante Portaria interna, respeitada a legislação em vigor.

Capítulo VII – DO APROVEITAMENTO DE ESTUDOS

Art. 80º - Os critérios para aproveitamento de estudos levarão em conta a efetivação da matrícula do aluno na Faculdade ESAMC Sorocaba, a equivalência do conteúdo e a carga horária da disciplina estudada, tendo em vista a obediência às diretrizes curriculares emanadas pelo Poder Público e normas internas.

Art. 81º - Para a dispensa, o aluno terá que encaminhar requerimento à Secretaria Geral e anexar os seguintes documentos:

- I.** Histórico Escolar original da Instituição de origem;
- II.** Planos de Ensino originais, constando a carga horária, ementa, conteúdo programático e bibliografia das disciplinas cursadas na instituição de origem;
- III.** Sistema de avaliação utilizado pela instituição de origem.

Art. 82º - Será cobrada taxa pela prestação desse serviço, definida anualmente pelo Depto. Financeiro

Art. 83º - Pendências de documentos e/ou o não pagamento da taxa do serviço por parte do aluno implicarão em cancelamento do requerimento solicitado no semestre vigente.

Parágrafo Único: Nesse caso será necessário solicitar novo requerimento, pagar taxa e submeter os documentos para nova análise.

Art. 84º - As disciplinas componentes dos currículos das áreas afins, estudadas com aproveitamento, serão automaticamente reconhecidas, atribuindo-se lhes notas, conceitos e carga horária obtidos no estabelecimento de procedência.

Art. 85º - A análise das solicitações de dispensa será feita por docentes e coordenadores e, do resultado, não caberá recurso em nenhuma instância da instituição.

Art. 86º - O prazo de deferimento e indeferimento dos pedidos de dispensa pela Faculdade ESAMC Sorocaba compreendem do início do semestre letivo até o limite de decorridas 25% das aulas previstas para o período.

Art. 87º - O prazo para solicitação de dispensa de disciplina será determinado conforme Calendário Escolar e as solicitações de dispensas terão validade somente para o semestre letivo vigente, não cabendo recurso e reanálise após o deferimento e/ou indeferimento da solicitação.

Art. 88º - Em caso de dispensa de disciplina, o aluno deverá se submeter ao programa de adaptação, estabelecido pela Faculdade ESAMC Sorocaba, quando necessário.

Capítulo VIII – DAS DISCIPLINAS EM ADAPTAÇÃO

Art. 89º - O aluno que tiver a aceitação de seus requerimentos de aproveitamento de estudos referentes a disciplinas cursadas em outra instituição de ensino poderá cursar disciplinas em regime de adaptação, para a completa integralização de seu curso na Faculdade ESAMC Sorocaba.

Art. 90º - A matrícula em disciplina na situação de adaptação será feita se esta for ofertada pela Faculdade ESAMC Sorocaba no semestre vigente, e caso existam.

§ 1º - Caso o aluno que tiver seus aproveitamentos de estudos referentes a disciplinas cursadas em outra instituição de ensino se matricule em disciplina de mesmo conteúdo e carga horária inferior àquela da grade curricular de origem, haverá a necessidade de complementação de quantidade de horas aula para a integralização total do curso de matrícula.

Art. 91º - O aluno com disciplinas em situação de adaptação ficará sujeito a alteração de grade curricular, caso ultrapasse os semestres regulares dos cursos.

Capítulo IX – DAS DISCIPLINAS ELETIVAS

Art. 92º - Para os alunos ingressantes cuja matriz curricular contemple disciplinas eletivas, deverão cumprir todos os créditos para a integralização/conclusão e obtenção do Diploma ao final do curso.

Parágrafo Único: Caso o aluno não cumpra com os créditos necessários mencionados no período regular do curso de matrícula, ficará sujeito a alteração em sua grade curricular.

Art. 93º - O aluno regularmente matriculado na Faculdade ESAMC Sorocaba poderá cursar as disciplinas eletivas do primeiro ao último semestre do curso.

Parágrafo Único: A matrícula em disciplinas eletivas poderá ser efetuada em turno diferente daquele no qual o aluno encontrar-se matriculado desde que haja vaga e seja oferecida no horário

vago da grade horária do semestre letivo, e o número limite para curso será regido por Regulamento próprio em cada semestre letivo vigente.

Capítulo X – DAS DISCIPLINAS EXTRACURRICULARES

Art. 94º - O aluno regularmente matriculado na Faculdade ESAMC Sorocaba poderá cursar disciplina extracurricular, bem como Atividades de Nivelamento, do primeiro ao décimo período do curso, como forma de enriquecimento curricular, mediante requerimento e deferimento da Direção Acadêmica.

Parágrafo Único: A reprovação em disciplina extracurricular implicará em situação de dependência caso o aluno se matricule na mesma em semestres posteriores.

Capítulo XI – DO ADIANTAMENTO DE DISCIPLINAS

Art. 95º - O aluno somente poderá antecipar disciplinas, mediante requerimento e conforme Calendário Escolar, condicionado ao Deferimento de Direção Acadêmica, nas condições seguintes:

§ 1º - Somente para alunos que não possuem dependência;

§ 2º - Somente poderá solicitar disciplinas no máximo dois semestres à frente daquele em que o aluno está matriculado e que constem na grade horária do semestre letivo vigente.

Art. 96º - Em caso de adiantamento de disciplina, independente do período letivo no qual esteja a disciplina pleiteada, o aluno continuará matriculado no período sequencial do seu curso.

Capítulo XII – DOS PRÉ-REQUISITOS

Art. 97º - As disciplinas em pré-requisitos são definidas também através de portarias internas do Diretor Acadêmico da Faculdade ESAMC Sorocaba e conforme tabela-recomendação de sequência de disciplinas.

Capítulo XIII – DA AVALIAÇÃO E DO DESEMPENHO ESCOLAR

Art. 98º - A avaliação do desempenho escolar será feita mediante elementos que comprovem, simultaneamente, assiduidade e aproveitamento.

Art. 99º - A frequência às aulas e demais atividades será obrigatória, sendo vedado o abono de faltas.

§ 1º - Independentemente dos demais resultados obtidos, será considerado reprovado na disciplina o aluno que não obtiver frequência de, no mínimo, setenta e cinco por cento das aulas e demais atividades.

§ 2º - A verificação e registro de frequência serão de responsabilidade do professor e seu controle, para efeito do parágrafo anterior, da Secretaria Geral.

Art. 100º - O aproveitamento escolar será avaliado através do acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtidos nos exercícios escolares.

§ 1º - Compete ao professor da disciplina elaborar provas, aplicá-las e determinar os demais trabalhos, bem como efetuar a avaliação, decidindo pela aprovação ou reprovação do aluno, respeitados os termos da regulamentação interna, mormente os planos de ensino das disciplinas.

§ 2º - O número de avaliações por período e sua natureza serão definidos nos planos de ensino das disciplinas.

§ 3º - É vedada a avaliação exclusivamente grupal, tanto quanto por instrumento único, exceto no trabalho de conclusão de curso.

Art. 101º - Atribuir-se-á nota zero ao aluno que deixar de se submeter à verificação de aproveitamento, prevista na data fixada, bem como àquele que utilizar meio fraudulento.

§ 1º - Ao aluno que deixar de comparecer à verificação de aproveitamento, por motivo justo, na data estabelecida, terá direito a avaliação substitutiva, conforme indicação nos planos de ensino das disciplinas, mediante requerimento, respeitando-se as datas previstas no calendário escolar.

§ 2º - As avaliações substitutivas serão cobradas à parte, conforme regulamento financeiro da Faculdade ESAMC Sorocaba.

§ 3º - Fica vedada a concessão de mais de uma avaliação substitutiva por disciplina, no mesmo semestre letivo.

§ 4º - A avaliação substitutiva não será permitida para substituição de nota.

§ 5º O instituto da avaliação substitutiva aplica-se a provas realizadas na Faculdade ESAMC Sorocaba, nos horários de aula, não se aplicando a trabalhos a serem efetuados fora da aula e entregues ao professor.

§ 6º - O aluno que reprovar em todas as disciplinas do semestre em que está matriculado deverá permanecer no semestre de reprova.

Art. 102º - Fica vedada a aplicação de avaliação escrita ou oral para a recuperação de notas ao final do período letivo.

Art. 103º - Atendida em qualquer caso a frequência mínima de setenta e cinco por cento às aulas e demais atividades escolares, o aluno será aprovado se obtiver média igual ou superior a sete nos trabalhos e provas do período letivo, de acordo com normatização referente à avaliação discente.

Art. 104º – O aluno que demonstre extraordinário desempenho acadêmico pode requerer a abreviação da duração de seu curso, pela supressão de determinadas disciplinas da matriz curricular, cujo conteúdo julgue dominar demonstrado por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específicos, aplicados por banca examinadora especial, de acordo com as normas dos sistemas de ensino (§2º do Art. 47 da Lei 9394/96 e Parecer CFE nº 5/79) e regulamentação aprovada pelo Conselho Acadêmico da Faculdade ESAMC Sorocaba.

§ 1º - A solicitação desse expediente só será permitida após a comprovação documental justificativa do pedido, deferida pelo Coordenador do Curso e/ou pelo Diretor Acadêmico.

§ 2º - Em hipótese alguma este expediente poderá ser utilizado por aluno reprovado na disciplina.

§ 3º - Os custos de construção de instrumento de avaliação e/ou constituição de banca examinadora não estão inclusos na mensalidade e serão cobrados conforme regulamento financeiro da Instituição.

Capítulo XIV – REGIME EXCEPCIONAL

Art. 105º - É assegurado ao aluno, amparado por instrumentos legais específicos, regime excepcional, em que serão realizados trabalhos e exercícios domiciliares que serão transcritos pelos professores de acordo com o plano de curso, fixado em cada caso, consoante o estado de saúde do estudante e as exigências de formação mínimas de cada curso.

Parágrafo único: O aluno deverá entrar com recurso no prazo de 5 dias úteis do início do impedimento. Este procedimento poderá ser efetuado por terceiros.

Art. 106º - O requerimento relativo ao regime excepcional deverá ser instruído com laudo médico ou de profissional credenciado, competindo à Secretaria Geral emitir parecer com base na legislação e normas regimentais, que deferirá ou não os referidos requerimentos.

Parágrafo único: O requerimento citado no caput deverá dar entrada no Centro de Atendimento ao Aluno, pelo solicitante ou por seu representante, sendo que a Faculdade ESAMC Sorocaba dará ciência em retorno no prazo máximo de quinze dias.

Capítulo XV – DAS DISCIPLINAS EM DEPENDÊNCIAS

Art. 107º - O aluno que ficar reprovado em alguma disciplina terá que cursá-la até o final do curso para a integralização da matriz curricular do seu curso, dando prioridade de curso a ela no semestre letivo seguinte, exceto em caso em que não forem oferecidas no referido período, pela não existência de turma.

Art. 108º - A matrícula em disciplina na situação de dependência será feita se essa mesma for ofertada pela Faculdade ESAMC Sorocaba no semestre vigente, desde que haja vagas.

§ 1º - A matrícula em disciplinas em dependências poderá ser efetuada em turno diferente daquele no qual o aluno encontra-se matriculado, em no máximo três disciplinas, somados às adaptações, se for ofertada pela Faculdade ESAMC Sorocaba no semestre vigente, desde que haja vagas.

Art. 109º - Em relação à matrícula semestral, o aluno fica ciente das seguintes regras:

§ 1º entende-se como disciplinas não concluídas as dependências ou disciplinas não cursadas que constam na grade curricular do curso até aquele semestre.

a) nos cursos de Administração de Empresas, Relações Internacionais, Economia e Ciências Contábeis, o aluno só poderá se matricular no penúltimo semestre (8º semestre), para cursar as disciplinas regulares, se tiver no máximo 3 disciplinas não concluídas;

b) nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Design Gráfico e Design de Moda, o aluno só poderá se matricular no penúltimo semestre (9º semestre), para cursar as disciplinas regulares, se tiver no máximo 3 disciplinas não concluídas.

c) nos cursos de Engenharia Civil, Engenharia Mecânica, Engenharia Química, Engenharia Elétrica, Engenharia da Produção, Engenharia da Computação e Engenharia Ambiental, o aluno só poderá se matricular no 6º semestre, para cursar as disciplinas regulares, se tiver no máximo 4 disciplinas não concluídas e no penúltimo semestre (9º semestre) se tiver no máximo 3 disciplinas não concluídas.

d) no curso de Direito o aluno só poderá se matricular no penúltimo semestre (9º semestre), para cursar as disciplinas regulares, se tiver no máximo 2 disciplinas não concluídas.

Art. 110º - O aluno com disciplinas em situação de dependência ficará sujeito a disponibilidade de disciplinas da grade curricular, desde que não ultrapasse o limite permitido para a integralização de seu curso.

§ 2º - Não há trancamento de Dependência.

§ 3º - Caso a disciplina não seja oferecida em determinado Semestre por qualquer motivo, a Faculdade Esamc Sorocaba não se obriga a oferecer disciplina no semestre letivo vigente, o que poderá acarretar em prolongamento do tempo de curso ao aluno, não ultrapassando o tempo máximo de integralização.

Art. 111º - O aluno com disciplinas em situação de dependência ficará sujeito a alteração de grade curricular, podendo haver prolongamento do tempo de curso, não ultrapassando o tempo de integralização do mesmo.

Art. 112º - A Faculdade ESAMC Sorocaba não se obriga a oferecer disciplinas que não constem em sua grade horária do semestre letivo vigente.

Capítulo XVI – DO ESTÁGIO

Art. 113º - A ESAMC Sorocaba instituirá o estágio para os estudantes de seus cursos regulares e estabelecerá as normas para a sua realização.

§ 1º - O estágio obedecerá à regulamentação própria, observada a legislação vigente, e aprovada pelo Conselho Acadêmico.

§ 2º - A obrigatoriedade do estágio ou não em cada curso obedecerá ao determinado pelas diretrizes curriculares emanadas pelo Poder Público e pela Instituição de Ensino.

Capítulo XVII – DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

I - DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 114º - O presente regulamento tem por finalidade normatizar as Atividades Complementares dos cursos desta Instituição de Ensino Superior, sendo o seu integral cumprimento indispensável para a colação de grau.

Art. 115º - As Atividades Complementares incluem pesquisa, extensão, seminários, simpósios, congressos, conferências, iniciação científica, grupos de estudo, representação estudantil, cursos de língua, assistência de defesas de monografia, dissertações e teses.

Art. 116º - Os objetivos gerais das atividades complementares são os de flexibilizar o currículo pleno do curso e propiciar aos seus alunos a possibilidade de aprofundamento temático e interdisciplinar.

II – DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Art. 117º - As atividades complementares do currículo pleno dos Cursos desta Instituição de Ensino Superior são compostas em:

- I. Atividades de pesquisa orientadas por docente do Curso de Graduação respectivo e aprovadas pela Diretoria Acadêmica. Requisito: Declaração do docente responsável pela pesquisa indicando o total de horas utilizado;
- II. Grupos de estudos orientados por docente do Curso de Graduação respectivo e aprovado pela Diretoria Acadêmica. Requisito: Declaração do docente responsável pela pesquisa indicando o total de horas utilizado;
- III. Eventos diversos na área, tais como: palestras, seminários, congressos, conferências, simpósios, visitas técnicas, etc. Requisito: Certificado ou atestado que comprove a participação;
- IV. Apresentação de trabalhos em eventos científicos da área. Requisito: Cópia do trabalho e atestado que comprove a apresentação;
- V. Participação em concursos de monografias. Requisito: Cópia do trabalho e atestado que comprove a participação;
- VI. Publicação de artigos científicos na área. Requisito: Cópia do artigo publicado e da capa da revista onde foi publicado, contendo indicação de número, volume e data da publicação;
- VII. Apresentação de criação artística e/ou cultural em exposições e concursos relacionados à área de formação. Requisito: Certificados, folders ou comprovantes que atestem a participação;
- VIII. Participação de diretorias de representações estudantis da ESAMC – Centro Acadêmico, Diretório Acadêmico e/ou Atlética. Requisito: Ata de posse constando o nome do aluno e relatório de atividades realizadas durante o semestre; IX. Estágio nos organismos estudantis mantidos pela ESAMC: Requisito: Declaração do Coordenador da entidade estudantil atestando a participação;
- X. Cursos de línguas estrangeiras. Requisito: Certificado ou atestado que comprove a participação;
- XI. Atividade voluntária de responsabilidade social. Requisito: Certificado ou atestado que comprove a participação;
- XII. Atividade voluntária de monitoria em Programa de Nivelamento da ESAMC.

Declaração do

Coordenador do Curso atestando a participação;

XIII. Audiências e Tribunal de Júri (específico para o curso de Direito). Requisito: Certificado ou atestado que comprove a participação.

III – ATRIBUIÇÃO DE CRÉDITOS DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Art. 118º - Às atividades complementares dispostas no artigo 4º será atribuída o equivalente de créditos (ou horas-aula) da seguinte forma:

ATIVIDADE	CARGA ATRIBUÍDA
Atividades de pesquisa orientadas por docente do Curso e aprovadas pela Diretoria do Curso.	Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária de dedicação, devidamente comprovada;
Grupos de estudos orientados por docente do Curso e aprovados pela Diretoria Acadêmica	Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária de dedicação, devidamente comprovada;
Eventos diversos na área, tais como: palestras, seminários, congressos, conferências, simpósios, visitas técnicas, etc.	Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária do evento participado;
Apresentação de trabalhos em eventos científicos da área.	Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por trabalho apresentado;
Participação em concursos de monografias.	Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por trabalho apresentado;
Publicação de artigos científicos na área.	Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por artigo publicado;
Apresentação de criação artística e /ou cultural em exposições e concursos, relacionados à área de formação.	Será atribuído 1 (um) crédito, equivalente a 20 horas por evento participado;
Estágio nas organizações estudantis mantidas pela ESAMC (Exceto NPJ).	Será atribuído 1 (um) crédito, equivalentes a 20 horas para cada semestre de atividades comprovadas;
Cursos de línguas estrangeiras.	Será atribuído 1 (um) crédito, equivalentes a 20 horas para cada semestre de estudo, devidamente comprovado;
Atividade voluntária de monitoria em Programa de Nivelamento da ESAMC	Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária da atividade participada, devidamente comprovada;

Atividade voluntária de responsabilidade social.	Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária da atividade participada, devidamente comprovada.
Audiências e Tribunal do Júri (específico para o Curso de Direito)	Será atribuído o equivalente a 100% da carga horária da atividade participada, devidamente comprovada.

Capítulo VIII – DA MONITORIA

Art. 119º - A monitoria constitui-se em uma oportunidade para enriquecimento da formação do aluno, e poderá ser implementada pela Instituição para atender necessidades específicas das disciplinas regulares do Curso de Graduação.

Art. 120º - A Faculdade poderá instituir monitoria, nela admitindo alunos regulares selecionados pelos Coordenadores dos Cursos e designados pelo Diretor Acadêmico, dentre os estudantes que tenham demonstrado bom rendimento na disciplina ou área da monitoria, bem como aptidão para as atividades auxiliares de ensino.

Parágrafo único: A monitoria não implica em vínculo empregatício e será exercida sob orientação de um professor, sendo vetada a utilização do monitor para ministrar aulas teóricas ou práticas correspondentes a carga horária regular de disciplina curricular.

TÍTULO V – DA COMUNIDADE ACADÊMICA

Capítulo I – DO CORPO DOCENTE

Art. 121º - O Corpo Docente da Faculdade ESAMC Sorocaba será constituído por todos os professores que exerçam atividades do ensino, extensão e pesquisa, integrando a carreira do magistério superior, com regulamentação própria, fixada pela Entidade Mantenedora, observada a titulação docente, o regime de trabalho e a legislação pertinente à matéria constante no Regulamento do Plano de Carreira Docente.

Parágrafo único: Além das atividades do ensino, os professores têm responsabilidade pela orientação geral de seus alunos, dentro e fora das salas de aula (on-line), visando à integração destes à vida acadêmica e ao seu melhor ajustamento ao futuro exercício profissional. É obrigatória a frequência docente nos cursos de natureza presencial, conforme legislação vigente.

Art. 122º - São atribuições do professor:

I. orientar e aplicar os instrumentos de avaliação do aproveitamento e julgar os resultados apresentados pelos alunos;

II. orientar, dirigir e ministrar o ensino de sua disciplina, cumprindo integralmente seu plano de ensino e sua carga horária, levando em conta que sua

frequência às aulas é obrigatória; III. preencher os diários de classe com informações sobre faltas e os resultados das avaliações do aproveitamento escolar, nos prazos fixados em calendário escolar, e

entregar à Secretaria;

IV. respeitar e fazer cumprir o regime escolar e disciplinar na Faculdade ESAMC Sorocaba; V. elaborar e executar projetos de pesquisa;

VI. entregar todos os relatórios e documentos acadêmicos na Secretaria Geral até a data final do semestre letivo fixada no Calendário Escolar;

VII. exercer as demais atribuições que lhe forem previstas em legislação pertinente e neste Regimento.

§1º - O Corpo Docente da Faculdade ESAMC Sorocaba deverá respeitar a obrigatoriedade de frequência, conforme disposto no § 3º do art. 47 da Lei nº 9.394/96 (Parecer CNE/CES nº 282/2002). O não cumprimento dessa regra será passível de advertência e, em situação extrema, demissão por justa causa.

§2º - O corpo docente da Faculdade ESAMC Sorocaba fará o registro de sua presença por meio de assinatura da folha ponto, junto à secretaria de registros acadêmicos.

Capítulo II – DO CORPO DISCENTE

Art. 123º - Constitui o Corpo Discente da Faculdade ESAMC Sorocaba os alunos regularmente matriculados na Faculdade ESAMC Sorocaba.

Art. 124º - São direitos e deveres dos membros do Corpo Discente:

I. frequentar as aulas e demais atividades curriculares demonstrando máximo interesse para obtenção de bom aproveitamento, respeitando as regras pedagógicas definidas pelo professor, que possui prerrogativas exclusivas para tomar as medidas disciplinares necessárias para assegurar o bom desenvolvimento das aulas;

II. respeitar o plano de ensino e o contrato pedagógico da disciplina;

III. preparar-se para a aula com antecedência, estudando o conteúdo que será discutido em sala de aula, conforme previsto no plano de ensino da disciplina respectiva. Caso o aluno não se prepare previamente, o professor poderá solicitar a saída do aluno da sala de aula;

IV. utilizar adequadamente os serviços administrativos e técnicos oferecidos pela Faculdade ESAMC Sorocaba;

V. respeitar e submeter-se às regras da Faculdade ESAMC Sorocaba;

VI. observar o regime escolar e disciplinar e comportar-se dentro e fora da Faculdade ESAMC

Sorocaba, de acordo com princípios éticos condizentes; VII. zelar pelo patrimônio da Faculdade ESAMC Sorocaba.

Art. 125º - O Corpo Discente poderá ter como órgão de representação o Centro Acadêmico e/ou Diretório Acadêmico e/ou Atlética, regidos por Estatuto próprio, por ele elaborado e aprovado conforme a legislação vigente.

Art. 126º - A Faculdade ESAMC Sorocaba pode instituir prêmios como fator de estímulo à produção intelectual e/ou de iniciação científica de seus alunos, na forma regulamentada pela Diretoria Acadêmica.

Parágrafo único: A Faculdade ESAMC Sorocaba, em concordância com o disposto na lei e nas regulamentações específicas da educação superior nacional, oferecerá todo o suporte aos portadores de necessidades especiais que a procurem, seja no sentido de adaptação da infraestrutura, seja na promoção de ações assertivas e de inclusão.

Capítulo III – DO CORPO TÉCNICOADMINISTRATIVO

Art. 127º - O corpo técnico-administrativo será constituído por todos os funcionários não docentes, tendo a seu cargo os serviços necessários ao bom funcionamento da Faculdade ESAMC Sorocaba.

Parágrafo único: A Faculdade ESAMC Sorocaba zelará pela manutenção de padrões e condições de trabalho condizentes com seus objetivos educacionais, bem como oferecerá oportunidades de constante aperfeiçoamento técnico-profissional a seus funcionários.

Capítulo IV – DO REGIME DISCIPLINAR

Art. 128º - O ato da matrícula do aluno, da investidura em cargo ou função docente ou técnico-administrativa, importa compromisso formal de respeito aos princípios éticos que regem a Faculdade ESAMC Sorocaba:

- I. a dignidade acadêmica;
- II. as normas contidas na legislação do ensino;
- III. as normas deste Regimento;
- IV. as normas complementares, expedidas pelos órgãos competentes.

Art. 129º - Constitui infração disciplinar, punível na forma regimental, o não atendimento ou transgressão do compromisso a que se refere o artigo anterior:

- I. na aplicação das sanções disciplinares será considerado o grau da gravidade da infração, à vista dos seguintes elementos: a) primariedade do infrator;
 - b) dolo ou culpa;
 - c) valor do bem moral, cultural ou material atingido.
- II. ao acusado será sempre assegurado o direito de defesa em esfera judicial competente.
- III. a aplicação a aluno ou a docente de penalidade que implique afastamento definitivo das atividades acadêmicas será precedida por processo disciplinar, instaurado pelos Coordenadores de Curso ou pelos Diretores;

IV. em caso de dano material ao patrimônio da Faculdade ESAMC Sorocaba, além da sanção disciplinar, o infrator estará obrigado ao ressarcimento.

Capítulo V – DO REGIME DISCIPLINAR DO CORPO DOCENTE

Art. 130º - Os membros do corpo docente estarão submetidos ao Código de Conduta Ética da Faculdade ESAMC Sorocaba que auxiliará todos os docentes a desenvolverem um trabalho em sintonia com os objetivos da Faculdade ESAMC Sorocaba e com os demais docentes.

Art. 131º - Os membros do corpo docente estarão sujeitos às seguintes penalidades disciplinares: I. advertência oral e sigilosa por:

- a) inobservância do horário de aulas;
- b) atraso no preenchimento dos diários de classe, descumprimento dos prazos regulares informados e não fornecimento das informações acadêmicas solicitadas pela Secretária Geral;
- c) ausência injustificada às reuniões dos órgãos da Faculdade ESAMC Sorocaba.

II. repreensão por escrito por:

- a) reincidência nas faltas previstas no inciso I;
- b) desvio no desenvolvimento do programa da disciplina. III.

suspensão, com perda de vencimentos, por:

- a) reincidência nas faltas previstas no inciso II;
- b) não cumprimento, sem motivo justo, do programa ou carga horária de disciplina a seu cargo.

IV. dispensa por justa causa:

- a) reincidência no inciso III;
- b) reincidência na falta prevista na alínea “b” no inciso III, configurando-se esta como justa causa, na forma da lei;
- c) incompetência didática ou científica;
- d) prática de ato incompatível com a moral;
- e) nos demais casos previstos em lei.

Art. 132º - São competentes para a aplicação das penalidades:

- I. de advertência, os Coordenadores de Curso ou o Coordenador Acadêmico;
- II. de repreensão e suspensão, os Coordenadores de Curso ou o Coordenador Acadêmico;
- III. de dispensa, os Coordenadores de Curso ou o Coordenador Acadêmico, homologada pelo Diretor Acadêmico.

Capítulo VI – DO REGIME DISCIPLINAR DO CORPO DISCENTE

Art. 133º - As normas disciplinares da Faculdade ESAMC Sorocaba observarão rigorosamente os princípios constitucionais, os quais serão sempre consultados em caso de lacuna ou dúvidas interpretativas, e as normas prescritas neste Regimento.

Art. 134º - Os alunos estarão sujeitos às seguintes penalidades disciplinares: I. advertência verbal, por:

- a) desrespeito aos Coordenadores de Cursos e Diretor Acadêmico, a qualquer membro do corpo docente ou a colaboradores da Faculdade ESAMC Sorocaba, seja pessoalmente ou através da utilização das redes sociais;
- b) desobediência a qualquer ordem emanada dos Coordenadores de Cursos ou de qualquer membro do corpo docente no exercício de suas funções;
- c) denegrir a imagem da instituição, utilizando qualquer meio de comunicação, inclusive as redes sociais.

II. repreensão escrita, por:

- a) reincidência nas faltas previstas no inciso I deste artigo;
- b) ofensa a professor, colaborador ou a outro aluno;
- c) improbidade na execução de atos, trabalhos ou avaliações escolares, a critério exclusivo do respectivo professor; e
- d) danos ao patrimônio da Faculdade ESAMC Sorocaba.

III – Suspensão por :

- a) reincidência nas faltas previstas no inciso II deste artigo;
- b) perturbação da ordem no recinto da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- c) incitamento à perturbação da ordem na Faculdade ESAMC Sorocaba;
- d) gravação em áudio ou em vídeo de aulas ou apresentações de trabalhos em sala de aula, sem a prévia autorização do professor;
- e) uso indevido e/ou sem autorização prévia da marca Faculdade ESAMC Sorocaba.

IV. desligamento, por:

- a) reincidência nas faltas previstas no inciso III deste artigo;
- b) agressão a membro do corpo docente ou a servidor da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- c) agressão a outro aluno nas dependências da Faculdade ESAMC Sorocaba;
- d) aplicação de “trote a calouros”;
- e) falsificação de documentos para uso junto à Faculdade ESAMC Sorocaba;
- f)) retirada pelo aluno, sem permissão da autoridade competente, de objeto ou documento da Faculdade ESAMC Sorocaba ou dos departamentos administrativos;
- g) uso, porte ou tráfico de drogas ilícitas;
- h) uso de armas ou outros materiais ilegais dentro das dependências da Faculdade ESAMC Sorocaba;

- i) outros crimes ou contravenções previstas na legislação em vigor, no interior das dependências da Faculdade ESAMC Sorocaba.

Art. 135º - A Direção Acadêmica da Faculdade ESAMC Sorocaba instituirá Comissão Disciplinar, composta pelo Coordenador do Curso, Secretário(a) Geral e por 2 (dois) docentes para proceder as diligências convenientes, em caso de aplicação de norma disciplinar de desligamento, ouvindo em audiência as partes e, se houver, as testemunhas, objetivando a coleta de provas e recorrendo, quando necessário, a técnicos e peritos.

§ 1º - A comissão disciplinar poderá indeferir pedidos considerados impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para o esclarecimento dos fatos.

§ 2º - A comissão disciplinar elaborará relatório com parecer conclusivo e o encaminhará ao Diretor Acadêmico, especificando a falta cometida, sua gravidade, o autor e as razões de seu convencimento, ou recomendando o arquivamento.

§ 3º - Quando a falta estiver capitulada na Lei Penal, será remetida cópia com autenticação administrativa dos autos à autoridade competente pelo Diretor Acadêmico.

Art. 136º - As sanções disciplinares serão aplicadas pelo Diretor Acadêmico, para a situação de desligamento.

Art. 137º - O registro da penalidade será feito em documento próprio, não constando do histórico escolar do aluno.

Capítulo VII – DO REGIME DISCIPLINAR DO CORPO TÉCNICOADMINISTRATIVO

Art. 138º - Aos membros do corpo técnico-administrativo aplicar-se-ão as penalidades previstas na legislação trabalhista.

Título V DA CONCESSÃO DE GRAUS, DIPLOMAS E CERTIFICADOS E TÍTULOS HONORÍFICOS

Capítulo I - DA CONCESSÃO DE GRAUS E DIPLOMAS

Art. 139º - A ESAMC SOROCABA, conforme disposição da legislação vigente, confere grau e expede diploma correspondente ao curso de graduação.

§ 1º - O diploma será expedido mediante requerimento.

§ 2º - O diploma será assinado pelo Diretor Acadêmico e pelo Secretário Geral.

§ 3º - Considerando que o diploma necessita de registro em entidade competente, a entrega do documento ao aluno fica condicionada aos prazos estabelecidos pela entidade do registro.

Capítulo II - DOS CERTIFICADOS DE CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU E EXTENSÃO

Art. 140º - Os alunos que concluírem os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu e Extensão farão jus ao certificado correspondente.

Capítulo III - DOS TÍTULOS HONORÍFICOS

Art. 141º - A ESAMC Sorocaba poderá indicar ao Diretor Acadêmico, por proposta do Conselho

Acadêmico, a conferência dos seguintes títulos honoríficos:

I. Mérito Universitário: a personalidades e autoridades eminentes, nacionais e estrangeiras, cuja obra tenha concorrido de maneira efetiva para o progresso da ESAMC Sorocaba e/ou do desenvolvimento socioeconômico;
II. Professor Emérito: a docentes aposentados na ESAMC Sorocaba, que tenham alcançado posição eminente em atividades acadêmicas, contribuindo para o desenvolvimento sócio-econômico;
III. Professor “Honoris Causa”: a professores ou cientistas ilustres, nacionais e estrangeiros, não pertencentes à ESAMC Sorocaba que a esta e/ou à sociedade em geral tenham prestado relevantes serviços;
IV. Doutor “Honoris Causa”: a autoridades e personalidades, nacionais e estrangeiras, que se distinguiram pelo saber e/ou pela atuação em prol das artes, das ciências, da filosofia, das letras, do desenvolvimento socioeconômico ou do melhor entendimento entre os povos.

§ 1º - A concessão do título honorífico será autorizada pelo Diretor Acadêmico, homologada e outorgada em sessão solene, pelo Presidente da ESAMC Sorocaba.

TÍTULO VII – DAS RELAÇÕES COM A ENTIDADE MANTENEDORA

Art. 142º - A Escola Superior de Gestão de Negócios é responsável, perante as autoridades públicas em geral, pela Faculdade ESAMC Sorocaba, pelas medidas necessárias ao seu bom funcionamento, respeitados os limites da lei, deste Regimento, pela liberdade acadêmica dos Corpos Docente e Discente e pela autoridade própria de seus órgãos deliberativos e executivos.

Art. 143º - Compete essencialmente à Entidade Mantenedora promover adequados meios de funcionamento das atividades da Faculdade ESAMC Sorocaba, colocando à disposição os bens e imóveis de seu patrimônio, ou de terceiros a ela cedidos, assegurando-lhe os suficientes recursos financeiros de custeio.

§ 1º - À Entidade Mantenedora reserva-se a administração orçamentária e financeira da Faculdade ESAMC Sorocaba, podendo delegá-la no todo ou em parte ao Presidente.

§ 2º - Dependem da aprovação da Entidade Mantenedora as decisões dos órgãos colegiados que importem aumento de despesas.

TÍTULO VIII – DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 144º - Salvo disposições em contrário deste Regimento, o prazo para a interposição de recursos é de 5 (cinco) dias úteis da data da publicação do ato recorrido ou de sua comunicação ao interessado.

Art. 145º - As alterações regimentais, quando necessárias, serão realizadas através de convocações de reuniões do Conselho Acadêmico.

Art. 146º - Para a obtenção do grau nos cursos de graduação, Bacharelado e Tecnólogo, da Faculdade ESAMC Sorocaba, o aluno será obrigado a apresentar o Trabalho de Conclusão de Curso (Projeto de Graduação ESAMC – PGE I e II), sendo as diretrizes para elaboração e apresentação do TCC fixadas em Regulamento Interno próprio.

Art. 147º – O Manual do Aluno será publicado, conforme disposto no art. 47, § 1º da LDB. Neste, a Faculdade ESAMC Sorocaba informará aos interessados, antes de cada período letivo, os programas dos cursos e demais componentes curriculares, sua duração, requisitos, qualificação dos professores, recursos disponíveis e critérios de avaliação, obrigando-se a cumprir as respectivas condições.

Art. 149º - Este Regimento entra em vigor nesta data, e deve ser submetido ao órgão federal competente, nos termos da legislação vigente, aplicando-se as disposições que importarem em alteração da estrutura curricular e do regime escolar a partir do semestre letivo subsequente à respectiva data.

Art. 150º - Compete à Diretoria Acadêmica decidir, em primeira instância, sobre os recursos interpostos referentes à matéria deste Regulamento.

Sorocaba, 01 de fevereiro de
2018

REGULAMENTO DE MONITORIA ACADÊMICA

TÍTULO I MONITORIA ACADÊMICA NATUREZA E OBJETIVOS

Art. 1º Este Regulamento estabelece as normas de operacionalização das atividades de Monitoria Acadêmica.

Art. 2º A Monitoria Acadêmica corresponde ao conjunto de atividades de apoio acadêmico exercidas, sob a orientação de um docente, por alunos regularmente matriculados nos cursos de graduação da Faculdade ESAMC – Sorocaba.

Parágrafo único. O exercício da Monitoria Acadêmica não implica em qualquer vínculo empregatício e remuneração de qualquer espécie entre o aluno e a faculdade, sendo uma atividade de cunho meramente acadêmico.

Art. 3º A Monitoria Acadêmica deve ser exercida para o aperfeiçoamento intelectual e profissional do aluno, colaborando para a melhoria do processo ensino-aprendizagem em toda a faculdade.

TÍTULO II ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA E DIDÁTICA

CAPÍTULO I MODALIDADE DA MONITORIA

Art. 4º Ficam estabelecidas três modalidades de monitoria:

- I. Monitoria em atividades intraclasse - apoio ao professor em aulas teóricas e/ou práticas, em salas de aula e/ou laboratórios;
- II. Monitoria em atividades extraclasse – apoio aos alunos em horários e locais pré-determinados;
- III. Monitoria para atividades do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) – apoio aos alunos que apresentam dificuldade de acessar e navegar no AVA.

CAPÍTULO II ATRIBUIÇÕES

Art. 5º São atribuições do monitor:

- I. Respeitar os horários das aulas / atividades designadas
- II. Participar das reuniões, treinamentos e planejamento prévios para o desenvolvimento das atividades de monitoria;
- III. Auxiliar os alunos no processo ensino-aprendizagem da disciplina, de acordo com o planejamento e treinamento
- IV. Facilitar o relacionamento entre alunos e docente durante as atividades acadêmicas da disciplina;
- V. Orientar os alunos
- VI. Elaborar, a cada aula / atividade, súmula do trabalho realizado, visando à obtenção de subsídios para a elaboração do relatório final de monitoria;
- VII. Assinar o Termo de Compromisso;
- VIII. Elaborar o relatório final da atividade de monitoria.

Art. 6º São atribuições do docente orientador:

- I. Planejar as atividades que devem ser desenvolvidas no período de realização da monitoria;
- II. Realizar o treinamento dos alunos selecionados;
- III. Orientar o monitor quanto à metodologia a ser utilizada no atendimento aos alunos da respectiva disciplina;
- IV. Acompanhar e orientar o monitor na execução das atividades, discutindo com ele as questões teóricas e práticas, fornecendo-lhe subsídios necessários à sua formação;
- V. Acompanhar o desenvolvimento e avaliar o monitor.

Art. 7º São atribuições do Coordenador de Curso:

- I. Propor vagas para oferta da atividade de monitoria;
- II. Realizar a seleção dos candidatos;
- III. Definir, com o professor da disciplina, os horários, locais e período de realização da atividade de monitoria extraclasse;
- IV. Providenciar junto ao aluno, assinatura do Termo de Compromisso;
- V. Aprovar o planejamento da atividade de monitoria;
- VI. Supervisionar academicamente a realização da atividade de monitoria;
- VII. Aprovar o relatório final do monitor e encaminhar para a Coordenação Acadêmica (Coordenador de Eixo);
- VIII. Enviar à Coordenação Acadêmica, os relatórios elaborados pelos monitores, com descrição das atividades desenvolvidas e avaliadas pelo professor orientador.

Art. 8º São atribuições do Coordenador Acadêmico:

- I. Estimular, orientar e acompanhar todas as atividades de monitoria de seu eixo;
- II. Consolidar a lista dos monitores com os benefícios propostos no edital;
- III. Expedir os certificados para os monitores que cumpriram os requisitos e concluíram as atividades de monitoria;

CAPÍTULO III VAGAS DE MONITORIA

Art. 9º As vagas para o exercício da atividade de monitoria, nas três modalidades, são propostas pelos coordenadores dos cursos.

Art. 10º A oferta de vagas é publicada através do edital, especificando:

- I. Modalidade da monitoria;
- II. Locais das atividades de monitoria;
- III. Horários da monitoria;
- IV. Nome da disciplina;
- V. Código da disciplina;
- VI. Curso;
- VII. Semestre; VIII. Turno;
- IX. Carga horária; X. Docente responsável.

Parágrafo único. O edital que trata o *caput* deste artigo é de responsabilidade da Direção e Coordenação Acadêmica, que consolidam as vagas e devem divulgá-las amplamente para toda a IES.

CAPÍTULO IV INSCRIÇÕES

Art. 11º As inscrições para a atividade de monitoria são realizadas junto à Coordenação Acadêmica.

Art.12º Após as inscrições os pedidos serão encaminhados aos respectivos coordenadores dos cursos, que devem proceder a seleção dos candidatos.

CAPÍTULO V SELEÇÃO

Art.13º Está apto a participar do processo de seleção às vagas de monitoria o aluno que preencher os seguintes requisitos:

- I. Estar aprovado na disciplina para a qual pleiteia a monitoria;
- II. Demonstrar os conhecimentos, habilidades e competências na disciplina / área respectiva;
- III. Ter condições de exercer a atividade de monitoria durante todo o período de desenvolvimento da disciplina;
- IV. Ter disponibilidade de horário para desenvolver a atividade de monitoria;
- V. Para a monitoria descrita no Art. 4º, inciso III, o aluno deve ter domínio do Ambiente Virtual de Aprendizagem em uso e conhecer as atividades virtuais.

Art.14º A seleção deve ser feita de acordo com as normas elaboradas pelos coordenadores dos cursos. Os resultados da seleção serão arquivados em banco de dados acessível à Coordenação e Direção Acadêmicas.

Parágrafo único: As normas devem prever critérios de desempate.

CAPÍTULO VI PERÍODO DE REALIZAÇÃO

Art. 15º O aluno selecionado exerce atividade de monitoria no período de um semestre, de acordo com o calendário acadêmico.

CAPÍTULO VII TERMO DE COMPROMISSO

Art. 16º Os alunos classificados para a atividade de monitoria devem assinar o Termo de Compromisso com a Faculdade ESAMC – Sorocaba.

§ 1º A não assinatura do Termo de Compromisso, por parte do aluno, no prazo estipulado no edital, implica na perda de direitos do exercício de tal atividade.

§ 2º As vagas decorrentes da não assinatura do Termo de Compromisso podem ser reaproveitadas para nova chamada de alunos, em ordem de classificação e na mesma disciplina das vagas não ocupadas.

Art. 17º O monitor exerce suas atividades sem vínculo empregatício com a Faculdade ESAMC – Sorocaba.

CAPÍTULO VIII AVALIAÇÃO

Art. 18º O aluno será avaliado durante todo o período da monitoria e, ao finalizá-la, deverá produzir e entregar ao docente orientador um relatório final.

§ 1º É considerado aprovado na atividade de monitoria o aluno que cumprir as atividades propostas no planejamento e neste regulamento.

§ 2º A carga horária de atividade da Monitoria deve ser de no mínimo 20 horas e no máximo 40 horas, por semestre.

§ 3º Aos alunos aprovados na atividade de monitoria, são conferidos os certificados correspondentes.

CAPÍTULO IX BENEFÍCIOS

Art. 19º Os certificados de realização da atividade de monitoria são emitidos pela Secretaria da Unidade.

Parágrafo único. A emissão dos certificados referidos no *caput* deste artigo, depende da existência do Relatório Final de Monitoria, assinado pelo professor orientador e aprovado pelo Coordenador do Curso.

Art. 20º Os docentes orientadores da atividade de monitoria podem requerer junto à Coordenadoria Acadêmica, os certificados correspondentes à referida orientação.

Art. 21º Não será oferecido benefício financeiro aos monitores. As atividades desenvolvidas serão consideradas como Atividades Complementares, que são parte integrante para integralização do curso.

Art. 22º A IES tem autonomia para a disponibilização de benefícios adicionais aos monitores, desde que os mesmos sejam previamente mencionados no edital de seleção.

CAPÍTULO X DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 23º As atividades do monitor não podem prejudicar o horário das atividades acadêmicas obrigatórios do curso.

Art. 24º A Monitoria, quando da sua conclusão, será convalidada como Atividade Complementar.

Art. 25º O aluno pode desistir da atividade de monitoria, devendo, para tanto, formalizar o pedido junto à coordenação de seu curso, que, juntamente com a Coordenação Acadêmica, tomará as providências cabíveis.

Art. 26º O professor orientador pode, por motivos justificados, suspender a atividade de monitoria do aluno devendo, para tanto, formalizar o pedido junto ao Coordenador do Curso que encaminhará à Coordenação Acadêmica para as providências cabíveis.

Parágrafo único. O aluno deve ser comunicado oficialmente da decisão quanto à sua exclusão da atividade de monitoria, recebendo as devidas explicações referentes aos motivos da mesma.

Art. 27º Uma vez registrada a desistência ou aprovada a suspensão da atividade de monitoria, fica automaticamente cancelado o Termo de Compromisso entre o aluno e a Faculdade ESAMC – Sorocaba.

Parágrafo único. Caso ocorra o cancelamento da monitoria, será convocado o candidato que estiver imediatamente classificado no banco de reserva, seguindo o critério de classificação.

Art. 28º Os casos omissos são resolvidos pela Coordenação do Curso respectivo e, em segunda instância, pelo Conselho Superior da Faculdade ESAMC Sorocaba.

Art. 29º O monitor poderá realizar a monitoria pelo período máximo de 2 (dois) semestres, desde que demonstre intenção, seja novamente aprovado pelos critérios deste regulamento, e ainda seja acadêmico da Faculdade ESAMC – Sorocaba, não podendo ser prorrogado após esse prazo.

Art. 30º Em especial, é vetado o exercício da docência e de quaisquer atividades que sejam de única competência do professor, como: corrigir trabalhos e provas, atribuir conceito de avaliação aos alunos, registrar frequência, registrar notas, preencher atas oficiais, substituir docentes.

Art. 31º O candidato que, para inscrever-se no processo seletivo, apresentar informações ou documentação falsa e não atender as normas estipuladas neste edital, não será admitido como monitor, mesmo que tenha sido aprovado.

Sorocaba, 01 de fevereiro de 2018

10.9 ANEXO IX – REGULAMENTO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (PGE)

REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) Projeto de Graduação ESAMC (PGE)

INTRODUÇÃO

Um dos objetivos da ESAMC se materializa no oferecimento de condições de ensino e aprendizagem que levem à formação de pessoas capazes de trilhar a carreira escolhida, através da articulação de um sólido conhecimento teórico aliado ao referencial prático, que lhes permita alcançar suas metas e participar ativamente da promoção de um desenvolvimento sustentado no âmbito nacional e internacional.

O Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado na ESAMC de PGE (Projeto de Graduação ESAMC), estará estruturado para contribuir para o alcance destes objetivos por meio da realização de uma investigação sistematizada que, além de exigir uma visão geral e articulada das diferentes áreas envolvidas na formação do estudante, exigirá, igualmente, domínio conceitual, teórico, metodológico e aplicado dos temas estudados. O PGE envolverá aulas, atividades de orientação, experiências vivenciadas, pesquisa teórica e empírica, sistematização de coleta, análise e tratamento do material reunido, e a elaboração (com apresentação oral) de um trabalho escrito com características acadêmicas, porém de aplicabilidade no campo real em suas diversas áreas de atuação.

CAPÍTULO I - DEFINIÇÕES GERAIS

Artigo 1º - As disciplinas PGE I e PGE II constituem atividades curriculares obrigatórias do curso de graduação da ESAMC com o seguinte objetivo: a realização do Trabalho de Conclusão do Curso em suas áreas específicas de atuação.

Artigo 2º - O produto final das disciplinas PGE I e PGE II consiste em um Trabalho de Conclusão de Curso, elaborado individualmente ou em grupo pelo alunos, sob a orientação/supervisão de um professor da área vinculado à Instituição.

§1º - O Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser, preferencialmente, orientado para o mercado e suas relações com a realidade atual, genéricas e abrangentes. Categorias temáticas serão aceitas desde que aprovadas pelo professor orientador do trabalho. §2º - As Bancas Examinadoras, na qualificação e na avaliação final do Trabalho de Conclusão de Curso, considerarão a dificuldade inerente a cada natureza de temática escolhida e suas sub-áreas, bem como a quantidade de alunos que participou do seu desenvolvimento (individual ou em grupo).

Artigo 3º - A aprovação final do Trabalho de Conclusão de Curso será realizada por uma Banca Examinadora designada pelo Professor Orientador do mesmo.

CAPÍTULO II - DA ORIENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (PGE – ESAMC)

Artigo 4º - Caberá a Direção Acadêmica designar, dentre os seus professores, os orientadores nas disciplinas de PGE I e PGE II. Artigo 5º - São atribuições do Professor Orientador:

- a) zelar pelo cumprimento das presentes normas (detalhadas nos programas das disciplinas PGE I e PGE II), divulgando-as para os alunos inscritos nas referidas disciplinas; b) no início de cada semestre letivo, elaborar e fazer divulgar o calendário/cronograma de trabalho referente ao desenvolvimento da disciplina/trabalho sob sua orientação;
- c) indicar a Direção Acadêmica os nomes dos professores sugeridos (vinculados a ESAMC) para compor as bancas examinadoras dos Trabalho de Conclusão de Curso, tanto no PGE I (banca de qualificação do pré-projeto), quanto no PGE II (banca final)
- d) orientar reformulações em projetos qualificados com ressalvas ou até não aprovados no exame de qualificação no PGE I, bem como zelar pelo cumprimento do sistema de avaliação proposto e detalhado nas disciplinas de PGE I e PGE II;

- e) encaminhar a resolução das dificuldades e impasses eventualmente surgidos no curso das atividades previstas;
- f) presidir os trabalhos da banca examinadora no dia da qualificação (PGE I) e também da avaliação final (PGE II) do Trabalho de Conclusão de Curso;
- g) decidir ou encaminhar a Direção Acadêmica os casos omissos neste regulamento e/ou nos programas das disciplinas de PGE I e PGE II.

Artigo 6º - A todos os alunos é garantida orientação para o desenvolvimento do seu Trabalho de Conclusão de Curso, a cargo de um professor.

Artigo 7º - Para o exercício satisfatório das atribuições acima listadas, o Professor Orientador contará com o apoio integral da Secretaria Acadêmica, da Coordenação e da Direção Acadêmica da Instituição.

CAPÍTULO III – DAS OBRIGAÇÕES DOS ALUNOS

Artigo 8º - A escolha do tema do trabalho deve ser feita ao início da disciplina de PGE I, e será de responsabilidade do aluno individualmente e/ou do grupo de alunos formado para o desenvolvimento do mesmo. A própria formação (escolha dos membros) do grupo caberá exclusivamente aos alunos como decisão, respeitando-se o limite mínimo de quatro alunos e máximo de seis alunos por grupo.

Artigo 9º - O aluno, sob orientação de um professor, deverá cumprir as atividades previstas nos dois semestres letivos das disciplinas PGE I e PGE II, bem como cumprir os prazos estabelecidos pelo Calendário Escolar da ESAMC. O detalhamento das atividades previstas estará presente nos programas das disciplinas de PGE I e PGE II, disponíveis desde o começo do semestre a todos os alunos nelas inscritos.

Artigo 10º - O aluno deverá participar das atividades de orientação, estabelecidas pelo professor orientador, sabendo que a inobservância a este item poderá acarretar a reprovação do mesmo nas disciplinas de PGE I e PGE II, e, portanto, a não confecção do Trabalho de Conclusão de Curso.

CAPÍTULO IV- DA EXCLUSÃO DE ALUNO(S) DO GRUPO DE TRABALHO

Artigo 11º - Considerações iniciais:

Esse Regulamento é aplicável em todas as atividades em equipes desenvolvidas nas disciplinas dos cursos da ESAMC, incluindo trabalhos em grupo, trabalhos interdisciplinares e Projeto de Graduação ESAMC (PGE).

O sistema de avaliação de comprometimento individual definido nesse Regulamento será opcional nos trabalhos em equipes organizados pelo professor em sua disciplina. Será

obrigatório, no entanto, nos trabalhos interdisciplinares, caso em que será conduzido pelo professor escolhido como “âncora” do interdisciplinar. Também será obrigatório no PGE I, caso em que será conduzido pelo professor orientador. Também será obrigatório para todas as disciplinas que possuam trabalhos em equipes que são desenvolvidos durante todo o semestre, como ocorre com MKT4, Gestão de Vendas, estratégia Empresarial, AFO IV, Gestão de Operações IV etc.

Artigo 12° - Dos formulários de preenchimento:

Três formulários de preenchimento acompanham o presente Regulamento. O Anexo 1 refere-se ao formulário em que cada integrante do grupo avalia o desempenho individual de cada um dos integrantes do seu grupo. O Anexo 2 refere-se ao formulário de auto-avaliação, em que cada integrante avaliará seu próprio desempenho. O Anexo 3 refere-se ao formulário de avaliação de comprometimento individual elaborado pelo grupo.

Artigo 13° - Das avaliações de comprometimento:

Durante o semestre de aula, o professor determinará a realização de duas avaliações de comprometimento dos grupos.

A primeira deverá ocorrer durante a primeira quinzena do segundo mês de aula (março ou setembro). A segunda deverá ocorrer durante a primeira quinzena do terceiro mês de aula (abril e outubro).

Artigo 14° - Da primeira avaliação de comprometimento.

Na primeira semana do segundo mês de aula (março ou setembro), o Professor deverá exigir dos grupos a entrega dos formulários de preenchimento constantes nos Anexos 1, 2 e 3 deste Regulamento. A equipe deverá fazer uma avaliação da participação e dedicação de cada integrante do grupo, tudo conforme previsto neste Regulamento. O Grupo deverá entregar ao professor os formulários, devidamente preenchidos e assinados, até a segunda semana do segundo mês de aula (até 15 de março ou até 15 de setembro).

Ao final deste formulário, o grupo poderá sugerir, expressamente, sobre a exclusão, ou não, de algum(ns) integrante(s) do grupo, detalhando os motivos, para análise do professor.

Artigo 15° - Do preenchimento do formulário:

Os formulários dos Anexos 1 e 2 deverão ser assinados apenas pelo aluno que fez o preenchimento. Por sua vez, o formulário do Anexo 3 deverá ser assinado por mais de 50% dos membros do grupo, isto é, em um grupo formado por quatro ou cinco alunos, deverá haver a assinatura de pelo menos três integrantes.

Caberá aos integrantes do grupo providenciar o preenchimento de todos os formulários, por todos os membros.

É obrigatório que todos os integrantes preencham e assinam os formulários dos Anexos 1 e 2. A recusa, ou não preenchimento de um dos formulários do Anexo 1 e 2, será motivo para o grupo solicitar a exclusão do aluno.

Todos os formulários preenchidos serão entregues ao professor. O grupo deverá entregar os formulários devidamente grampeados e acompanhados com uma capa, indicando o nome e o RA de todos os alunos.

O formulário do Anexo 3 será entregue ao professor e grupo poderá sugerir, expressamente, sobre a exclusão, ou não, de algum(ns) integrante(s) do grupo, detalhando os motivos, para análise do professor.

Artigo 16º - Da segunda avaliação de comprometimento.

A segunda (e última) avaliação de comprometimento ocorrerá durante a primeira quinzena do terceiro mês de aula.

Assim como ocorreu na primeira avaliação de comprometimento, nesta avaliação, o professor, na primeira semana do terceiro mês de aula (abril ou outubro), deverá exigir dos grupos a entrega dos formulários de preenchimento constantes nos Anexos 1, 2 e 3 deste Regulamento. A equipe deverá fazer uma avaliação da participação e dedicação de cada integrante do grupo, tudo conforme previsto neste Regulamento.

O grupo deverá entregar ao professor os formulários, devidamente preenchidos e assinados, até a segunda semana do terceiro mês de aula (até 15 de abril ou até 15 de outubro).

O formulário do Anexo 3 será entregue ao professor e grupo poderá sugerir, expressamente, sobre a exclusão, ou não, de algum(ns) integrante(s) do grupo, detalhando os motivos, para análise do professor.

Após a segunda avaliação, o grupo não mais poderá sugerir a exclusão de um membro do grupo.

Artigo 17º - Da decisão do professor.

Com base nas recomendações feitas pelo grupo, bem como a partir da análise das avaliações entregues, o professor da disciplina definirá pela exclusão, ou não, do(s) integrante(s) do grupo, comunicando verbalmente ao grupo a sua decisão.

No caso do trabalho interdisciplinar, a definição pela eliminação ou não do integrante do grupo será feita pelo professor “âncora” do interdisciplinar, podendo consultar os demais professores participantes.

A decisão do professor deverá ser levada ao conhecimento do grupo até, no máximo, o último dia letivo do terceiro mês de aula. O professor deverá registrar sua decisão no seu diário de classe, anotando o dia em que comunicou ao grupo a sua decisão. O aluno eliminado poderá oferecer, no prazo de cinco dias, contados da data em que o professor tornou pública a sua decisão, recurso ao Diretor Acadêmico da unidade. Será lícito ao professor reduzir em até 20% a nota do grupo que, agindo com má-fé, deliberou pela exclusão injustificada de um membro.

No caso de PGE, a definição será feita pelo professor orientador.

Artigo 18º - Do aluno excluído:

Se houver possibilidade, o aluno excluído deverá formar um novo grupo, com outros alunos excluídos.

O aluno excluído ou o grupo formado por alunos excluídos deverá entregar o trabalho nos prazos e condições estipuladas e válidas para todos os grupos.

Faz parte deste regulamento os Anexos 1, 2 e 3 (planilhas Excel).

CAPÍTULO V- DA CONCLUSÃO DO TRABALHO

Artigo 19º - Os alunos inscritos em PGE I deverão apresentar ao professor orientador, até o final do segundo mês de aula do semestre letivo (oitava semana de aula), uma versão impressa do Pré-projeto para confecção do Trabalho de Conclusão de Curso. Haverá apresentação oral dos alunos, no mesmo período, para uma banca de qualificação formada por três professores, com a orientação/participação do professor orientador. O resultado deste exame de qualificação será diretamente informado aos alunos, e poderá resultar em 3 implicações: (a) aptos para execução do projeto; (b) aptos para execução do projeto, com ressalvas; (c) não aptos para execução do projeto. Neste último caso, os alunos deverão reformular o projeto, sob a orientação do professor orientador, no intuito de rerepresentá-lo para nova qualificação em período máximo de três semanas, sob pena de reprovação na disciplina de PGE I.

Artigo 20º - Os alunos inscritos em PGE II deverão apresentar ao professor orientador, até o final do segundo mês de aula do semestre letivo, uma primeira versão impressa do Trabalho de Conclusão de Curso.

Artigo 21º - Um mês antes da entrega do Trabalho de Conclusão de Curso para a banca (PGE II), o próprio orientador fará um exame de qualificação. O resultado deste exame de qualificação será devolvido ao aluno e repassado aos professores da banca no dia da reunião prévia antes da defesa oral do projeto. O relatório de qualificação poderá resultar em 3

implicações para o aluno: (a) apto para defesa em banca; (b) apto para defesa em banca, com ressalvas; (c) não apto para defesa.

Parágrafo Único - A fraude na elaboração do trabalho, na forma de plágio ou outra de igual relevância, será considerada “falta grave”, estando os alunos sujeitos à reprovação imediata em PGE II, mesmo antes da banca final.

Artigo 22º - Os alunos inscritos em PGE II deverão apresentar ao Professor Orientador a versão final de seu Trabalho de Conclusão de Curso, em 3 (três) cópias impressas. §1º - A Entrega do Trabalho de Conclusão de Curso será feita no último mês do semestre letivo em dia a ser definido no calendário da ESAMC e/ou pelo professor orientador; §2º - A referida versão será imediatamente encaminhada aos componentes da Banca Examinadora do aluno.

§3º - A referida versão deverá respeitar as normas técnicas especificadas pela ABNT.

CAPÍTULO VI - DAS BANCAS EXAMINADORAS

Artigo 23º - O Professor Orientador fará o convite/composição de professores e divulgará a data da realização da Banca Examinadora, tanto em PGE I (banca de qualificação do Pré-projeto) quanto em PGE II (banca de avaliação final).

§1º - Os alunos que necessitarem de uma data específica para a apresentação de seu Trabalho de Conclusão de Curso deverão encaminhar requerimento solicitando a data à secretaria até a data da entrega do projeto.

Artigo 24º - As Bancas Examinadoras do Trabalho de Conclusão de Curso serão compostas por três professores da instituição. O Professor orientador fará necessariamente parte da Banca Examinadora do aluno sob sua orientação.

§1º - Os participantes da Banca Examinadora, reservadamente, definirão a nota a ser atribuída ao trabalho apresentado pelo grupo de tal forma que o Professor Orientador seja o responsável pelo preenchimento do formulário de registro da avaliação e os demais membros da banca por um parecer escrito sobre o conteúdo apresentado.

CAPÍTULO VII - DA APROVAÇÃO

Artigo 25º - A aprovação na disciplina PGE I é atribuição da Banca Examinadora (banca de qualificação do pré-projeto) e do Professor orientador do trabalho por meio de média final (nota final) igual ou superior a 7,0 (sete). O detalhamento dos critérios/pesos de avaliação são apresentados no programa da disciplina.

Artigo 26º - A aprovação na disciplina PGE II é atribuição da Banca Examinadora designada pelo Professor orientador do trabalho.

Artigo 27º - A aprovação em PGE II será feita em formulário próprio, a partir do julgamento da qualidade do trabalho final apresentado oralmente pelos alunos, e previamente entregue na forma escrita. Cada membro da Banca Examinadora atribuirá ao aluno uma nota de 0 (zero) a 10 (dez) pelo conjunto da apresentação escrita e oral, conforme critérios/pesos de avaliação apresentados no programa da disciplina de PGE II;

Artigo 28º - Será aprovado em PGE II o aluno cuja média (das notas atribuídas pelos três examinadores) seja igual ou superior a 7,0 (sete).

Artigo 29º - Caberá ao Professor Orientador, na condição de presidente da Banca Examinadora, divulgar o resultado da avaliação – a média alcançada – e as justificativas da mesma.

CAPÍTULO VIII – DA ESTRUTURA ESCRITA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Artigo 29º - O Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser composto das seguintes partes:

Folha de rosto, contendo nome da instituição; nome do autor; título do trabalho (e subtítulo, se for o caso), nome do professor orientador, e ano;

Agradecimentos (opcional);

Índice - enumeração dos itens que compõem o trabalho, na ordem em que se apresentam, com a indicação de páginas;

Relação de tabelas, gráficos e figuras;

Texto - conteúdo do trabalho propriamente dito, cuja primeira parte corresponde a uma introdução, em que o autor define os objetivos pretendidos e as condições de realização do trabalho. As outras partes correspondem ao desenvolvimento do trabalho (capítulos) e as suas conclusões;

Notas explicativas (opcional) - esclarecimentos adicionais julgados convenientes, enumeradas em sequência;

- Referências bibliográficas;
- Apêndices ou anexos (opcionais); o Em qualquer hipótese, as citações textuais deverão conter a referência completa, inclusive com indicação de página da edição consultada.
- Papel A4

CAPÍTULO IX – DA APRESENTAÇÃO ORAL DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO Artigo 30º - A apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso ocorrerá sob os seguintes parâmetros:

- no dia da apresentação oral, o aluno ou grupo serão inteiramente responsáveis por quaisquer ambientações ou adaptações em sala de aula ou auditório no intuito de complementar ou enriquecer o conteúdo do trabalho apresentado.
- o aluno ou grupo fará uma apresentação de no máximo 45 minutos do conteúdo do PGE, atendo-se aos objetivos, estratégias utilizadas, e análises que fundamentaram as reflexões e ações propostas;
- a banca fará a arguição, um após o outro, envolvendo, no máximo, quinze (15) minutos, cada um, fazendo perguntas sobre o projeto;
- o grupo disporá de tempo equivalente para responder as perguntas formuladas pelos examinadores.

ANEXO I – AVALIAÇÃO DOS MEMBROS DO GRUPO



TRABALHO EM EQUIPE / COMPROMETIMENTO

Trabalho em equipe: Capacidade de trabalhar em equipe de forma profissional e construtiva.
 Comprometimento - Accountability: Compromisso com o resultado final.

AVALIADORA: _____
 AVALIADOR(A): _____
 DATA: _____

Fatores / Causas	6 Excelente	5 Muito bom	4 Bom	3 Regular	2 Ruim	1 Atenção urgente	Nota
Reconhece e aceita as competências complementares.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Faz seu foco no resultado da equipe.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Entende e aceita a liderança situacional.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Respeita os colegas de equipe.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Entrega o que lhe foi delegado com qualidade.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Cumprir prazos.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Busca atingir objetivos - Orientação para resultados.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Faz seu senso de urgência.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Mão vive ignorando problemas. Aguarda soluções.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Garante presença e pontualidade nos eventos e que é convocado.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Disponibilidade: Retorno de e-mails, ligações. Fácil de encontrar quando necessário.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	



TRABALHO EM EQUIPE / COMPROMETIMENTO

Trabalho em equipe: Capacidade de trabalhar em equipe de forma profissional e construtiva.
Comprometimento - Accountability: Compromisso com o resultado final.

AUTO-AVALIAÇÃO DE:

DATA:

Fatores / Causas	Excelente 6	Muito bom 5	Bom 4	Regular 3	Ruim 2	Atenção urgente 1	Nota
Reconhece e aceita as competências complementares.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Repassa foco no resultado da equipe.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Entende e aceita a liderança situacional.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Recebe os colegas da equipe.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Entrega o que lhe foi delegado com qualidade.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Cumprir prazos.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Busca atingir objetivos - Orientação para resultados.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Possui senso de urgência.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Não vive maquiando problemas. Apresenta soluções.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Garante presença e pontualidade nos eventos a que é convocado.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	
Disponibilidade: Retorno de e-mails, ligações. Fácil de encontrar ao ser necessário.	Sempre	Muitas vezes	Regularmente	Poucas vezes	Raramente	Nunca	

