

Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda

Coordenador de Curso:

Felipe Alvim Quinet de Andrade

Membros do NDE:

Alexandre Augusto da Costa
Helen Caroline de Oliveira
Henrique Moraes Kopke
Ricardo Matos de Araújo Rios



UNIPAC



Sumário

PARTE I - CONTEXTUALIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR E DO CURSO	5
1. Breve Histórico da Mantenedora e da Mantida	6
1.1. Breve História do Campus	7
Campus I: Barbacena	7
Campus II: Juiz de Fora	8
1.1.1 Identidade Corporativa	9
1.1.2 Missão	9
1.1.3 Visão	9
1.1.4 Valores-Princípios de Qualidade	9
1.1.5 Objetivos Institucionais	10
1.2 Características socioeconônicas regionais	10
1.2.1 Contexto Educacional e Localização da Instituição	10
1.2.2 Origens e trajetória histórica de Barbacena.....	11
1.2.3 Formação Administrativa do Município de Barbacena.....	13
1.2.4 Acesso.....	16
1.2.5 Situação Escolar	17
1.2.6 Características Urbanas, Expansão e Perspectivas de Desenvolvimento Municipal	18
1.2.7 Contexto socioeconômico	18
1.2.8 Contexto geográfico	20
1.2.9 Contexto Ambiental	22
1.2.10 Evolução dos principais indicadores econômicos e sociais do município de inserção da IES	23
1.3 O UNIPAC - Campus Barbacena em 2023/01	25
1.4 Cursos de Pós-Graduação <i>Lato Sensu</i> oferecidos no último triênio - Campus Barbacena/MG	28
1.5 Responsabilidade Social	31
1.6 Ações e Programas que Concretizem a Preservação da Memória e do Patrimônio Cultural	33
1.7 Ações e Programas para a Preservação do Meio Ambiente	34
1.8 Ações e Programas para a Preservação do Meio Ambiente.....	34
1.9 Processo de Construção do PPC	35
2. Dados Gerais do Curso	35
2.1 O Curso	35
2.2 Concepções Filosóficas e Políticas de Ensino	36
2.2.1 Concepções Filosóficas	36
2.2.2 Políticas de Ensino	36
2.3 Contexto Educacional: concepção geral do curso em relação às demandas efetivas de natureza econômica, social, cultural, política e ambiental	39
2.4 Possibilidade de Inserção no Mercado	41
PARTE II - DIMENSÕES	42
3. Organização Didático-Pedagógica	42
3.1 Políticas Institucionais no Âmbito do Curso	42
3.1.1 Políticas Institucionais de Ensino	47
3.1.2 Políticas Institucionais de Iniciação Científica	55
3.1.3 Políticas Institucionais de Extensão	57
3.2 Objetivos do Curso	58



3.3 Perfil Profissional do Egresso	60
3.4 Estrutura Curricular	62
3.4.1 A Flexibilidade	72
3.4.2 A Interdisciplinaridade	73
3.4.3 A Transversalidade	74
3.4.4 Acessibilidade Metodológica	75
3.4.5 Compatibilidade de carga horária total	76
3.4.6 A articulação entre a Teoria e a Prática	77
3.4.7 Elementos e Práticas Inovadoras	78
3.4.8 Ementas e Bibliografias	81
3.5 Conteúdos Curriculares	113
3.6 Metodologia	117
3.7 Estágio Curricular Supervisionado	121
3.8 Atividades Complementares	124
3.9 Trabalho de Conclusão de Curso	125
3.10 Apoio ao Discente	126
3.10.1 Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP)	126
3.10.2 Apoio Social	127
3.10.3 Política de Acessibilidade e Inclusão	127
3.10.4 Programa de Nivelamento	130
3.10.5 Monitoria	130
3.10.6 Ouvidoria	130
3.10.7 Centro Integrado Acadêmico e Financeiro (CIAF)	131
3.10.8 Centro de Acompanhamento Discente (CAD)	131
3.10.9 Intermediação e Acompanhamento de Estágios Não Obrigatórios	132
3.10.10 Ações Inovadoras para Atendimento ao Discente	132
3.10.11 Política de Intercâmbio	133
3.11 Gestão do Curso e os Processos de Avaliação Interna e Externa	133
3.12 Atividades de Tutoria Institucional	135
3.13 Conhecimentos, Habilidades e Atitudes Necessárias às Atividades de Tutoria	136
3.14 Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no Processo Ensino Aprendizagem	140
3.15 Ambiente Virtual de Aprendizagem	141
3.16 Material Didático	142
3.17 Procedimentos de Acompanhamento e de Avaliação e dos Processos de Ensino-Aprendizagem	145
3.18 Número de Vagas	147
4. Corpo Docente e Tutorial	148
4.1 Núcleo Docente Estruturante – NDE	148
4.2 Equipe Multidisciplinar	149
4.3 Atuação do Coordenador	150
4.4 Regime de Trabalho do Coordenador de Curso	152
4.5 Corpo Docente: titulação e regime de trabalho	153
4.6 Experiência Profissional do Docente	156
4.7 Experiência no Exercício da Docência Superior	158
4.8 Experiência no Exercício da Docência na Educação a Distância	159
4.9 Experiência no Exercício da Tutoria na Educação a Distância	160
4.10 Atuação do Colegiado de Curso ou Equivalente	162
4.11 Titulação e Formação do Corpo de Tutores do Curso	164
4.12 Experiência do Corpo de Tutores em Educação a Distância	164
4.13 Interação entre Tutores, Docentes e Coordenadores de Curso a Distância	165
4.14 Produção Científica, Cultural, Artística ou	165



Tecnológica	167
5. Infraestrutura	168
5.1 A infraestrutura	168
5.2 Espaço de Trabalho para Docentes em Tempo Integral	169
5.3 Espaço de Trabalho para o Coordenador	169
5.4 Sala Coletiva de Professores	170
5.5 Salas de Aula	170
5.6 Acesso dos Alunos a Equipamentos de Informática	170
5.7 Biblioteca	180
5.7.1 Acessibilidade	181
5.7.2 Recursos eletrônicos	181
5.7.3 Política de desenvolvimento e gestão dos acervos físico e digital	183
5.7.4 Bibliografia básica por Unidade Curricular (UC)	183
5.7.5 Bibliografia complementar por Unidade Curricular (UC)	185
5.8 Laboratórios Didáticos de Formação Básica	185
5.9 Laboratórios Didáticos de Formação Específica	193
5.10 Processo de Controle de Produção ou Distribuição de Material Didático (Logística)	201
CONSIDERAÇÕES FINAIS	237
REFERÊNCIAS	238
ASPECTOS DA ACESSIBILIDADE PLENA	239



PARTE I – CONTEXTUALIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR E DO CURSO

Identificação

Mantenedora: Fundação Presidente Antônio Carlos- FUPAC

CNPJ: 17.080.078/0001-66

Endereço: Rua Engenheiro Carlos Antonini – nº122, bairro São Lucas – BH/MG – CEP: 30.240-280

Natureza Jurídica: Fundação sem fins lucrativos

Atos Legais da Mantenedora: Lei de Criação Nº 3.038/1963, Lei Alteração de Denominação Nº 3.871/1965, Estatuto registrado sob o n.º 119.274, livro A, no registro 09, no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte/MG.

Direção Superior da Mantenedora

Presidente: Fábio Afonso Borges de Andrade

Mantida: Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Campus Barbacena

Endereço: Rodovia MG 338 km 12 S/N.CEP. 36.201.143 – Barbacena/MG

Telefone: 32 3339-4900

Atos Legais da Mantida

Autorização: Portaria MEC nº 366, de 12 de março de 1997. **Credenciamento:** Decreto do Governo do Estado de Minas Gerais nº 40.320, de 29/12/1998.

Prorrogação de credenciamento: Decreto Estadual s/n de 17 de outubro de 2005.

Portaria de Recredenciamento e transformação acadêmica: Portaria MEC nº 1.532, de 14 de dezembro de 2017.

Direção Superior da Mantida:

Reitor: Fábio Afonso Borges de Andrade

Estrutura Administrativa e Acadêmica do UNIPAC Campus Barbacena

Diretor Geral do Campus: José da Silva Filho

Diretora Acadêmica: Sarah Russo Heleno Ferreira

Diretor Administrativo: José Ambrósio Neto

Secretário(a): Mariana Costa Antunes

Bibliotecário(a): Rosy Mara Oliveira



1. Breve Histórico da Mantenedora e da Mantida

A Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC), entidade Mantenedora do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos (UNIPAC) iniciou suas atividades em 1966 sendo uma entidade sem fins lucrativos, voltada para prestação de serviços educacionais. Nos seus 55 (cinquenta e cinco) anos de atuação da FUPAC, seus esforços em prol da educação superior, já ultrapassaram a marca de mais de 50.000 (cinquenta mil) profissionais formados, egressos de suas salas de aulas e incluídos no mercado de trabalho nacional e do exterior.

Essas características, bem como a grande capilaridade no interior mineiro, alcançando diversos municípios, tornam a FUPAC a entidade privada sem fins lucrativos de grande expressão no âmbito do Estado de Minas Gerais, cumprindo fielmente sua missão institucional, levando o ensino superior às mais afastadas localidades mineiras, incluindo na sua missão a divulgação do conhecimento e do ensino mesmo nos mais pobres e menores municípios. E, exatamente a essência da sua natureza jurídica, a ausência de finalidade lucrativa, que a faz diferente e única no universo das instituições de educação superior.

As tradições culturais de Barbacena surgiram no século XIX, quando foi criado na cidade, em 1881, o célebre Colégio Abílio, do Barão de Macaúbas, cujas instituições educacionais, existentes no Rio de Janeiro/RJ e em Salvador/BA, de 1910, o Ginásio Mineiro de Barbacena era uma das mais importantes entidades escolares do Brasil. Poucos anos depois foi criado, na cidade, o Colégio Militar, um dos três únicos do País. Também é dessa época o Aprendizado Agrícola (hoje denominado Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas - Campus Barbacena), um dos primeiros implantados no território brasileiro.

O presidente Antônio Carlos, barbacenense ilustre, que criou a Universidade de Minas Gerais, em 1928 a primeira do Brasil, foi o reformador do ensino no seu Estado, com evidentes repercussões em todo o País, quando governava os mineiros. Essa tradição despertou nos meios educacionais da cidade de Barbacena a esperança da criação de escolas superiores.

Em 1963, o Deputado Bonifácio de Andrada, por meio de um projeto de lei, criou a Fundação Universitária da Mantiqueira na sua terra natal, a qual, por iniciativa do Deputado Hilo Andrade passou, no ano de 1965, a denominar-se Fundação Presidente Antônio Carlos.

Em 1966, data de início das atividades da FUPAC, foram criadas as Faculdades de Filosofia, Ciências e Letras e a Faculdade de Ciências Econômicas. Em seguida, surgiram as Faculdades de Direito e Medicina, esta última, passou a partir de 1988 a pertencer à Fundação José Bonifácio Lafayette de Andrada (FUNJOB).

Em uma contínua expansão, a Fundação Presidente Antônio Carlos passa a estar presente na cidade de Ubá, em 1970; e em Visconde do Rio Branco, em 1975. A FUPAC chega também a Leopoldina no ano de 1991; a Ipatinga, em 1993; e a Juiz de Fora, em 1996. Em 1997, a Fundação instala-se ainda em Conselheiro Lafaiete; no ano seguinte (1998) em Bom Despacho; e em 2001, em Araguari.



Aos 33 anos de atividade, em 1996, em reconhecimento à qualidade do ensino oferecido, nas 06 (seis) Faculdades da Fundação Presidente Antônio Carlos, localizadas nos municípios de Ubá, Visconde do Rio Branco, Leopoldina, Ipatinga e Juiz de Fora, transformam-se na Universidade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC), autorizada pelo Conselho Estadual de Educação, através do Parecer nº 549, de 14 de junho de 1996 e homologada pelo Ministério da Educação por meio da Portaria do MEC nº 366, de 12 de março de 1997. Posteriormente, foi acrescida de mais 03 (três) Campi, Bom Despacho, Araguari e Conselheiro Lafaiete, ficando o UNIPAC em 2001 com 09 (nove) Campi.

A partir de 2002, o Presidente da FUPAC, professor Bonifácio Andrada, visando à melhoria da qualidade da Educação Básica no Estado e consciente da necessidade de capacitação dos docentes dessa modalidade de ensino, criou a Rede de Ensino Normal Superior com as Faculdades de Educação e Estudos Sociais em mais de 130 (cento e trinta) cidades espalhadas por Minas Gerais, o que promoveu uma grande revolução educacional no interior mineiro. Tal iniciativa atendeu às necessidades de cada região e à exigência instituída na Lei de Diretrizes e Bases da Educação nº 9.394/96, que determinou, a partir de 2006, imprescindível a formação superior para atuação dos professores em sala de aula.

Hoje, portanto, a FUPAC, com 56 (cinquenta e seis) anos como Instituição de Educação Superior, está presente em muitas cidades de Minas Gerais, ofertando cursos de graduação, pós-graduação e/ou extensão. No ano de 2010, objetivando uma ampla reformulação na organização acadêmica de suas mantidas, decidiu a direção superior da FUPAC, pelo desmembramento da Universidade, ficando esta com apenas 02 (dois) "Campi", sendo Campus I - Barbacena e Campus II - Juiz de Fora. Os demais "Campi" foram transformados novamente em Faculdades.

E em 2017, por decisão de seus dirigentes, novamente a UNIPAC transforma sua organização acadêmica, de Universidade para Centro Universitário, passando a denominar-se, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos (UNIPAC), sendo a sua sede o Campus I - Barbacena.

Atualmente a FUPAC mantém o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos e um conjunto de Faculdades que formam a União de Instituições Presidente Antônio Carlos, nas quais funcionam cursos de graduação, pós-graduação e extensão nas diversas áreas do conhecimento.

1.1. Breve História do Campus

Campus I: Barbacena

A sede da FUPAC surge quando da implantação das duas primeiras instituições de educação superior em Barbacena, no ano de 1966, que eram a Faculdade de Filosofia e a Faculdade de Ciências Econômicas. Logo após, são instituídas as Faculdades de Medicina e Direito. No decorrer dos anos são criados e implantados órgãos de grande relevância que seriam o Hospital Escola Dr. Agostinho Paulucci,

o Núcleo de Práticas Jurídicas, a escola gratuita de Ensino Fundamental e a Empresa Júnior de Consultoria Integrada, que atualmente se constituem no Campus I do UNIPAC, bem como instrumentos de extensão universitária e de ação em favor da comunidade local e regional, especialmente a população menos favorecida. Nesta área vem se promovendo também atividades e programas sociais de relevante interesse para a comunidade.

Hoje o UNIPAC – Campus I – Barbacena oferece cursos de graduação nas áreas da educação, saúde, ciências sociais aplicadas e exatas, cursos de Pós-Graduação e Extensão nas diversas áreas do saber. Em 2023 01, o Campus Barbacena está com 2.729 alunos e conta com professores doutores, mestres e especialistas, conforme a Figura 1 abaixo.

Figura 1 – Titulação Docente Geral Barbacena

NÚMERO DE ESPECIALISTAS/MESTRES E DOUTORES - UNIPAC
2023/01 PORCENTAGEM



Fonte: Setor de Recursos Humanos

Campus II: Juiz de Fora

O UNIPAC Campus II – Juiz de Fora tem sua origem no ano de 1996 com a criação da Faculdade de Ciências Contábeis e, a partir dessa data, atendendo ao seu Plano de Expansão, foi instalando diversos cursos de acordo com as necessidades de Juiz de Fora e região, mantendo a Faculdade de Ciências Humanas e Exatas como curso de Administração. Posteriormente, surge a Faculdade de Ciências da Saúde ofertando os cursos de engenharia, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Medicina Veterinária; a Faculdade de Medicina com o curso de Medicina; a Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais com o curso de Direito.



1.1.1 Identidade corporativa

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos é uma instituição de Ensino Superior com sede em Barbacena/MG e criada com a finalidade de contribuir para o desenvolvimento da região onde está inserida, formando profissionais de nível superior para o mercado de trabalho.

O seu compromisso, entre outros, é com a excelência do ensino, voltando-se para uma científica compreensão política do mundo e dos nossos tempos, para os problemas da multi e interdisciplinaridade, com a procura de novos talentos, a inserção ocupacional de seus alunos e a formação continuada dos seus diplomados.

1.1.2 Missão

O UNIPAC é uma instituição universitária criada em Barbacena, valendo-se de suas lideranças e elites educacionais, bem como das outras cidades, visando alcançar por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, os conhecimentos da Filosofia, da Ciência, da Tecnologia e das Técnicas em geral, para contribuir e influir no desenvolvimento das áreas sociais da região, de Minas e do país, como, ainda, formar profissionais para a comunidade.

O seu compromisso, entre outros, é com a qualidade universitária, e por meio desta, com a científica compreensão política do mundo em nossos tempos, para os problemas da multi e interdisciplinaridade, a procura de novos talentos, a inserção ocupacional de seus alunos e a formação continuada dos seus diplomados.

1.1.3 Visão

Consolidar-se como Instituição de Educação Superior reconhecida como centro de excelência na produção de conhecimentos, na qualidade dos serviços prestados à comunidade, mantendo-se como referência na região e no estado de Minas Gerais, buscando o contínuo aprimoramento e desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.

1.1.4 Valores-Princípios de Qualidade

- ✓ Integridade.
- ✓ Competência.
- ✓ Aspiração de crescimento profissional, pessoal e institucional.
- ✓ Valorização de desempenho.



- ✓ Integração.
- ✓ Comprometimento com a comunidade.
- ✓ Vocação para prestar serviços.

1.1.5 Objetivos Institucionais

O Centro Universitário tem por objetivos:

- ✓ garantir a efetividade da Avaliação Institucional como instrumento de gestão;
- ✓ assegurar que a comunidade acadêmica perceba a Avaliação Institucional como instrumento participativo no aperfeiçoamento da Instituição;
- ✓ assegurar que a missão, os objetivos, as metas e os valores da Instituição estejam contemplados nas políticas de ensino e extensão;
- ✓ reformular o Programa de Nivelamento;
- ✓ melhorar a Gestão do Corpo Docente e Técnico – administrativo;
- ✓ aumentar a sinergia entre os cursos de graduação e pós-graduação;
- ✓ melhorar o desempenho acadêmico;
- ✓ garantir eficácia nos processos de comunicação internos e externos;
- ✓ garantir infraestrutura física laboratorial, de biblioteca, tecnológica, salas de aula e administrativa que atenda às necessidades dos cursos ofertados;
- ✓ capacitar o Corpo Técnico Administrativo e Docente;
- ✓ melhorar o Clima Organizacional;
- ✓ buscar Inovação Tecnológica Contínua;
- ✓ aumentar receita;
- ✓ reduzir custos; e
- ✓ aumentar rentabilidade.

1.2 Características socioeconômicas regionais

1.2.1 Contexto Educacional e Localização da Instituição ¹

A cidade de Barbacena situa-se em uma região conhecida como Campo das Vertentes, na serra da Mantiqueira, é uma grande produtora de frutas e de flores, destaca-se como centro de ensino, com expressiva influência regional, tendo também um comércio diversificado. O município ocupa o sítio de um antigo aldeamento de índios Puris, com distância de 169 quilômetros da capital do estado, Belo Horizonte.



Imagen 1 – Cidades vizinhas

Fonte:

https://barbacena.mg.gov.br/arquivos/PMSB_BARBACENA_VERS%C3%83O_PRELIMINAR_30.01.pdf

1.2.2 Origens e trajetória histórica de Barbacena ^{2 3}

A cidade de Barbacena teve por origem uma pequena aldeia de índios Puris, formada por jesuítas junto às cabeceiras do Rio das Mortes, pelas primeiras bandeiras que penetraram no território das Minas Gerais e Borda do Campo. Esses indígenas, pertencentes à nação tupi, habitavam a zona do Campo desde a Mantiqueira, e tinham por vizinhos a leste os Coroados e ao norte os Carijós. Vindos do sul, eles se espalharam pelas regiões de Queluz e Congonhas do Campo. Os últimos representantes desses indígenas desapareceram em meados do século XVIII.

¹ Disponível em:

<https://camarabarbacena.mg.gov.br/?pag=T1RjPU9EZz1PVFU9T0dVPU9HST1PVEE9T0dFPU9HRT0=&idmenu=41#:~:text=Barbacena%20fica%20na%20Serra%20da,conhecida%20como%20Campo%20das%20Vertentes>, acesso em 03/04/2023.

² Disponível em: BARBACENA. In: ENCICLOPÉDIA dos municípios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 1958. v. 24, p. 136-144. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv27295_24.pdf.

³ Disponível em:

<https://camarabarbacena.mg.gov.br/?pag=T1RjPU9EZz1PVFU9T0dVPU9HST1PVEE9T0dFPU9HRT0=&idmenu=41#:~:text=Barbacena%20%C3%A9%20conhecida%20em%20todo,hospitais%20psiqui%C3%A1tricos%20instalados%20no%20local>, acesso em 03/04/2023.

Os primeiros povoadores da região foram paulistas e

portugueses, procedentes, na maioria, de Taubaté. Transpondo a Mantiqueira pela garganta do Embaú, desbravaram os sertões e estabeleceram-se no território, dedicando-se de início à mineração e, em seguida, à lavoura e criação de gado. Essa empresa foi iniciada pelo capitão Garcia Rodrigues Paes Leme, em 1698, e determinada com o auxílio de seu cunhado, o Coronel Domingos Rodrigues de Fonseca Leme, então já estabelecido na fazenda da Borba do Campo. Como recompensa receberam ambos vários títulos, privilégios e diversas sesmarias ao longo de Caminho Novo, aberto por eles.

Em representação dirigida ao Príncipe Regente D. Pedro, em 11 de fevereiro de 1822, vila de Barbacena foi proposta para capital, sede da Monarquia portuguesa, então em crise, oferecendo-se os barbacenenses para lutar em defesa do Príncipe Regente, que nessa ocasião, havia recorrido aos mineiros. Recebeu Barbacena, então, o título de “nobre e muito leal”, conferido pelo primeiro Imperador, em 1832. Em 1840, Barbacena recebeu foros de cidade, juntamente com a Campanha da Princesa, Paracatu e Minas Novas.

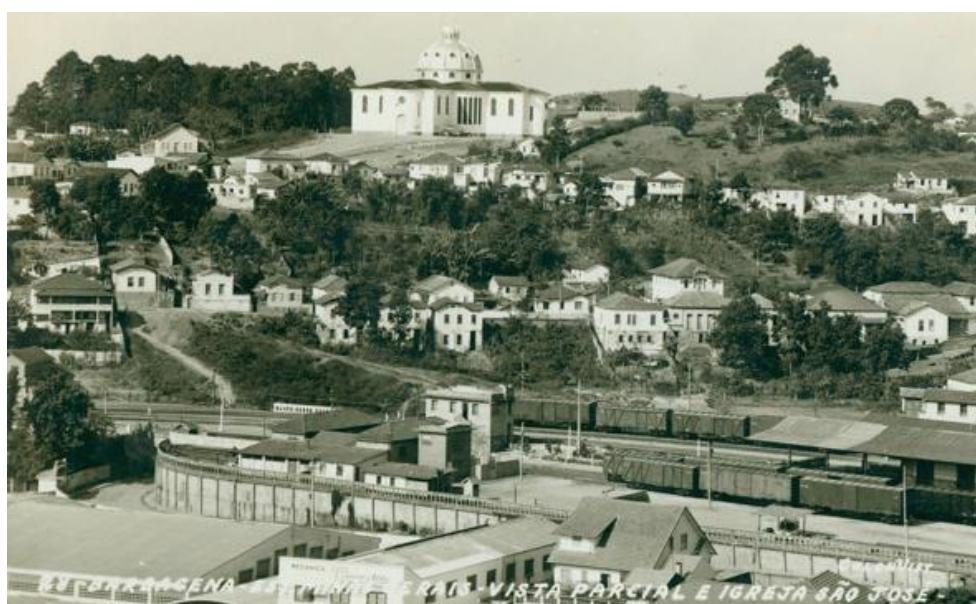


Imagen 2 – Estação Ferroviária de Barbacena e Basílica de São José Operário.
Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/barbacena/historico>

É conhecida em todo o Brasil e também no exterior como a "Cidade das Rosas", em função da grande produção local desta flor. No Brasil, o município também é conhecido como a "Cidade dos Loucos", pelo grande número de hospitais psiquiátricos instalados no local. A cidade atraiu esses manicômios em decorrência da antiga ideia, defendida por alguns médicos, de que seu clima ameno, com temperaturas médias bem baixas para os padrões brasileiros, faria com que os doentes mentais ficassem mais quietos e menos arredios, supostamente facilitando o tratamento.

O município possui parque de exposições e um aeroporto com aeroclube. É sede do Nono Batalhão de Polícia Militar, da 13ª Região da Polícia Militar de Minas Gerais. Abriga estabelecimentos de ensino como a Faculdade de Medicina de Barbacena, a Escola Preparatória de Cadetes do Ar, o Instituto Federal do Sudeste de Minas - Barbacena, a Escola de Hotelaria do Serviço Nacional de Aprendizagem



Carlos, a Universidade do Estado de Minas Gerais, o Colégio Tiradentes da Polícia Militar de Minas Gerais - Barbacena, além de escolas de ensino fundamental e médio da Rede Salesiana de Escolas (Instituto Maria Imaculada) e Educação Vicentina (Colégio Imaculada Conceição) instituições tradicionais. Além dessas, a cidade também atrai novas instituições educacionais, como a Rede de Ensino Apogeu. Possui mais de trinta bibliotecas, cinco associações culturais e a Academia Barbacenense de Letras. Na cidade, também encontram-se escritórios da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais, do Departamento de Estradas de Rodagem e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Além da intensa produção de frutas europeias e de rosas, exportadas para o país e ao exterior, Barbacena é um centro de pecuária, agricultura e da indústria de tecelagem.

Gentílico: Barbacenense.

1.2.3 Formação Administrativa do Município de Barbacena ²

- Distrito criado, com a denominação de Barbacena, pelo Alvará de 16-01-1752 e pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891.
- Elevado à categoria de vila, com a denominação de Barbacena, em 14-08-1791.
- Pelo Alvará de 24-02-1823, teve o título de “nobre e muito leal vila de Barbacena”.
- Elevado à condição de cidade com a denominação de Barbacena pela Lei Provincial n.º 163, de 09-03-1840.
- Pela Lei Provincial n.º 1.723, de 10-10-1870, e pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de Nossa Senhora dos Remédios e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 1.830, de 10-10-1871, e pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de Desterro de Melo e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 1.887, de 15-07-1872, é criado o distrito de Santana da Ressaca e anexado ao município de Barbacena.
- Em 1874, é criado o distrito de Ribeirão de Alberto Dias confirmada pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 2.149, de 30-10-1875, ou por Lei Provincial n.º 149, de 30-10-1875, e por Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891 é criado o distrito de Quilombo e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 2.325, de 12-07-1876, o distrito de Santana da Ressaca passou a denominar-se Santana do Carandaí.
- Pela Lei Provincial n.º 2.701, de 30-11-1880, e pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de Santo Antônio da Ibertioga e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 2.712, de 30-11-1880 e por Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de Santana do Livramento e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 2.799, de 30-10-1881, é criado o distrito de Borda do Campo e anexado ao município de Barbacena.

² Disponível em: BARBACENA. In: ENCICLOPÉDIA dos municípios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 1958. v. 24, p. 136-144. Disponível em:http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv27295_24.pdf.



- Pela Lei Provincial n.º 2.906, de 26-09-1882, Barbacena adquiriu do município de Lima Duarte o distrito de Santa Rita do Ibitipoca.
- Pela Lei Provincial n.º 2.955, de 07-10-1882, o distrito de Borba do Campo passou a denominar-se São Sebastião dos Torres.
- Pela Lei Provincial n.º 3.272, de 30-10-1884, e pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de São Domingos e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Provincial n.º 3.798, de 16-08-1889, e pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de Santa Bárbara do Tugúrio e anexado ao município de Barbacena.
- Pelo Decreto n.º 318, de 09-01-1891, o distrito de São Domingos tomou o nome de São Domingos do Monte Alegre.
- Pela Lei Estadual n.º 2, de 14-09-1891, é criado o distrito de Curral Novo e anexado ao município de Barbacena.
- Pela Lei Resolução n.º 50, de 19-09-1895, o distrito de Ribeirão de Alberto Dias passou a denominar-se São José da Ressaquinha.
- Pela Lei Municipal n.º 52, de 21-09-1895, o distrito de Curral Novo passou a chamar-se Bias Fortes.
- Pelo Decreto Municipal n.º 148, de 20-05-1896, o distrito de Quilombo passou a denominar-se União.
- Pela Lei Estadual n.º 556, de 30-08-1911, foram criados os distritos de Pedro Teixeira e anexados ao município de Barbacena. Também foi criado o distrito de Campolide, com terras desmembradas do distrito de Santa Rita da Ibitipoca, e anexado ao município de Barbacena.
- Em divisão administrativa referente ao ano de 1911 o município é constituído de 14 distritos: Barbacena, Bias Fortes, Campolide, Santana do Carandaí, Desterro do Melo, Ibertioga, Pedro Teixeira, Remédio, Ressaquinha, Santana do Livramento, Santa Bárbara do Tugúrio, Santa Rita da Ibitipoca, São Domingos do Monte Alegre, São Sebastião dos Torres e União.
- Pela Lei n.º 663, de 18-09-1915, foi criado o distrito de Ilhéus, criado com terras desmembradas do distrito de Santo Antônio de Ibertioga, e anexado ao município de Barbacena.
- Nos quadros de apuração do Recenseamento Geral de 1-IX-1920 o município é constituído de 16 distritos: Barbacena, Bias Fortes, Campolide, Carandaí, Desterro de Melo, Ilhéus, Livramento ex-Santana do Livramento, Padre Teixeira, Nossa Senhora dos Remédios, Ressaquinha, Santa Rita da Ibitipoca, Santa Bárbara do Tugúrio, Santo Antônio da Ibertioga, São Domingos do Monte Alegre e São Sebastião dos Torres.
- Pela Lei Estadual n.º 843, de 07-09-1923, é desmembrado do município de Barbacena o distrito de Santana do Carandaí, elevado à categoria de município com a denominação Carandaí. A mesma Lei altera a denominação dos distritos de Ilhéus para Padre Brito e de Nossa Senhora do Remédio para Remédio. O mesmo instrumento legal transfere do município de Barbacena o distrito de Pedro Teixeira, para ser anexado ao de Lima Duarte e transfere o distrito de São Domingos do Monte Alegre para o município de Alto do Rio Doce.



- Em divisão administrativa referente ao ano de 1933, o município é constituído de 13 distritos: Barbacena, Bias Forte, Campolide, Desterro de Melo, Padre Brito, Remédios, Ressquinha, Santana do Livramento, Santa Bárbara do Tugúrio, Santa Rita do Ibitipoca, Santo Antônio da Ibertioga, São Sebastião dos Torres e União.
- Em divisões territoriais datadas de 31-XII-1936 e 31-XII-1937, o município é constituído de 13 distritos: Barbacena, Bias Fortes, Desterro de Melo, Padre Brito, Remédio, Ressquinha, Saldanha, Santa Bárbara do Tugúrio, Santa Rita da Ibitipoca, Santana do Livramento, Santo Antônio da Ibertioga, São Sebastião dos Torres e União.
- Pelo Decreto-lei Estadual n.º 88, de 30-03-1938, o distrito de Campolide passou a chamar-se Saldanha.
- Pelo Decreto-Lei n.º 148, de 17-12-1938, é desmembrado do município de Barbacena os distritos de Bias Fortes, Saldanha e Ibitipoca, para formarem o novo município com a denominação de Bias Fortes. Pela mesma Lei o distrito de Santa Bárbara do Tugúrio passou a chamar-se Tugúrio, Santana do Livramento a chamar-se Livramento, Santo Antônio da Ibertioga a chamar-se Ibertioga, Bias Forte a chamar-se Sítio e o distrito de São Sebastião dos Torres a chamar-se Torres.
- No quadro fixado para vigorar no período de 1939 a 1943, o município é constituído de 10 distritos: Barbacena, Desterro de Melo, Ibertioga, Livramento, Padre Brito, Remédio, Ressquinha, Torres, Sítio e Tugúrio.
- Pelo Decreto-lei Estadual n.º 1.058, de 31-12-1943, o distrito de Remédio passou a chamar-se Angoritaba, Livramento a chamar-se Oliveira Fortes e Torres a chamar-se Correia de Almeida.
- No quadro fixado para vigorar no período de 1944 a 1948, o município é constituído de 10 distritos: Barbacena, Angoritaba, Desterro de Melo, Ibertioga, Oliveira Fortes, Padre Brito, Ressquinha, Correia de Almeida, Sítio e Tugúrio.
- A Lei Estadual n.º 336, de 27-12-1948, desmembra do município de Barbacena o distrito de Sítio, elevado à categoria de município com a denominação de Antônio Carlos. Ainda pela mesma Lei é criado o distrito de Paiva, com terras desmembradas do distrito de Oliveira Forte, e anexado ao município de Barbacena.
- Em divisão territorial datada de 1-VII-1950, o município é constituído de 10 distritos: Barbacena, Angoritaba, Correia de Almeida, Desterro de Melo, Ibertioga, Oliveira Fortes, Paiva, Padre Brito, Ressquinha e Tugúrio.
- Pela Lei Estadual n.º 1.039, de 12-12-1953, é desmembrado do município de Barbacena o distrito de Angoritaba, elevado à categoria de município com a denominação de Senhora dos Remédios. Pela mesma Lei são desmembrados de Barbacena os distritos de Oliveira Fortes, de Paiva e de Ressquinha, todos elevados à categoria de município.
- Em divisão territorial datada de 1-VII-1960, o município é constituído de 6 distritos: Barbacena, Correia de Almeida, Desterrro do Melo, Ibertioga, Padre Brito e Tugúrio.
- Pela Lei Estadual n.º 2.764, de 30-12-1962, são desmembrados do município de Barbacena os distritos de Desterro de Melo, Ibertioga e Tugúrio, todos elevados

à categoria de município. Sob a mesma Lei é criado o distrito de Senhora das Dores e anexado ao município de Barbacena.

- Em divisão territorial datada de 31-XII-1963, o município é constituído de 4 distritos: Barbacena, Correia de Almeida, Padre Brito e Senhora das Dores.
 - Assim permanecendo em divisão territorial datada de 1995.
 - Pela Lei n.º 3.365, de 08-11-1996, foram criados os distritos de Colônia Rodrigo Silva, Costas da Mantiqueira, Faria, Galego, Mantiqueira, do Palmital, Pinheiro Grosso, Ponte do Cosme, Ponte Chique do Martelo e São Sebastião dos Torres e anexados ao município de Barbacena.
 - Em divisão territorial datada de 1999, o município é constituído de 13 distritos: Barbacena, Colônia Rodrigo Silva, Correia de Almeida, Costas da Mantiqueira, Faria, Padre Brito, Galego, Mantiqueira do Palmital, Senhora das Dores, Pinheiro Grosso, Ponte do Cosme, Ponte Chique do Martelo e São Sebastião dos Torres.
 - Assim permanecendo em divisão territorial datada de 2014.

1.2.4 Acesso⁴

A cidade está às margens da BR-040 e da BR-265, e a 160km da BR-381, umas das mais importantes rodovias do Brasil, além das rodovias estaduais MG-338, MG-135 e MG-132. É cortada por malha ferroviária que estabelece conexão entre regiões produtoras, grandes centros de consumo e cinco dos maiores portos do país. Possui também rede de distribuição de gás natural, solução energética limpa, segura, eficiente e que dispensa armazenamento.



Imagen 3 - Rodovias - Estado de Minas Gerais
Fonte: <https://www.mg.gov.br/pagina/rodovias>

⁴ Texto organizado a partir de informações e dados obtidos em sites – “IBGE cidades” e “Municípios mineiros” da Assembleia do Estado de Minas Gerais. Além disso, foram utilizados mapas e cartas variados e outras fontes de ordem histórica. Material preparado para o Conteúdo “Geografia do Campo das Vertentes”.



1.2.5 Situação escolar ⁵

De acordo com estimativa do IBGE/2021, Barbacena conta com 139.061 habitantes.

Ainda de acordo com dados do IBGE/2021 o município possui:

- 4.969 alunos matriculados no ensino médio;
- 13.779 no ensino fundamental; e
- 3.166 na educação infantil.

Dispõe de 43 estabelecimentos de ensino infantil, 52 de ensino fundamental, e 21 de Ensino Médio, nas categorias municipal, estadual e particular.

1.2.6 Características Urbanas, Expansão e Perspectivas de Desenvolvimento Municipal

Antes da dominação europeia do atual território que delimita o município de Barbacena a região era ocupada por grupos indígenas das etnias Puris, Coropó e Coroados, os últimos remanescentes dos primeiros habitantes do que viria ser a Comarca do Rio das Mortes foram percebidos por viajantes estrangeiros até a metade do Século XIX. O nome Barbacena é denominação dada ao Arraial da Igreja Nova, quando de sua emancipação em 14 de agosto de 1971.⁶

No campo das vertentes, no estado de Minas Gerais, o município de Barbacena se destaca por seu número de habitantes e por sua importância comercial e de serviços na região, tendo em vista a importância da materialização dos ritmos de desenvolvimento, de coberturas urbanas e a transformação do meio social e ambiental.⁷

Dentro do perfil de Barbacena, pode-se destacar que 87.3% de domicílios apresentam esgotamento sanitário adequado, 16.7% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 34.9% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio).⁵

Barbacena é referência em serviços de saúde mental, é uma das cidades com melhores índices de qualidade de vida, estando entre as vinte e cinco mais seguras do país e a quarta mais segura do estado de Minas Gerais. Situada em um dos principais centros históricos do Brasil, oferece roteiros gastronômicos, de aventuras, belas paisagens naturais e rico patrimônio arquitetônico. Com altitude de 1160 metros, possui um clima tropical de altitude, com invernos frios e verões amenos, alto índice pluviométrico, clima que favorece o agronegócio, uma expressiva marca da região.

Destaca-se ainda como centro educacional, com expressiva influência regional, formando profissionais das mais diversas áreas de conhecimento.

⁵ Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/barbacena/panorama>, acesso em 03/04/2023.

⁶ Disponível em: <http://www.ipatrimonio.org/wp-content/uploads/2018/11/ipatrimonio-Barbacena-historico-Fonte-Prefeitura-Municipal.pdf>, acesso em 03/04/2023.

⁷ LIMA, M. F. A. S.; KILENSE, L. L.; PEREIRA, G.; CARDozo, F. S. Mudanças nas Dinâmicas Espaciais e Temporais da Urbanização do Município de Barbacena (MG) para o Período de 1985-2018. Espaço & Geografia, vol.24, n.1 (2021), 64:83.

A economia é bastante diversificada, o que faz da cidade o principal centro comercial e prestador de serviços da região do Campo das Vertentes, com destaque para atividades econômicas como a cerâmica, produtos alimentares, agronegócio, serviços em saúde, mineração, metalurgia e o turismo. Barbacena possui dois distritos industriais, um deles em expansão, localizado às margens da BR-265, com aproximadamente 300.000m², onde já existe a previsão de instalação de três novas indústrias e uma usina fotovoltaica. Além de todos os atributos que a cidade oferece, o plano estratégico denominado Desenvolve Barbacena cria uma atmosfera comprometida, e torna o ambiente ainda mais favorável para o desenvolvimento econômico do município.⁸

1.2.7 Contexto socioeconômico

A partir da média geométrica das três dimensões do IDHM (renda, longevidade e educação) é calculado o Índice de Desenvolvimento Humano do Município. O IDHM de Barbacena é 0,769, o que é considerado alto, já o Índice de Gini, que varia de zero a um, o valor zero representa a situação de igualdade (todos possuem a mesma renda), já o valor um é o oposto (uma só pessoa possui toda a riqueza). O índice Gini de Barbacena é de 0,58.

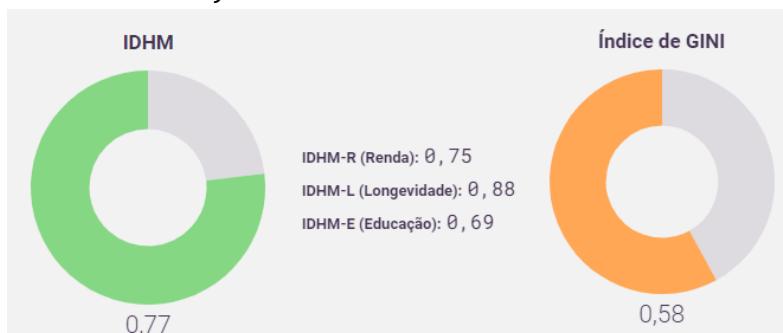


Imagen 4 – IDHM e Índice de Gini – Barbacena (MG).
Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/>

O perfil social do município apresenta a autodeclaração dos habitantes das áreas rurais e urbanas sobre a sua identidade étnico-racial, incluindo 5 categorias: branca, preta, parda, indígena ou amarela (pessoas com ascendência ou origem asiática).⁹

Em 2020, em Barbacena, o salário médio mensal era de 2.1 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 21.7%. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 35.2% da população nessas condições, o que o colocava na posição 513 de 853 dentre as cidades do estado e na posição 3528 de 5570 dentre as cidades do Brasil.⁵

Barbacena e os demais municípios integrantes de sua microrregião possuem expressiva atividade agropastoril, com destaque para a produção de hortifrutigranjeiros (legumes, frutas e aves) e leite e laticínios (com destaque para os queijos e demais derivados do leite). Há crescimento na produção e exportação da indústria de processamento de carnes – aves e porcos.

⁸ Desenvolve Barbacena – Agenda Estratégica para o Desenvolvimento Econômico – disponível em: https://barbacena.mg.gov.br/download/Livro_grafica_2.pdf, acesso em 03/04/2023.

⁹ INFOSANBAS – disponível em: <https://infosanbas.org.br/municipio/barbacena-mg/#indicadores>, acesso em 03/04/2023.

A microrregião também é grande produtora de flores e rosas, sendo o terceiro maior produtor nacional. No setor industrial há destaque para as indústrias de base - produção de ferro gusa (VALE), cimento (HOLCIM e Tupi), calcário (pequenos produtores em vários municípios da região) e outras ligas e areias com aplicações metalúrgicas (Saint Gobain).

O setor de comércio (varejo e atacado) da cidade de Barbacena possui ampla variedade de estabelecimentos, bem como atende ao setor de agronegócios da microrregião (comércio de adubos, maquinários e veículos, defensivos e outros suplementos e implementos para o setor). Barbacena é destaque nos serviços de saúde, com ampla rede de hospitais e clínicas (públicas e privadas), bem como oferta de profissionais (médicos em geral, e demais profissionais do setor da saúde). No setor de serviços, há destaque para as instituições educacionais tanto na Escola Básica (Ensino Médio) como para o Ensino Superior. O destaque em Ensino Médio, a nível nacional é a EPCAR (Escola Preparatória de Cadetes do Ar), vinculada a Aeronáutica. Para o Ensino Superior destacam-se o UNIPAC e o campus do IF - Sudeste de Minas. Há grandes perspectivas para investimentos e ampliação do setor de comércio e de outros serviços (hospitais públicos) e indústrias ligadas ao agronegócio.⁴

BARBACENA NO ESTADO DE MINAS GERAIS

1º	Belo Horizonte	97509893,34
2º	Uberlândia	37631536,84
3º	Contagem	29558093,79
4º	Betim	26185005,42
5º	Uberaba	17190844,76
...		
36º	Itajubá	3290802,69
37º	Mariana	3266047,66
38º	Barbacena	3175493,76
39º	Sabará	3153825,83

Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil>

O PIB per capita é de R\$ 22.976,86, segundo dados do IBGE (2020). Esse valor faz do Município de Barbacena o 38º do estado de Minas Gerais.

No âmbito da Justiça Estadual, Barbacena é uma Comarca de Entrância Especial, atualmente constituída de:

- ✓ 1ª Vara Cível;
- ✓ 2ª Vara Cível;
- ✓ 3ª Vara Cível;
- ✓ Vara de Família, Sucessões e de Precatórias Criminais;
- ✓ 1ª Vara Criminal e de Execuções Criminais;



- ✓ 2ª Vara Criminal e de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher;
- ✓ 3ª Vara Criminal da Infância e da Juventude.
- ✓ Centro Judiciário de Solução de Conflitos e Cidadania – CEJUSC;
- ✓ Juizado Especial com duas Unidades Judiciárias;

No tocante à Justiça do Trabalho, Barbacena integra o TRT da 3ª Região, atualmente constituída de:

- ✓ 1ª Vara do Trabalho;
- ✓ 2ª Vara do Trabalho;

Barbacena possui, ainda, várias agências de órgãos públicos e assistenciais, de natureza estadual ou federal, conforme discriminação a seguir:

Órgãos Estaduais: Fórum do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, Cartórios Eleitorais de Minas Gerais - 23ª, 24ª, 25ª zonas eleitorais, Ministério Público - 1ª a 9ª Promotoria de Justiça, Defensoria Pública, Presídio de Barbacena, 13º Departamento de Polícia Civil, 1º Delegacia Regional de Polícia Civil de Barbacena, Décima Terceira Região da Polícia Militar, 13ª Região Integrada de Segurança Pública - RISP, 9º Batalhão da Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, Polícia Rodoviária Estadual, Hospital Psiquiátrico e Judiciário Jorge Vaz, 4ª Coordenadoria Regional do Departamento de Estradas de Rodagens de Minas Gerais - DER/MG, Secretaria da Receita Estadual, Superintendência Regional de Ensino, Superintendência Regional de Saúde, Unidade Regional do Instituto de Previdência dos Servidores do Estado de Minas Gerais - IPSEMG, Instituto Estadual de Florestas - IEF, Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA.

Órgãos Federais: Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região, Agência Regional do Ministério do Trabalho e Emprego - MTE, Secretaria da Receita Federal, Instituto Nacional de Seguro Social - INSS, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, Pecuária e Abastecimento, Caixa Econômica Federal, Escola Preparatória de Cadetes do AR - EPCAR, Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE, Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais.

1.2.8 Contexto geográfico ⁴

Barbacena é um município do estado de Minas Gerais, no Brasil. Localiza-se a uma latitude 21º13'33" sul e a uma longitude 43º46'25" oeste. ³

A mesorregião “Campo das Vertentes” integrada pelas microrregiões de Barbacena, São João Del Rei e Lavras. A mineração do calcário, quartzito, pedras ornamentais e outros minérios como a cassiterita e as respectivas indústrias de base (cimento e agregados, siderurgia - gusa e estanho - e materiais cerâmicos) correlatas, possuem grande destaque no contexto regional. A cidade de São João Del Rei é o maior polo produtor de peças de estanho da América Latina. Os municípios de Carandaí, Barroso, Barbacena e Ijaci destacam na formação de um dos maiores polos nacionais na produção de cimento. Além disso, a região possui polos microrregionais com comércio amplo, atividades turísticas relevantes (turismo histórico e cultural) e prestação de serviços variada (finanças, aeroportos, transportes rodoviários de passageiros e cargas, instituições de ensino públicas e privadas, hotelaria e serviços de saúde diversificados).



estratégica, sendo considerada uma região de passagem para a Zona da Mata Mineira, Sul de Minas e Metalúrgica, sendo cortada por importantes rodovias federais (BR's 040, 381 e 265), ferrovia (Ferrovia Central do Brasil e Ferrovia do Aço), integrando com portos de Sepetiba, Angra dos Reis e Rio de Janeiro (RJ) e Santos (SP). A região ainda dotada de aeroportos civil (São João Del Rei e Lavras) com voos regulares para Rio de Janeiro, Belo Horizonte e militar (base da aeronáutica localizada em Barbacena). O Território regional é servido por gasodutos e oleodutos da Petrobrás, o que proporciona o abastecimento de gás natural em Barbacena.

O fator localização regional é de grande importância para o seu desenvolvimento. Possui acessos diretos e rápidos com as regiões mais desenvolvidas do país - o Eixo Rio de Janeiro - Belo Horizonte - São Paulo e condiciona o desenvolvimento econômico. A região encontra-se inserida no centro geográfico deste triângulo, o que confere expressiva potencialidade para a atração de atividades industriais, de prestação de serviços e turísticas. As cidades polo da região (Barbacena, Lavras e São João Del Rei) possuem forte apelo histórico-cultural (existência de relevante patrimônio arquitetônico dos séculos XVIII e XIX, ligados ao estilo colonial mineiro).

Panorama econômico da Mesorregião “Campo das Vertentes” integrada pelas microrregiões de Barbacena, São João Del Rei e Lavras:

Dados IBGE	Barbacena	São João Del Rei	Lavras
População (estimada 2021)	139.061	90.897	105.756
Área - km² (2022)	759.186	1.452,002	564,744
Estabelecimentos de Saúde (2009)	57	39	32
Matrículas Ensino Fundamental (2021)	13.779	9.328	11.047
Matrículas Ensino Médio (2021)	4.969	2.849	3.248
PIB a Preço de mercado corrente (2020)	3.175.493,76	2.503.099,62	2.678.272,59
PIB per capita (2016)	22.976,86	27.659,48	25.560,18
Número de unidades empresariais locais (2020)	3.268	2.648	3.565
Pessoal ocupado total (2020)	30.039	22.660	27.862
Pessoal ocupado assalariado (2020)	25.661	19.312	22.885
Salários e outras remunerações (2020)	718.783	628.605	773.414
Salário médio mensal - salários mínimos (2020)	2,1	2,4	2,4

Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br>

Mapa da Localização do Município onde se localiza o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Barbacena:

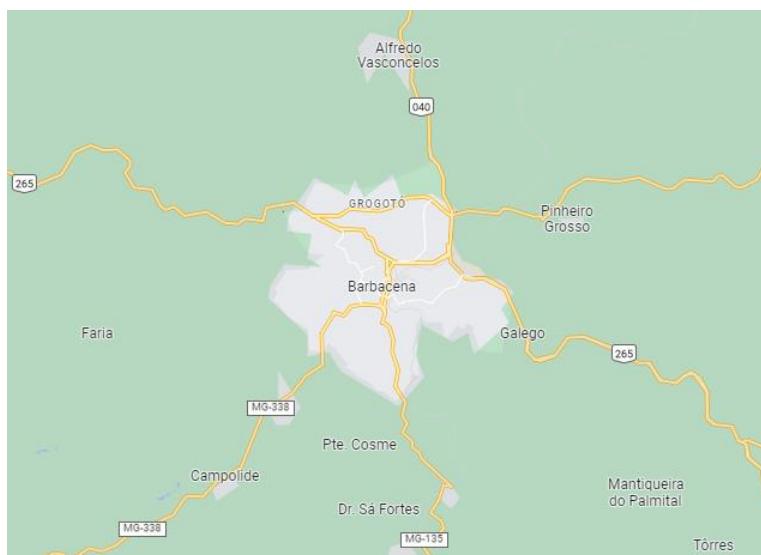


Imagen 5 – Localização – município de Barbacena.

Fonte: <https://www.google.com/maps>

1.2.9 Contexto Ambiental ^{4, 10}

O Campo das Vertentes possui este nome devido a sua posição – localizada em terras serranas. Possui nascentes (vertentes) de quatro grandes bacias hidrográficas ligadas ao Rio São Francisco (Rio Paraopeba, Rio Pará e Rio Brumado), Rio Doce (Rio Xopotó e Rio Piranga), Rio Paraíba do Sul (Rio Pomba, Rio Paraibuna) e Rio Grande (Rio das Mortes e Carandaí). Assim, a região possui relevante aspecto socioambiental, sendo considerada como uma região dotada de mananciais produtores de água, que contribui para outras regiões do estado de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo e para a Bacia do Paraná (maior produtora de energia hidroelétrica da América Latina).

O regime pluviométrico da região caracteriza-se por um período chuvoso de seis meses, de outubro a março. A precipitação média anual varia entre 1.200 e 1.600 mm, coincidindo o período chuvoso com o período mais quente do ano. O trimestre mais chuvoso, dezembro-janeiro-fevereiro com precipitações média de 750 mm, é responsável por cerca de 50% da precipitação total anual, enquanto o período de menor precipitação prolonga-se por cerca de seis meses, de abril a setembro, com uma precipitação média de 123 mm, sendo junho-julho-agosto com média de 43 mm de chuva. O regime térmico é caracterizado por uma temperatura média anual entre 17,4°C e 20,5°C. Janeiro e fevereiro são os meses mais quentes do ano, com temperaturas médias variando de 19,9°C a 22,9°C e julho o mês mais frio, com temperaturas médias variando de 14,4°C e 16,8°C.

¹⁰ BARUQUI, A. M. et. al. Levantamento de reconhecimento de média intensidade dos solos da zona Campos das Vertentes. Dados eletrônicos – Rio de Janeiro: Embrapa Solos, 2006. (Boletim de pesquisa e desenvolvimento / Embrapa Solos, ISSN 1678-0892 ; 96).



A quase totalidade da área da zona fisiográfica Campos das Vertentes encontra-se inserida na unidade geomorfológica “Planalto dos Campos das Vertentes”, subdivisão do “Planalto Centro Sul de Minas”, integrante, por sua vez, do domínio morfoestrutural “Escudo Exposto”. A região sob este domínio exibe características morfoestruturais de estabilidade, com exposição de rochas cristalinas integrantes de uma plataforma ou craton, encontrando-se envolvida por faixas móveis consolidadas, sem ter sofrido ações tectônicas de grande porte. Integra conjunto de relevos dissecados, topograficamente desnivelados, os quais constituem compartimentos planálticos soerguidos e rebaixados, em que as cotas altimétricas Levantamento de Reconhecimento de Média Intensidade dos Solos da Zona Campos das Vertentes oscilam entre 400 e 1.300 metros.

Predominam as formas de modelados tipo colinas e morros de vertentes convexo-côncavas, esculpidas em litologias granito-gnáissicas do embasamento pré-cambriano. Em função do ambiente de dissecação os modelados do Planalto Centro Sul de Minas foram agrupados em unidades geomorfológicas, sendo que na zona fisiográfica em apreço ocorre apenas a unidade “Planalto de Campos das Vertentes”. Esta unidade constitui um compartimento planáltico intensamente dissecado em formas mamelonares e cristas, que constitui uma paisagem característica do tipo “mares de morros”. A diversidade das feições do relevo permite a subdivisão da área em dois compartimentos morfológicos distintos.

1.2.10 Evolução dos principais indicadores econômicos e sociais do município de inserção da IES

Município sede: Barbacena

IDHM 2010: 0,769

População (IBGE Estimativa 2021): 139.061

Densidade demográfica (2010): 166,34 hab/km²

PIB per capita (2019): R\$ 22.976,86

Indicadores econômicos e sociais

Desenvolvimento Humano	1991	2000	2010
IDHM Educação	0,355	0,542	0,687
IDHM Longevidade	0,717	0,791	0,881
IDHM Renda	0,621	0,683	0,751
IDHM	0,541	0,664	0,769

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

Composição dos Indicadores

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e seus componentes			
IDHM e componentes	1991	2000	2010
IDHM Educação	48,45	76,91	87,60
% de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental	48,45	76,91	87,60
% de 15 a 17 anos com ensino fundamental completo	24,43	53,65	68,05
% de 18 a 20 anos com ensino médio completo	20,99	32,89	50,19
IDHM Longevidade			
Esperança de vida ao nascer (em anos)	68,00	72,47	77,88
IDHM Renda			
Renda per capita (em R\$)	381,21	560,59	854,27

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

Trabalho e Rendimento

Ocupação da população de 18 anos ou mais - município	2000	2010
Taxa de atividade - 18 anos ou mais	61,43	60,85
Taxa de desocupação - 18 anos ou mais	14,23	9,71
Grau de formalização dos ocupados - 18 anos ou mais	44,57	50,40
Nível educacional dos ocupados	2000	2010
% dos ocupados com fundamental completo - 18 anos ou mais	50,25	65,11
% dos ocupados com médio completo - 18 anos ou mais	35,93	49,78

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

Rendimento médio	2000	2010
% dos ocupados com rendimento de até 1 s.m. - 18 anos ou mais	50,00	14,14
% dos ocupados com rendimento de até 2 s.m. - 18 anos ou mais	75,92	71,45

s.m. - Salário mínimo.

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

Renda, Pobreza e Desigualdade - Município	1991	2000	2010
Renda per capita (em R\$)	539,67	790,50	978,01
% de extremamente pobres	3,46	2,06	0,67
% de pobres	17,07	8,43	3,40

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

Vulnerabilidade Social

Crianças e Jovens - Município	1991	2000	2010
Mortalidade infantil	29,50	21,67	10,53
% de crianças de 0 a 5 anos fora da escola	-	71,97	57,00
% de crianças de 6 a 14 fora da escola	13,14	2,74	1,58
% de pessoas de 15 a 24 anos que não estudam, não trabalham e são vulneráveis, na população dessa faixa	-	14,51	10,32
Taxa de atividade - 10 a 14 anos	-	6,99	5,53
Família	1991	2000	2010
% de mães chefes de família sem fundamental e com filho menor, no total de mães chefes de família	-	65,18	44,04
% de vulneráveis e dependentes de idosos	-	51,78	66,65
% de crianças extremamente pobres	19,71	10,21	3,15
Trabalho e Renda	1991	2000	2010
% de pessoas de 18 anos ou mais em ocupação informal	-	16,64	15,15
Condição de Moradia	1991	2000	2010
% da população em domicílios com banheiro e água encanada	91,00	96,49	96,19

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

Habitação - Saúde ambiental

Indicadores de Habitação - município	1991	2000	2010
% da população em domicílios com água encanada	92,60	95,63	96,96
% da população em domicílios com energia elétrica	94,75	99,33	99,86
% da população em domicílios com coleta de lixo (somente para população urbana).	70,40	95,37	98,63

Fonte: <http://www.atlasbrasil.org.br/consulta>

1.3 O UNIPAC – Campus Barbacena em 2023/01

Os cursos de graduação oferecidos no UNIPAC Campus Barbacena são os seguintes:



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos
UNIPAC Barbacena

Quadro 1 - Cursos de Graduação do UNIPAC - Campus Barbacena

Curso	Modalidade			Vagas anuais autorizadas	Regime de matrícula	Condição legal	
	Bach	Lic	Tec			Autorização	Reconhecimento
Administração	x			100	Semestral	Decreto nº 76.725 de 03/12/1975 DOU de 04.12.1975	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 285, de 29/03/2021, de 31 de março de 2021
Agronomia	x			100	Semestral	CONAS 26/12/2021	Próximo Ciclo Avaliativo
Arquitetura e Urbanismo	x			100	Semestral	Portaria nº 133 de 06 de maio de 2016, publicada no DOU de 09 de maio de 2016.	Nos termos do art.101 da Portaria Normativa nº 23, de 21/12/2017. Processo protocolado no sistema e-MEC sob o nº202005250
Biomedicina	x			100	Semestral	CONSUN 09/07/2018	Nos termos do art.101 da Portaria Normativa nº.23, de 21/12/2017. Processo protocolado no sistema e-MEC sob o nº202118485
Ciência da Computação	x			100	Semestral	CONAS 26/02/1999 CONSUN 26/03/1999	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº923 de 27 de dezembro de 2018.
Ciências Contábeis	x			100	Semestral	Decreto nº 9.591 de 28/01/1966 “MG” de 29/01/1966	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 802 de 09 de novembro de 2018.
Direito	x			200	Semestral	Decreto nº 73.814 de 12/03/1974, DOU de 12/03/1974	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 205, de 25 de junho de 2020.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos
UNIPAC Barbacena

Educação Física	x			100	Semestral	CONAS 29/11/2002 CONSUN 29/11/2002	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 109 de 04 de fevereiro de 2021.
Enfermagem	x			100	Semestral	CONSUN 26/03/1999	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 109 de 04 de fevereiro de 2021.
Engenharia Civil	x			100	Semestral	Portaria nº 31 de 11 de fevereiro de 2016, publicada no DOU de 15 de fevereiro de 2016.	Nos termos do art. 101 da Portaria Normativa nº.23, de 21 de dezembro de 2017, do Ministério da Educação e protocolado no e-Mec sob o nº 202005251.
Farmácia	x			100	Semestral	CONAS 10/08/2001 CONSUN 29/11/2002	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 109 de 04 de fevereiro de 2021.
Fisioterapia	x			100	Semestral	CONAS 26/02/1999 CONSUN 26/03/1999	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 109 de 04 de fevereiro de 2021.
Medicina Veterinária	x			160	Semestral	CONSUN 09/07/2018	Próximo Ciclo Avaliativo
Nutrição	x			100	Semestral	CONAS 26/02/1999 CONSUN 26/03/1999	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 109 de 04 de fevereiro de 2021.



Odontologia	x			140	Semestral	Portaria nº 513 de 19 de julho de 2018, publicada no DOU de 27 de julho de 2018.	Próximo Ciclo Avaliativo
Pedagogia		x		100	Semestral	Decreto nº 9.591 de 28/01/1966 “MG” 29/01/1966	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 923 de 27 de dezembro de 2018.
Psicologia	x			100	Semestral	CONAS 26/02/1999 CONSUN 26/03/1999	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 551 de 03 de dezembro de 2020.
Publicidade e Propaganda	x			100	Semestral	CONSUN DE 26/03/1999	Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 1.018, de 26 de setembro de 2017.

Obs.: Bach(bacharelado); Lic(licenciatura); Tec(tecnólogo).

1.4 Cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* oferecidos no último triênio - Campus Barbacena/MG

Os cursos de pós-graduação oferecidos no UNIPAC Campus Barbacena são os seguintes:

Quadro 2 - Cursos de Pós-Graduação Lato Sensu do UNIPAC - Campus Barbacena

ANO/CURSO	PERÍODO		CH	VAGAS ANUAIS
	INÍCIO	TÉRMINO		
2020/Fisioterapia em Ortopedia e Traumatologia	25/01/2020	18/09/2021	400	50
2020/Fisioterapia Respiratória	25/01/2020	18/09/2021	400	50
2020/Saúde Mental	25/01/2020	18/09/2021	400	50
2020/Enfermagem em Urgência e Emergência	01/08/2020	26/02/2022	400	50



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

2020/Gestão e Gerenciamento de Projetos	01/08/2020	26/02/2022	400	50
2020/MBA Liderança, Coaching e PNL	01/08/2020	26/02/2022	400	50
2020/Fisiologia do Exercício e Nutrição Esportiva	01/08/2020	26/02/2022	400	50
2020/Enfermagem em Unidade de Terapia Intensiva Adulto	01/08/2020	26/02/2022	400	50
2020/Treinamento de Força e Personal Trainer	21/11/2020	30/04/2022	400	50
Enfermagem em Unidade de Terapia Intensiva Adulto	24/04/2021	17/09/2022	400	50
Fisioterapia Respiratória	24/04/2021	17/09/2022	400	50
Saúde Mental	20/03/2021	20/08/2022	400	50
Enfermagem em Urgência e Emergência	19/06/2021	19/11/2022	400	50
Farmácia Clínica	22/05/2021	10/12/2022	400	50
MBA em Auditoria e Gestão em Saúde	19/06/2021	19/11/2022	400	50
2021/Fisioterapia em Ortopedia e Traumatologia	24/04/2021	17/09/2022	400	50
Desenvolvimento de Aplicativos Mobile	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Pós-graduação em Análise do Comportamento Aplicada ao Autismo (ABA)	20/08/2022	16/12/2023	360	50
Pós-graduação em Neuro psicopedagogia e Aprendizagem	20/08/2022	16/12/2023	360	50
Pós-graduação em Educação Inclusiva	20/08/2022	21/10/2023	360	50
Pós-graduação em Psicopedagogia Clínica e Institucional	20/08/2022	23/09/2023	360	50
Pós-graduação em Comércio Exterior e Negócios Internacionais	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Pós-graduação em Direito da Saúde	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Pós-graduação em Direito Digital	20/08/2022	19/08/2023	360	50



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos
UNIPAC Barbacena

Pós-graduação em Direito do Trabalho com Ênfase na Reforma Trabalhista	20/08/2022	19/08/2023	360	50
Pós-graduação em Farmácia Clínica e Serviços Farmacêuticos	20/08/2022	21/10/2023	360	50
Pós-graduação em Farmácia Clínica Hospitalar	20/08/2022	21/10/2023	360	50
Pós-graduação em Farmacologia Clínica	20/08/2022	21/10/2023	360	50
Pós-graduação em Teoria e Clínica Psicanalítica	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Pós-graduação em Treinamento de Força e Personal Trainer	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Pós-graduação em Enfermagem Obstétrica	28/05/2022	19/08/2023	400	30
Enfermagem em Urgência e Emergência	28/05/2022	21/10/2023	360	50
Educação Física Escolar	02/07/2022	22/07/2023	390	50
Educação Matemática	02/07/2022	22/07/2023	390	300
Ensino Híbrido e Tecnologias Educacionais	02/07/2022	22/07/2023	390	300
Neurociências Aplicada à Educação	02/07/2022	22/07/2023	390	300
Psicologia do desenvolvimento e da Aprendizagem	02/07/2022	22/07/2023	390	300
Enfermagem em Unidade de Terapia Intensiva Adulto	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Fisioterapia Respiratória	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Saúde Mental	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Fisioterapia em Ortopedia e Traumatologia	20/08/2022	24/02/2024	360	50
Fisioterapia Respiratória	20/08/2022	24/02/2024	360	50



1.5 Responsabilidade Social

O Centro universitário Presidente Antônio Carlos tem consciência do seu papel no contexto educacional e da presença social que exerce na comunidade onde está inserida, em seu Estado e no seu País. O seu futuro é desenhado tendo por base a interação com a sociedade, responsável pelo alcance dos objetivos institucionais e pela continuidade do interesse público em torno das suas potencialidades. Considerando isso, a instituição promove a integração com a comunidade por meio de suas atividades extensionistas, convênios de estágio, visitas técnicas, projetos, etc.

A IES oferece disciplinas que visam desenvolver o entendimento e a importância da responsabilidade social e da sustentabilidade, como a filosofia, abordando a compreensão do ser humano como pessoa, através da educação ambiental com ensinamentos de estratégias e princípios na elaboração de projetos sustentáveis, através da sociologia tendo o ser humano como um ser social capaz de intervir e transformar a realidade social.

São atividades desenvolvidas para promover essa integração:

Educação Social - Os cursos desta Instituição atuam interdisciplinarmente em instituições regulares de ensino, no setor privado e público, mediante a parcerias e convênios estabelecidos. Parcerias gratificantes que oportunizam a toda comunidade acadêmica maior inserção social na cidade de Barbacena e região.

Núcleo de Atendimento Psicopedagógico e de Acessibilidade - O Núcleo visa contribuir com alunos e professores, por meio da orientação psicopedagógica, para que o processo ensino aprendizagem transcorra de forma saudável e eficiente. É destinado a toda comunidade acadêmica, tendo como objetivos intervir nas dificuldades de aprendizagem e auxiliar nas questões afetivas e de relacionamento.

Programa de Nivelamento - tem como objetivo reduzir problemas como a evasão ou reprovação do aluno já nos primeiros períodos do curso, ensejando, primeiramente, a adoção de métodos pedagógicos que permitam a reorientação do processo ensino-aprendizagem e o resgate dos conteúdos não assimilados pelo aluno advindo do Ensino Médio, essenciais ao aprendizado acadêmico.

Eventos Científicos, Artísticos e Culturais - consiste na realização de palestras, apresentações artísticas e culturais objetivando enriquecer a formação discente. Tais eventos são preparados previamente pelos coordenadores de cursos, corpo docente e corpo discente. As apresentações de livre escolha dos discentes podem ser propostas, entretanto deverão ser desenvolvidas sob a supervisão de um professor. Também é possível convidar pessoas da sociedade civil organizada para integrar as apresentações.

Semanas e/ou Jornadas Acadêmicas - Evento realizado semestralmente/anualmente pelos cursos ou intercursos, concebido com base em uma visão educacional de que o ato de educar se concretiza ao despertar no outro a curiosidade e a vontade de seguir em frente, estimulando-o não apenas a buscar por conhecimento, mas também a perseguir a necessária maturidade para o exercício pleno da cidadania.



Mostra Científica - Evento institucional que proporciona à comunidade, em especial aos estudantes, um momento de vivência singular, que transcende a integração de várias áreas, troca de experiências e ampliação de conhecimentos.

Programa de Monitoria - o Programa de Monitoria no UNIPAC Barbacena visa a incorporação do aluno em atividades auxiliares da tarefa docente, oportunizando a consolidação da sua formação acadêmica, a melhoria da qualidade da aprendizagem, a qualificação pessoal do discente, o desenvolvimento de habilidades relativas à carreira docente e a integração ativa entre docentes e alunos.

Programa de Iniciação Científica - o programa de iniciação científica visa estimular nos estudantes o interesse pela pesquisa e pela complementação da sua formação acadêmica através da participação em projetos de Iniciação Científica e grupos de estudos. Nesse sentido, com o objetivo de cumprir uma das suas funções primordiais, que é a construção do conhecimento, o UNIPAC Barbacena investe no Programa de Bolsas Iniciação Científica (PROBIC) para alunos e professores orientadores e em grupos de estudos, como o Programa de Criação de Grupos de Estudos e Pesquisa (GEP).

Policlínica de Veterinária - a Policlínica de Veterinária do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos - UNIPAC Barbacena possui uma infraestrutura para realização de atendimentos à população de Barbacena e região. Tem como objetivo principal proporcionar ambiente adequado ao aprendizado do aluno relativo a pequenos e grandes animais em relação à clínica, à cirurgia, ao diagnóstico por imagem (raio X e ultrassom) e ainda contém os Laboratórios de Anatomia Animal e de Patologia Veterinária. A Policlínica Veterinária realiza atendimentos à comunidade e permite um ambiente de estágio supervisionado e vivência curricular aos alunos do curso.

Projeto Abraça UNIPAC - realizado ao final do ano, direcionado também a alunos do Ensino Médio, onde Coordenadores e Professores fazem um debate com os participantes acerca de como o estudo tem poder transformador na vida de todos, bem como as relações e oportunidades que são criadas em um ambiente acadêmico e, na sequência, são apresentados os cursos oferecidos pela Ies, mostrando o perfil do egresso e o mercado de trabalho, entre outras informações.

UNIPAC na Praça - referem-se a ações sociais itinerantes que acontecem nos bairros da cidade e região, através de atividades desenvolvidas pelos diversos cursos, com atendimento direto à população carente por meio das especialidades de cada um daqueles segmentos.

Projeto Aliviar - é um Projeto de Extensão do UNIPAC Barbacena, coordenado pelo curso de Fisioterapia e Psicologia visa proteger e preservar a saúde mental, emocional e física dos funcionários do UNIPAC Barbacena, desenvolvendo ações para proporcionar aos funcionários uma melhoria da qualidade de vida em seu ambiente de trabalho. A proposta é a adoção de práticas sistemáticas para a promoção da saúde e do bem-estar dos professores e funcionários.

Roda de Conversa - que busca criar um espaço de escuta coletiva atenta e de divulgação de informações sobre organização de rotina e estudos para os alunos da Ies.



Clínica Escola de Psicologia “Vera Tamm de Andrada” - faz parte do programa de responsabilidade social da instituição, e foi criada para os acadêmicos desenvolverem atividades educativas e práticas em 2002, ofertando à comunidade assistências na atenção básica e secundária em saúde. Atualmente, os cursos de Biomedicina, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia e Psicologia agregam-se a este programa juntamente comos projetos nela desenvolvidos. Cada setor foi cuidadosamente planejado, dispondo de equipamentos diversificados e de tecnologia para avaliação, diagnósticos e protocolos de tratamento, garantindo qualidade no atendimento. A Clínica Escola com a finalidade de atender crianças, adultos e idosos de Barbacena e região, prioritariamente de baixa renda, também aos funcionários e acadêmicos da instituição, dando apoio à comunidade e ao Sistema Único de Saúde (SUS) de Barbacena e região.

Sala de Empregabilidade - busca viabilizar um canal entre: as oportunidades, seja de emprego (estágio, concurso e vagas de emprego) e/ou de desenvolvimento (cursos, eventos, dicas, entre outros) aos alunos, egressos e comunidade de modo geral.

Estágio curricular e extra curricular - Celebração de Convênios de Estágio e parcerias com empresas públicas e privadas das cidades no entorno. A difusão do conhecimento e o ambiente acadêmico produz, a cada dia, mudanças significativas na forma de vida das pessoas, gerando empregos diretos e indiretos, movimentando o comércio local e fazendo girar a rodada economia. Todos esses fatores geram nas pessoas melhor expectativa de trabalho e de melhoria na qualidade de vida. Desta forma, a IES se integra à comunidade e promove, por meio de suas ações, a inclusão social.

Responsabilidade Social - o UNIPAC Barbacena se orgulha de há mais de 10 anos participar ativamente da Campanha de Responsabilidade Social promovida pela Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES) e a cada ano busca reafirmar sua forte atuação no compromisso de ser uma instituição de ensino servidora as demandas sociais. As campanhas de responsabilidade social das IES particulares, são um exemplo do trabalho social desenvolvido ao longo do curso, assim como as atividades de extensão. Seguem atividades desenvolvidas:

- ✓ Campanha de responsabilidade social das IES particulares 2019: Ações educativas multidisciplinares de Prevenção e tratamento de alterações da cavidade oral e hidratação de idosas institucionalizadas.
- ✓ Campanha de Responsabilidade Social 2020 “PROJETO-EDUCAÇÃO PARA A VIDA, SAÚDE, EDUCAÇÃO E CULTURA PARA TODOS”
- ✓ Responsabilidade social 2021 – Doação de órgãos e sangue.

1.6 Ações e Programas que Concretizem a Preservação da Memória e do Patrimônio Cultural

O Centro Universitário desenvolve atividades voltadas à preservação da memória e do patrimônio cultural do município de Barbacena, especialmente, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação e Cultura. Dentre as atividades desenvolvidas destacamos:



- ✓ Desenvolvimento de portal com informações virtuais de locais turísticos das cidades de Barbacena e região;
- ✓ Realização de Seminários e Palestras envolvendo a temática da preservação da memória e do patrimônio cultural, sensibilizando os envolvidos para a referida questão.

1.7 Ações e Programas para a Preservação do Meio Ambiente

A preocupação com o meio ambiente é uma constante no UNIPAC Barbacena e está prevista na Política Nacional do Meio Ambiente, instituída pela Lei Federal 6.938/81. Com esta Lei a proteção ambiental deixa de ser considerada responsabilidade exclusiva dos órgãos oficiais de meio ambiente e passa a ser compartilhada por todos os demais setores da sociedade. A incorporação do conceito de responsabilidade social na gestão e no gerenciamento das empresas tem multiplicado a demanda por profissionais qualificados para atuar na área de gestão ambiental.

Para fazer frente a essa demanda, o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos de Barbacena forma profissionais com senso de administração e conhecimentos voltados para o equilíbrio do meio ambiente e da boa qualidade de vida no planeta, bem como desenvolve atividades de extensão com esse intuito. A IES busca integrar as Diretrizes Curriculares com as políticas relacionadas com a preservação do meio ambiente, estimulando parcerias e intercâmbio de conhecimentos através de diversos projetos. O Centro Universitário, por meio de seus cursos, participaativamente de inúmeras iniciativas dos setores público e privado, relacionadas às ações de preservação do meio ambiente no município. Dentre as atividades desenvolvidas podemos destacar:

- Debate e discussão da temática ambiental, no cotidiano das disciplinas, estando previsto nas unidades trabalhadas e ementário de determinadas disciplinas;
- Realização de Visitas Técnicas; Eventos e Palestras;
- Desenvolvimento de atividades com temas ambientais diversificados, envolvendo a comunidade e rede de ensino pública e privada do município.
- Dia Mundial do Meio Ambiente: Evento realizado todo ano em comemoração ao dia Mundial do Meio Ambiente através de palestras, seminários ou mesas redondas com renomados profissionais da área ambiental que atuam na região.

1.8 Ações e Programas para a Preservação do Meio Ambiente

A educação que o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Barbacena se propõe a praticar em seus cursos visa formar cidadãos numa perspectiva multidisciplinar e interdisciplinar:



- Com conhecimento necessário para trabalhar, tanto individualmente como em equipe;
- Com elevada consciência política e social;
- Com conhecimento dos problemas locais, regionais e nacionais;
- Com entendimento técnico para liderar projetos; e
- Com sensibilidade para os problemas da humanidade, do ponto de vista ético e moral, orientado para a construção de um mundo socialmente digno.

Assim, o UNIPAC Barbacena propõe-se o desafio da formação de profissionais competentes e capazes de sobressaírem-se diante dos diversos desafios políticos, sociais, culturais ou econômicos.

Desta forma, o perfil do profissional deve adequar-se às necessidades do mercado de trabalho enfatizando as questões éticas, sendo crítico, capaz de contribuir para a transformação da sociedade, voltado para o mercado de trabalho, aliando a competência profissional à competência humana e espiritual para o exercício consciente da cidadania, ou seja, quer preparar profissionais capacitados para competir no mercado moderno, com responsabilidade, respeito e senso crítico, voltado para o crescimento do ser humano, dentro dos princípios sociais, éticos, solidários e justos.

1.9 Processo de Construção do PPC

Durante o processo de construção do presente Projeto Pedagógico foram observados todos os ditames legais, em especial, as características loco-regionais, as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Publicidade e Propaganda, Diretrizes Curriculares Nacionais para a Curricularização da Extensão, a Legislação referente à Educação para os Direitos Humanos, Gestão Ambiental, Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena, Direito das Pessoas com Transtorno do Espectro Autista e Condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. O PPC foi construído de forma coletiva, pelos membros do Núcleo Docente Estruturante, com participação de docentes do curso, sendo o mesmo, posteriormente, validado pelo Colegiado.

2. Dados Gerais do Curso

2.1 O Curso

Nome do Curso: Publicidade e Propaganda

Modalidade: Presencial

Titulação: Bacharelado

Situação Legal: Renovação de Reconhecimento pela Portaria nº 1.018, de 26 de setembro de 2017.

Local de Funcionamento: BR 338 – Km 12 – Colônia Rodrigo Silva – Campus Barbacena – MG – CEP: 36.201-143



Coordenação do Curso: Felipe Alvim Quinet de Andrade

Telefone: (32) 3339-4925

E-mail: felipeandrade@unipac.br

Vagas anuais autorizadas: 100

Total de Alunos em 01/2023: 44

Forma de Ingresso: Processo Seletivo, Transferência Externa, Recepção de Curso e Nova Graduação.

Turno e Funcionamento: Noturno

Carga horária total: 2.700 horas

Regime: modular semestral

Período mínimo de integralização do curso: 8 períodos (4 anos)

Período máximo de integralização do curso: 12 períodos (6 anos)

2.2 Concepções Filosóficas e Políticas de Ensino

2.2.1 Concepções Filosóficas

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos tem sua filosofia institucional alicerçada:

I. Na igualdade entre homens e mulheres, independentemente de nacionalidade, raça ou credo;

II. No respeito aos direitos humanos e, entre eles, o direito à educação e à formação profissional e acesso às conquistas do saber tecnológico, científico e filosófico;

III. Nos princípios de liberdade, de solidariedade humana e na realização dos valores cristãos;

IV. na educação integral da pessoa humana e na sua capacitação para as atividades ocupacionais;

V. nos valores da democracia, no Estado de Direito daí decorrente e na Constituição da República;

VI. na proteção do meio ambiente; e

VII. no amparo social aos mais carentes e no reconhecimento dos seus direitos.

2.2.2 Políticas de Ensino

As Políticas de Ensino de Graduação representam o conjunto de intenções que se configuram na forma de princípios e ações que norteiam e concretizam o processo de gestão e organização didático-pedagógica dos cursos de Graduação. Estão amparadas na legislação vigente, no Estatuto, Regimento Geral, constituindo-se nos pressupostos que orientarão e definirão ações com vistas a possibilitar, a todos os envolvidos, uma educação de qualidade.



Para atender à sua missão, aos princípios e às diretrizes definidas em seus documentos institucionais, o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos (UNIPAC) oferece cursos de graduação, de pós-graduação *lato sensu* e de cursos de extensão, tendo sua política de ensino apoiada nos seguintes referenciais:

Autoaprendizagem: o UNIPAC conta com uma sala de aprendizagem ativa dotada de equipamentos de informática e multimídia. A oferta do conteúdo nas disciplinas semipresenciais é feita no Learning Management System - LMS, enquanto a resolução dos problemas e exercícios é feita em sala de aula, caracterizando, desta forma, o verdadeiro conceito de sala de aula invertida. Além disso, os discentes que não estejam familiarizados com o Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA contam com o auxílio dos setores de suporte técnico e acadêmico, bem como da coordenação do curso, para que o acesso e utilização das ferramentas sejam facilitados e adequados. A Instituição incentiva os professores à prática de metodologias ativas de aprendizagem, como o “*Peer Instruction*” e “*Flipped Classroom*”, de tal forma que o aluno passa de agente passivo do processo à protagonista da aprendizagem no processo de interação, na qual o professor é um facilitador do processo de construção do conhecimento. O Plano de Aprendizagem dos Componentes Curriculares, com os conteúdos conceituais, é disponibilizado pelos professores, no início do semestre letivo, para que os alunos planejem sua vida acadêmica, antecipando seus estudos. O professor indica em seu planejamento as estratégias de ensinagem¹² que buscam favorecer a autoaprendizagem. O desenvolvimento do espírito crítico e reflexivo previsto nos objetivos gerais e no perfil do egresso são desenvolvidos nos estudos de caso, estágios, atividades complementares, bem como em outras atividades.

Aprendizagem Significativa: os projetos pedagógicos e as práticas pedagógicas devem ser desenvolvidos ancorados na perspectiva do desenvolvimento da aprendizagem significativa pelo aluno. O conhecimento prévio trazido pelo aluno deve interagir com o novo conhecimento de forma a produzir mudanças significativas na estrutura cognitiva existente ocasionando a aprendizagem significativa. Segundo Ausubel *et all* (1980, p.34), citado por SILVA, S. de C.R da; SCHIRLO, A.C. (2014, p.42), “a aprendizagem significativa envolve a aquisição de novos significados e os novos significados, por sua vez, são produtos da aprendizagem significativa”. Esta abordagem da aprendizagem significativa está voltada, portanto, para a articulação da teoria com a prática; para a integração dos conhecimentos por meio da interdisciplinaridade; e inserção dos alunos em contextos da realidade profissional.

¹² Termo adotado para significar uma situação de ensino da qual necessariamente decorra a aprendizagem, sendo a parceria entre professor e alunos, condição fundamental para o enfrentamento do conhecimento, necessário à formação do aluno durante o cursar da graduação.



Figura 3 – Aprendizagem Ativa

Incentivo ao Empreendedorismo: o empreendedorismo é entendido como uma atitude transformadora diante de oportunidades empresariais, culturais ou sociais. Como forma de incentivo e desenvolvimento do espírito empreendedor nos alunos a disciplina Empreendedorismo é oferecida em todos os cursos de graduação do campus Barbacena. A atitude empreendedora é um importante componente e diferencial tanto para o profissional que pretende ter o seu próprio negócio, como para aquele que vai atuar como funcionário.

Educação Virtual: é um instrumento metodológico de flexibilização e de modernização que possibilita uma maior interação entre os alunos e professores. O UNIPAC, desde 2010, vem inserindo disciplinas on-line nos cursos presenciais. São previstos para essas disciplinas encontros presenciais entre alunos e professores para esclarecimentos de quaisquer dúvidas que possam surgir durante o processo de construção do conhecimento aliado à tecnologia. O UNIPAC conta um Núcleo de Estudos On-line (NEO) que é responsável pela orientação e funcionamento das disciplinas on-line (semi presenciais) e também pelos cursos em EaD, após o devido credenciamento. Visando a melhoria da qualidade do processo de oferta do semi presencial e prevendo o credenciamento em EaD, a instituição iniciou várias ações de capacitação em relação ao uso do ambiente virtual de aprendizagem e à formação pedagógica dos professores que atuam(rão).

Inserção social: os projetos pedagógicos do UNIPAC contemplam processos de aprendizagem que estimulam a compreensão da sociedade e da cultura, bem como a busca de soluções para os principais problemas socioambientais contemporâneos, por meio de ações participativas. A formação ética e o exercício da cidadania e da responsabilidade social são valorizados em todas as modalidades de ensino.

Responsabilidade Social e Sustentabilidade: os projetos pedagógicos dos cursos de graduação estimulam a capacidade de promover transformações duradouras que conciliem o bem-estar social, a viabilidade econômica e a conservação ambiental. Esses quesitos integram os componentes curriculares dos cursos de modo transversal, contínuo e permanente. A IES aderiu a Campanha de Responsabilidade



Social do Ensino Superior Particular, promovido pela Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES). As faculdades que aderem à Campanha recebem o selo Instituição Socialmente Responsável, que atesta a toda a população o compromisso com o bem-estar e com o desenvolvimento sustentável da comunidade, pelas ações promovidas em prol da população. Sendo assim, anualmente o UNIPAC Barbacena promove ações pontuais de responsabilidade social afim de estimular em toda sua comunidade acadêmica, seja alunos, professores e funcionários administrativos a responsabilidade para com a sociedade de Barbacena.

O PDI do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos prevê a oferta de educação integrada às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia, objetivando garantir ao aluno o direito ao permanente desenvolvimento de competências para a vida social e produtiva. Os projetos pedagógicos dos cursos – PPC's de graduação do Centro levam em consideração as competências e habilidades, específicas e por área, e as bases tecnológicas e científicas a serem desenvolvidas. Necessário se faz a implantação de mecanismos permanentes de acompanhamento do egresso, bem como de avaliação da demanda do mercado de trabalho visando à utilização dos resultados como ferramenta de retroalimentação dos PPC's da instituição.

No que tange à qualidade do corpo docente, a titulação e experiência profissional são requisitos fundamentais, face às características da modalidade de graduação. A Ies busca, de forma contínua, capacitar seus docentes, buscando maior nível de titulação e de qualificação, criando mecanismos em seu Plano de Carreira Docente que motivem a permanência e o comprometimento dos seus professores com a Instituição.

Portanto, a formação de um profissional competente representa um conjunto de fatores internos e externos, assim, as políticas de ensino devem ser percebidas, não apenas como atividade fim da Ies, mas, sobretudo como meio de se implementar o desenvolvimento econômico, social, científico, tecnológico e cultural, estando as mesmas detalhadas em item próprio deste PPC.

2.3 Contexto Educacional: concepção geral do curso em relação às demandas efetivas de natureza econômica, social, cultural, política e ambiental

No Campo das Vertentes, na Serra da Mantiqueira, a cerca de 1100 metros de altitude, localiza-se a aprazível cidade de Barbacena, cujo clima, luminosidade e altitude favoreceram o cultivo e o forte comércio de rosas e flores, iniciados na década de 1960 e que levaram a cidade a ser reconhecida nacionalmente como “Cidade das Rosas”. A cidade é um dos portões para o Circuito Trilha dos Inconfidentes, principalmente para quem vem do Rio de Janeiro, e conta a sua história e a de sua participação em importantes marcos da história mineira e nacional através de seus diversos atrativos, como as conservadas igrejas setecentistas Matriz de Nossa Senhora da Piedade e Igreja de Nossa Senhora do Rosário, e outras como a Igreja de Nossa Senhora da Boa Morte e a Basílica de São José Operário; fazendas como a Fazenda da Borda do Campo e Fazenda do Registro Velho; Casa de Cultura e Biblioteca Municipal; a Estação Ferroviária, que abriga



o Centro Ferroviário de Cultura; os museus George Bernanos, Emeric Marcier, Museu Municipal e o Museu da Loucura; o Jardim Municipal e a Praça Conde de Prados; além de casarões históricos e o Pontilhão: viaduto em pedras formando três arcos, que serviu de passagem para a locomotiva da Estrada de Ferro Central do Brasil e dá as boas-vindas aos visitantes na Avenida Governador Bias Fortes. Com uma localização privilegiada, com fácil acesso pela Br 040 e Br 265, ferrovia, aeroporto, e várias rodovias estaduais, facilitando assim o acesso aos grandes centros nacionais, como Belo Horizonte (168 Km), Juiz de Fora (76 Km), Rio de Janeiro (273 KM), São Paulo (532 Km) e Brasília (850 KM). Além disso, seu grande potencial econômico e comercial atrai consumidores de diversas cidades do entorno, ratificando a mesma, como cidade polo. A população atual de Barbacena é de 135.000 habitantes, sendo que em um raio de 50 km a cidade atinge uma influência direta e econômica em cerca de 500.000 habitantes. Recentemente, a cidade recebeu diversos investimentos, atraindo novas empresas e oportunidades a população local, com destaque para o Shopping Regional Parque Barbacena, Hotel Ibis e o novo Distrito Empresarial. Com diversas indústrias, um comércio ativo de grande movimentação econômica, instituições de ensino reconhecidas nacionalmente como a Escola Preparatória de Cadetes do Ar (EPCAR), Bituca: Universidade de Música Popular, fundada pelo notável e respeitável grupo de teatro e dança Ponto de Partida, grupo este nascido em Barbacena, entre outros. A cidade conta ainda com uma excelente infraestrutura hoteleira, gastronomia variada e entretenimento, além de grandes eventos presentes no calendário anual como o Jubileu de São José Operário, Exposição Agropecuária, Festa das Rosas, Festival da Loucura e a Feira da Indústria e Comércio de Barbacena (FEICOB). A concepção geral do curso tem por base a sua relação institucional, política, geográfica, econômica e social, com a região em que o mesmo está inserido. A criação do Curso em Barbacena objetivou, principalmente, suprir a carência de mão de obra especializada na área de Publicidade e Propaganda no município e também em grande número de cidades desta região mineira que se servem da Instituição para formarem os seus profissionais no setor. Ainda hoje, grande parte dos profissionais que exercem tais tarefas na região o faz de maneira empírica e amadoristicamente, quer por uma formação prática pessoal, quer pela transmissão didática, especificamente secundária, muito aquém do nível exigido pelo mercado de trabalho. A implantação do Curso de Publicidade e Propaganda em Barbacena abriu, assim, um espaço àqueles primeiros profissionais desejosos pelo aprimoramento, além de se constituir como um grande atrativo aos jovens que buscavam áreas alternativas ao invés daquelas mais cobiçadas nas Instituições de ensino de nível superior. Por fim, é necessário ressaltar a importância deste mercado de trabalho por seu potencial de mão-de-obra especializada. As comunidades que abrangem a Região oferecem muitas possibilidades, uma vez que dispõem somente de pessoal sem o nível experiência desejada no campo de atuação publicitária. As atividades agrícolas, industriais e comerciais das Regiões abrem um enorme campo fértil para as práticas publicitárias voltadas para o mercado do denominado varejo, para as médias e grandes empresas - Comunicação Empresarial ou Institucional - bem como para as demais atividades inovadoras e empreendedoras no setor, além de um significativo braço no campo comunicacional. De acordo com o IBGE, o ramo de prestação de serviços representa mais de 50% da geração de emprego de nossa cidade, nesse sentido o segmento de publicidade e propaganda vem se desenvolvendo e se tornando



referência em nossa região. Com o fortalecimento de alguns setores, como a área de saúde e do agronegócio as perspectivas para o profissional publicitário aumentam e através da formação de mão de obra qualificada poderemos ofertar ao mercado, profissionais preparados e prontos para suprir as demandas da região. A área de atuação do publicitário não se restringe apenas às agências de publicidade e propaganda. Produtoras audiovisuais, gráficas, agências de mídia out ofhome, agências de mídia online e marketing digital, bureaus de comunicação, agências de promoção e merchandising, emissoras de TV e rádio, produtoras de eventos, além da atuação interna em indústrias e empresas de diversos segmentos. O publicitário pode atuar em vários departamentos de uma organização, como: comunicação interna, endomarketing, mídias sociais, departamento de marketing, departamento de mídia, área comercial, além da possibilidade de atuação nas house agencies e consultorias de marketing e comunicação ligadas às empresas. O salário varia em cada região ou cargo. Muitos decidem empreender. Na região, o salário vai de R\$4 a 10 mil/mês. O mercado publicitário brasileiro é um dos mais premiados do mundo, sendo o maior da América Latina, responsável por 51,4% dos investimentos com anúncios. Os investimentos em publicidade têm crescido cerca de 10,07% todos os anos. O desenvolvimento tecnológico de vários setores industriais fez com que o profissional de publicidade e propaganda fosse cada vez mais requisitado, pela sua capacidade técnica, estratégica e criativa. O publicitário brasileiro é muito requisitado no exterior e consegue bons empregos fora do país, devido à sua criatividade e sua facilidade de obter relacionamentos interpessoais. Países como Austrália possuem incentivos de vistos de residência a profissionais brasileiros da Publicidade. Em 20 anos de existência, o curso de Publicidade e Propaganda do UNIPAC Barbacena formou diversos profissionais que se transformaram em referências no país. O curso é considerado o melhor das regiões do Campo das Vertentes e da Zona da Mata, de acordo com a última edição do Ranking de Universidades Folha (RUF), elaborado pelo Jornal Folha de São Paulo. O curso possui laboratórios, corpo docente titulado e especializado, além de projetos de pesquisa e produtos reconhecidos em todo o Brasil.

2.4 Possibilidade de Inserção no Mercado

O profissional habilitado pelo curso de Publicidade e Propaganda do UNIPAC-campus Barbacena poderá atuar:

- ✓ Na criação e produções criativas publicitárias nas mídias on e offline;
- ✓ Na produção, execução e acompanhamento de programas, campanhas e projetos publicitários conectados às demandas da sociedade e das empresas do sistema produtivo no mercado;
- ✓ Na pesquisa e desenvolvimento de projetos que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura socio mercadológica para marcas, instituições, produtos, serviços e corporações;
- ✓ Na realização de serviços de consultoria e assessoria de comunicação mercadológica para empresas;
- ✓ No trabalho a gestão de comunicação de marcas como ativo da empresa e de seus respectivos públicos, garantindo suas reputações e executando projetos para às identidades e construção de imagens de marcas;



- ✓ Na produção e gerenciamento de conteúdo de marcas publicitárias nas mídias;
- ✓ No trabalho a comunicação de dados para o marketing de dados na mediação algorítmica das sociedades/culturas digitais de consumo;
- ✓ Na produção e difusão do conhecimento científico e tecnológico do campo educacional;
- ✓ Nas áreas emergentes do campo educacional.

PARTE II – DIMENSÕES

3 DIMENSÃO I ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

3.1 Políticas Institucionais no âmbito do curso

As políticas institucionais de ensino, iniciação científica e extensão, constantes no PDI, são implantadas no âmbito do curso, por meio do Projeto Pedagógico de Curso, currículo e atividades realizadas no âmbito interno.

A IES elabora seus PPC's a partir da reflexão, discussão e colaboração de todos os segmentos envolvidos, assumindo seu cumprimento integral como um compromisso institucional, tendo presente em suas ações que este compromisso estabelece os princípios da identidade Institucional e expressa a missão, os objetivos, os valores, as práticas pedagógicas, as políticas de ensino e extensão e sua incidência social e regional.

O Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) orienta as decisões e ações tanto da gestão acadêmica quanto da administração da instituição, onde incorpora a concepção educacional centrada na formação integral consistente, formação teórica acompanhada do desenvolvimento de habilidades e competências em estreita unidade entre teoria e prática, sólida formação ética, compromisso social e político dos estudantes, tendo em vista a participação no desenvolvimento e transformação da sociedade brasileira.

Com critérios pedagógicos, a Política de Ensino privilegia a formação por competências e habilidades, estrutura a concepção curricular para favorecer a flexibilidade e na busca da interdisciplinaridade, investe em projetos alinhados com a identidade e com a missão institucional, fortalece diversas modalidades de ensino-aprendizagem, assim como fomenta a inovação, a produção do conhecimento e a participação nas atividades e compromissos da comunidade acadêmica. Tais aspectos da política institucional são expressos no projeto pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda na medida em que os componentes curriculares promovem o desenvolvimento integral do aluno, centrado em competências e habilidades próprias dos profissionais de cada curso.

O PDI prevê Políticas de Ensino para Graduação, Iniciação Científica e Extensões apoiadas em premissas descritas na Parte I – item 2.2.2 - deste PPC. A partir dessas premissas são previstas ações institucionais a serem implementadas para efetivação das políticas.



A seguir, estão previstas as ações para efetivação da política institucional de Ensino, Iniciação Científica Extensão e as ações efetivadas no curso.

Quadro 3 – Políticas Institucionais no Âmbito do Curso

Políticas Institucionais de Ensino - PDI	Ações realizadas no Curso para efetivação das Políticas Institucionais de Ensino
Autoaprendizagem	O curso de Publicidade e Propaganda inclui atividades integradas entre teoria e prática para melhor assimilação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula; leitura e discussão de estudos de casos nos quais os estudantes discutem temas inovadores e polêmicos presentes na literatura recomendada para o componente curricular; aulas que simulam situações - problema, estimulando a análise e a síntese de pensamento; criação de projetos que envolvem o desenvolvimento dos conceitos, procedimentos e métodos pertinentes aos componentes curriculares da área técnica com visão da prática; seminários e semanas de estudos envolvendo palestras nas diferentes áreas dos cursos oferecidos pelo Centro Universitário; atividades complementares realizadas dentro e fora da instituição visando estimular a iniciativa do aluno na busca do conhecimento.
Aprendizagem Significativa	Para promover uma aprendizagem significativa os professores do curso serão estimulados a: - utilizar ferramentas didáticas (vídeos, fragmentos de textos científicos, simulações) com o objetivo de exemplificar o conteúdo estudado; - iniciar o estudo dos conteúdos pela explanação do que os alunos já sabem sobre o tema; - abordar os conteúdos dos aspectos mais específicos para os aspectos mais gerais; - iniciar a aula expondo teoricamente o conteúdo a ser estudado; - proporcionar situações em que o estudante confronte seu conhecimento após uma determinada discussão com aquele conhecimento prévio; - abordar nas aulas exemplos que atendam às necessidades do aluno, do curso e do mercado de trabalho; - usar mapas conceituais em sala de aula como instrumento didático; - realizar atividades práticas com roteiros e objetivos pré-estabelecidos.

Incentivo ao Empreendedorismo	<p>No Curso de Publicidade e Propaganda a disciplina Empreendedorismo é oferecida no eixo básico, com carga horária de 40 horas, tendo em vista que os profissionais devem estar aptos a tomar iniciativas, fazer o gerenciamento e administração tanto da força de trabalho, dos recursos físicos e materiais e de informação, da mesma forma que devem estar aptos a serem empreendedores, gestores, empregadores ou líderes em empresas públicas ou privadas.</p>
Educação Virtual	<p>Desde 2012 o UNIPAC iniciou a oferta de disciplinas semipresenciais(on-line) nos cursos de graduação presencial. Atualmente são oferecidas no Curso de Publicidade e Propaganda as seguintes disciplinas on-line: Leitura e Produção de Textos, Sociologia, Filosofia, Empreendedorismo, Educação Ambiental, Ciência Política e Metodologia do Trabalho Científico. Em 2014 o UNIPAC construiu, nos moldes da Universidade de Harvard, uma Sala de Aprendizagem Ativa que conta com mobiliário adequado, telas planas de projeção circundando toda a sala e tablets para todos os alunos. Os encontros presenciais das disciplinas on-line (semipresenciais) são realizados nesse ambiente de forma a favorecer a aplicação de metodologias ativas como o <i>FlippedClassroom</i> <i>PeerInstruction</i>. Essa sala também é utilizada para as disciplinas presenciais como objetivo de que as metodologias ativas possam ser desenvolvidas a contento. Além disso, o UNIPAC vem investindo na formação docente continuada e, a partir de 2017, iniciou Curso de Formação Docente para Metodologias Ativas e Avaliação da Aprendizagem visando a melhoria da qualidade nas disciplinas presenciais e a distância. As salas de metodologias ativas propiciam técnicas diversificadas de aulas. Os professores, conforme suas necessidades fazem uso de metodologias ativas em sua atuação docente.</p>
Inserção social	<p>O curso de Publicidade e Propaganda possui em sua matriz disciplinas extensionistas que visam a aproximação do curso com a comunidade, assim como o projeto de Agência Experimental desenvolvido para aliar a teoria com a prática mercadológica, tendo como objetivo o desenvolvimento de campanhas em prol de uma instituição nacional. Além destas ações, o UNIPAC Barbacena participa constantemente de ações sociais promovidas por diversos institutos fomentadores dos trabalhos sociais.</p>
Responsabilidade Social e Sustentabilidade	<p>A IES oferece disciplinas que visam desenvolver o entendimento e a importância da responsabilidade social e da sustentabilidade, como a filosofia, abordando a compreensão do ser humano como pessoa, através da educação ambiental com ensinamentos de estratégias e princípios na elaboração de projetos sustentáveis, através da sociologia tendo o ser humano como um ser social capaz de intervir e transformar a</p>



	realidade social. Tais temas também são desenvolvidos por meio de projetos extensionistas, projeto de Iniciação Científica e atividades de prestação de serviços à comunidade.
Iniciação Científica e Extensão	A instituição conta com um programa de incentivo à Iniciação Científica chamado PROBIC que fornece bolsas de estudos aos alunos e professores (financiadas pela própria faculdade). A gestão do PROBIC é realizada pela Coordenação de Iniciação Científica que também é responsável pelos projetos de extensão.

Entendendo o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, que muitas vezes a graduação em Publicidade e Propaganda deixa ao final do curso, na maior parte dos estudantes, uma sensação de insegurança profissional, como se todo o conhecimento adquirido fosse insuficiente para uma atuação plena no mercado de trabalho, em parte pelo fato de que o curso de Publicidade e Propaganda realmente tem uma abrangência muito grande em termos de área de conhecimento, pois estuda temas ligados ao Comportamento do Consumidor, Estratégias de Mercado, Posicionamento Mercadológico, Criação Publicitária, Radio, Tv, Internet e Inteligência Digital, dentre tantos outros assuntos, a IES se propõe, ao longo da formação acadêmica de seus discentes, a programar diversas práticas exitosas ou inovadoras para impedir que isto aconteça e principalmente para gerar a promoção de oportunidades de aprendizagem alinhadas ao perfil do egresso desejado.

Desta forma, durante a formação do futuro publicitário a faculdade adotará as seguintes práticas exitosas, que comprovadamente já obtiveram sucesso nos cursos ofertados pela IES e que são claramente voltadas para a promoção de oportunidades de aprendizagem alinhadas ao perfil do egresso.

Valorização do conhecimento de base: Sabe-se que os estudantes possuem uma forte tendência a não dar tanta atenção para algumas disciplinas das fases iniciais do curso ou que às vezes estão em áreas de menor interesse. Esse é um comportamento comum, mas muito prejudicial na carreira do futuro profissional, pois todo o curso de Publicidade e Propaganda começa ensinando a base, que é justamente o conteúdo que melhor precisa ser compreendido para que a sequência do aprendizado seja consistente. Assim, a IES busca desenvolver nos alunos o máximo interesse pelas disciplinas iniciais do curso e pelos começos de semestre, para entender integralmente o conteúdo proposto. Para isso, estimulará os alunos a realizarem uma leitura prévia do conteúdo que será ministrado, de forma que fiquem mais bem preparados para aprender o que o professor irá ensinar, e a aula seja um espaço para esclarecimentos de dúvidas, debates e aprofundamento de estudos.

Desenvolvimento de estudos adicionais: O que determina o quanto o aluno irá aprender é seu próprio esforço. Portanto, os métodos de ensino não podem se prender somente naquilo que é ensinado em sala de aula. O aluno deve ser motivado a aprofundar-se naqueles temas, lendo sobre o conteúdo antes e após as aulas, para que amplie sua visão sobre o assunto. Para que isso ocorra a IES, conta com uma biblioteca virtual diversos temas e áreas de conhecimento, que o aluno poderá acessar livremente de qualquer aparelho com acesso a internet, como também os professores serão estimulados a utilizarem o ambiente virtual de aprendizagem



para disponibilizarem materiais complementares, exercícios de aprofundamento, artigos científicos e outros materiais para enriquecimento curricular.

Desenvolvimento de projetos de extensão e projetos de iniciação científica de caráter prático: O discente do curso de Publicidade e Propaganda realmente precisará “pôr a mão na massa” para aplicar o conhecimento adquirido em sala de aula. Assim os alunos serão estimulados a trabalharem com professores que atuam em projetos de extensão com a comunidade e envolverem-se em atividades que tenham relação com sua área de interesse. Muitas vezes, nesses projetos, os alunos têm contato com a rotina real de trabalho e têm a assessoria de seus professores para lhes orientar. Da mesma forma os alunos serão estimulados a participarem de projetos de iniciação científica que tenham profunda relação com a prática, de forma a agregar experiências adicionais ao futuro profissional.

Estímulo ao uso de softwares: Atualmente há software para quase tudo e uma das grandes vantagens de usar um software é que ele permite que o aluno faça simulações de situações reais num ambiente virtual. Assim os alunos são estimulados a utilizarem programas, como por exemplo:

- Adobe Creative Cloud for teams All App (LABCOM)

No Laboratório de Comunicação os alunos são estimulados a utilizarem e praticarem várias atividades com acesso as principais ferramentas de criação e desenvolvimento. O Adobe Creative Cloud é um serviço de assinatura de aplicativos da Adobe que inclui programas populares de criação, editoração e design, como Photoshop, InDesign e Illustrator, além de hospedagem de arquivos e ferramentas para colaboração entre equipes. A plataforma inclui o Adobe Photoshop CC, o Adobe Illustrator CC, o Adobe InDesign CC, o Adobe Premiere Pro CC e outros aplicativos criativos para desktop líderes de mercado da Adobe; aplicativos móveis associados que permitem o fluxo de trabalho entre dispositivos móveis e desktop e mesmo entre diferentes gadgets mobile; um mercado integrado de mais de 55 milhões de ativos no Adobe Stock, livres de royalties; e integração com a maior comunidade criativa do mundo via Adobe Portfolio e Behance. No Laboratório de Comunicação ostem acesso ao pacote completo da Adobe Creative Cloud, cujas licenças são cedidas gratuitamente aos estudantes ao longo do curso de Publicidade e Propaganda, para utilização em aulas, pesquisas e atividades desenvolvidas no Labcom. Os softwares da Adobe sempre foram os preferidos pelo mercado e ao longo dos anos têm se fortalecido ainda mais, visto que é uma plataforma de criação conectada que inclui todos os aplicativos e serviços que profissionais criativos precisam para realizarem seus trabalhos. A Creative Cloud é otimizada pela CreativeSync, a assinatura de tecnologia da Adobe que conecta todos os aplicativos e serviços em diferentes dispositivos, permitindo uma experiência criativa contínua e sem interrupções.

- Excel

O Excel é um poderoso programa de folha de cálculo que serve para facilitar a gestão de vastos conjuntos de informação que envolvam principalmente o cálculo de dependências entre os dados e o manuseamento de gráficos e relatórios.



- Word

O Word é um eficiente processador de textos desenvolvido pela Microsoft, projetado para ajudá-lo a criar documentos de qualidade profissional, com as melhores ferramentas de formatação de documento, o Word ajuda a organizar e escrever os documentos com mais eficiência.

- ALGETEC

A Algetec é uma ponderosa plataforma de laboratórios virtuais que simulam o ambiente real e proporcionam ao aluno a execução de experimentos inclusive a partir de seu celular e sem sair de casa. Réplicas com alto grau de fidelidade ao laboratório físico tradicional. Geram grande engajamento dos estudantes com práticas inovadoras e tecnológicas.

Os alunos ainda são estimulados a conhecer as mais diversas ferramentas, com o intuito de incentivar a democratização de acessos.

- Paint.NET – Software utilizado laboratorialmente para edições básicas e intermediárias de imagens;
- Photopea – Web suite para edições intermediárias e avançadas de imagens em formato PSD;
- Darktable – Software utilizado laboratorialmente para correção de imagens;
- Audacity – Software utilizado laboratorialmente para edição de áudio;
- DaVinci Resolve – Software utilizado laboratorialmente para edição de vídeos;
- Scribus – Software utilizado laboratorialmente para editoração de materiais gráficos;
- Sketchbook – Software utilizado laboratorialmente para produção de ilustrações.

3.1.1 Políticas Institucionais de Ensino

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos elabora seus currículos com base nas Diretrizes Curriculares Nacionais com vistas a atender às necessidades regionais sem, no entanto, desconsiderar a formação básica do profissional para que ele possa exercer sua atividade em qualquer outro local.

Os currículos são construídos de forma a garantir a formação técnica, política e humana do aluno. Em todos os cursos são inseridas atividades complementares, disciplinas optativas e/ou de tópicos especiais que, além de enriquecer a formação geral do aluno, propiciam a flexibilização dos currículos.

A organização e o planejamento das situações didáticas de ensino-aprendizagem têm como objetivo principal promover a relação dos conhecimentos e dos valores inerentes às habilidades do profissional em formação em busca da competência profissional que se deseja.



A metodologia de trabalho desenvolvida na IES é pautada no princípio pedagógico da interdisciplinaridade, proporcionando a relação entre os temas tratados e as diversas áreas do conhecimento, relação que cada professor deve estabelecer no plano do componente curricular sob sua responsabilidade. Partindo-se do princípio de que a construção do conhecimento é um processo individual, mas que se realiza por meio da produção coletiva e compartilhada, atividades em grupo são organizadas, orientadas e mediadas pelos professores.

As atividades programadas desenvolvem a habilidade de solucionar problemas impostos pela vida e pelo cotidiano do ambiente de trabalho, refletindo sobre eles e propondo soluções criativas e empreendedoras. Nesse sentido, é imprescindível que o estudante seja motivado a questionar e a buscar alternativas, tornando-se sujeito ativo de seu processo de construção das competências e habilidades profissionais.

Nessa perspectiva e considerando a concepção trazida pela Lei n.9.394/96 e de “trabalho acadêmico efetivo” IES organiza as matrizes curriculares de seus cursos de graduação priorizando a autoaprendizagem do aluno.

Essa concepção busca a ruptura com o modelo tradicional de educação que condiciona a aprendizagem do discente a sua presença em sala de aula e à atuação do professor, a demais a elaboração dos currículos dos cursos de graduação da IES tem como premissa básica a ruptura do modelo comumente usados nos cursos de graduação, de períodos sequenciados e emoldurados num modelo cartesiano.

Assim o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, ao definir os termos da sua política para o ensino superior, toma como ponto de partida a compreensão de que esta se insere em um contexto multifacetário, marcado por transformações econômicas, sociais e culturais. À luz desse entendimento e das orientações formuladas no interior da política educacional brasileira, a IES busca empreender um processo educativo que contribua para o pleno desenvolvimento do aluno, seu preparo para o exercício da cidadania e sua formação profissional. Assim, o objetivo é a formação de profissionais com capacidade crítica, reflexiva e de atuação tanto no desenvolvimento do mercado de trabalho quanto da sociedade.

Para tanto, a Ies adota como referencial pedagógico a prática da “educação ao longo de toda a vida”, conforme apresentada pela UNESCO no Relatório da Comissão Internacional sobre a Educação para o Século XXI. Com base neste referencial, a educação tem como objetivo proporcionar ao indivíduo um conhecimento dinâmico do mundo, dos outros e de si mesmos, capacitando-o para o exercício cidadão e profissional em tempos de mudanças.

A educação deve transmitir, de fato, de forma maciça e eficaz, cada vez mais, saberes e saber-fazer evolutivos, adaptados à civilização cognitiva, pois são as bases das competências do futuro. Simultaneamente, compete-lhe encontrar e assinalar as referências que impeçam as pessoas de ficarem submersas nas ondas de informações, mais ou menos efêmeras, que invadem os espaços públicos e privados, e as levem a orientar-se para projetos de desenvolvimento individuais e coletivos. À educação cabe fornecer, de algum modo, os mapas de um mundo complexo e constantemente agitado e, ao mesmo tempo, a bússola que permita navegar através dele.



A “educação ao longo de toda a vida” organiza-se em torno de quatro aprendizagens fundamentais, que constituem os pilares do conhecimento:

- “**Aprender a conhecer**” significa, antes de tudo, o aprendizado dos métodos que nos ajudam a distinguir o que é real do que é ilusório e ter, assim, acesso aos saberes de nossa época. A iniciação precoce na ciência é salutar, pois ela dá acesso, desde o início da vida humana, à não-aceitação de qualquer resposta sem fundamentação racional e/ou de qualquer certeza que esteja em contradição com os fatos;
- “**Aprender a fazer**” é um aprendizado da criatividade. “Fazer” também significa criar algo, trazer à luz as próprias potencialidades criativas, para que venha a exercer uma profissão em conformidade com suas predisposições interiores;
- “**Aprender a viver juntos**” significa, em primeiro lugar, respeitar as normas que regulamentam as relações entre os seres que compõem uma coletividade. Porém, essas normas devem ser verdadeiramente compreendidas, admitidas interiormente por cada ser, e não sofridas como imposições exteriores. “Viver junto” não quer dizer simplesmente tolerar o outro com suas diferenças, embora permanecendo convencido da justeza absoluta das próprias posições;
- “**Aprender a ser**” implica em aprender que a palavra “existir” significa descobrir os próprios condicionamentos, descobrir a harmonia ou a desarmonia entre a vida individual e social.

Focada nessas premissas norteadoras, a política de ensino do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos de Barbacena, encontra-se pautada nas seguintes diretrizes:

- Estímulo à formação generalista e pluralista, respeitada a especificidade do conhecimento;
- Incentivo à sólida formação geral, necessária para que o egresso possa vir a superar os desafios de renovadas condições de exercício profissional e de produção do conhecimento;
- Fortalecimento da articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva, as atividades complementares e a participação em atividades de extensão;
- Articulação entre o ensino, a iniciação científica e a extensão;
- Avaliação periódica das atividades desenvolvidas; e
- Acompanhamento dos egressos.

Apresentam-se, a seguir, as Políticas de Ensino previstas no PDI e a previsão de ações a serem implementadas para que as políticas sejam efetivadas, oportunizando aprendizagens que ensejem o alcance do perfil projetado para o egresso.



Quadro 4 - Relação entre as políticas de ensino previstas no PDI e sua aplicação no âmbito do curso

Relação entre as políticas de ensino previstas no PDI e sua aplicação no âmbito do curso	
PDI	CURSO
Cumprimento da legislação educacional e das Diretrizes Curriculares Nacionais direcionadas a cada curso.	O curso atende plenamente ao PARECER CNE/CES nº 146/2020, aprovado em 29 de abril de 2020 que estabelece as diretrizes curriculares para os cursos de Publicidade e Propaganda, bem como os demais normativos legais para oferta de cursos superiores de graduação na modalidade presencial.
Formação integral do ser humano.	O curso encontra-se estruturado nos eixos das Ciências Sociais Aplicadas com objetivo de formar não apenas profissionais técnicos, mas sim profissionais aptos e qualificados a se integrarem a sociedade, de forma a serem capazes de compreenderem seu papel como agente de transformação social.
Ensino e aprendizagem com qualidade	O Curso de Publicidade e Propaganda apoia-se no sistema de ensino presencial, multidisciplinar e com recursos multimidiáticos, pelos quais busca-se a interação, comunicação, troca de ideias e experiências entre os diversos sujeitos envolvidos no processo educacional, tendo como foco a busca constante pela melhoria da qualidade do ensino ofertado.
Sintonia com o mercado de trabalho	Para desenvolvimento do perfil do egresso almejado o curso fará uso de uma metodologia interativa e problematizadora caracterizada pela articulação entre os conceitos e situações-problemas, levantamento de hipóteses, orientações e proposições de planejamento de situações experimentais para a testagem de hipóteses através do desenvolvimento compartilhado e que culmine em atividades e projetos interdisciplinares; Promoção do estágio supervisionado, atividades de iniciação científica de caráter prático e atividades de extensão, com o objetivo de oferecer ao estudante experiências práticas que complementem sua aprendizagem de forma a aperfeiçoar o seu processo de formação profissional e humana.

<p>Curriculo atualizado, contextualizado, flexível, interdisciplinar e fundamentado no desenvolvimento de competências.</p>	<p>A estrutura do Curso de Publicidade e Propaganda aborda as diversas áreas do conhecimento, habilidades, atitudes e valores éticos, fundamentais à formação profissional; Contempla a abordagem de temas, observando o equilíbrio teórico-prático e a flexibilização curricular, permitindo, na prática e no exercício das atividades, a aprendizagem e o desenvolvimento das competências necessárias ao exercício profissional alinhadas ao perfil do egresso; O curso busca a abordagem precoce de temas inerentes às atividades profissionais de forma integrada, evitando a separação entre as diversas disciplinas, sem perda de conhecimentos essenciais ao exercício da profissão, envolvendo o aluno como desenvolvimento científico e a busca do avanço tecnológico.</p>
<p>Certificação Intermediária, nos Cursos Superiores de Tecnologia, como forma do aluno usufruir efetivamente dos saberes construídos, à medida que finaliza módulos de aprendizado.</p>	<p>Não se aplica por se tratar de um curso de bacharelado.</p>
<p>Metodologia de ensino fundamentada na Andragogia e ação do aprendiz.</p>	<p>O curso está configurado para formar profissionais aptos a desenvolver, de forma plena e inovadora, as atividades Publicitárias com capacidade de utilizar, desenvolver ou adaptar tecnologias com a compreensão crítica das implicações daí decorrentes e duas relações com o processo produtivo, o ser humano, o ambiente e a sociedade. Para tal a metodologia proposta leva em consideração os princípios da aprendizagem adulta e sempre que possível busca trazer para o debate acadêmico casos práticos que despertem o interesse do aluno no aprofundamento dos temas estudados.</p>

Avaliação diagnóstica, formativa, contínua e somativa.	<p>A organização curricular apresenta um conjunto de atividades de ensino-aprendizagem e a cada atividade incorpora-se uma metodologia específica de Ensino e, por consequência, uma metodologia de avaliação que deve ser observada na descrição dos Planos de Aprendizagem. Para os conteúdos conceituais podem ser utilizados: prova teórica, prova prática em laboratório, relatório de trabalho de campo, trabalhos individuais e em grupo, apresentação de seminários, entre outras atividades de avaliação. O Regimento da IES estabelece que “o professor não poderá adotar apenas provas escritas em todo o processo avaliativo, devendo diversificar as formas de avaliação, assegurando ao aluno diferentes modos de demonstrar que construiu seu conhecimento”. Os resultados das avaliações serão utilizados como ferramenta para diagnóstico das principais deficiências do processo de ensino-aprendizagem, sendo que os professores serão estimulados a acompanharem como os alunos estão se transformando em direção aos objetivos almejados.</p>
Avaliação baseada na teoria do desenvolvimento de competências.	<p>No curso de Publicidade e Propaganda os atores educacionais são estimulados a entenderem que competências são capacidades, conhecimentos e características que distinguimos profissionais de alto desempenho daqueles de desempenho regular, desta forma em cada etapa letiva os docentes devem promover uma reflexão junto aos discentes das competências que devem ser desenvolvidas por cada indivíduo durante os processos avaliativos.</p>
Articulação entre teoria e prática.	<p>Visto que a teoria e a prática permeiam desde os tópicos das disciplinas, passam pelos eixos de formação do publicitário e distinguem diversas outras atividades acadêmicas e ainda separam as atividades acadêmicas das profissionais, marcando sobre maneira as ligadas à formação profissional, ao elaborar o currículo do curso considerou-se a teoria e a prática como dimensões comuns inseridas na educação publicitária. Ao considerá-las como dimensões, não se quer centrar na quantificação ou na mensuração das mesmas; o que se pretende é ter um tratamento</p>



	em que prevaleça o viés qualitativo destas.
Co-responsabilidade dos sujeitos, professor e aluno, envolvidos no processo ensino-aprendizagem.	No curso de Publicidade e Propaganda toda a comunidade acadêmica será estimulada a compreender que o processo educacional é uma atividade que se desenvolve de maneira conjunta, onde a responsabilidade pela aprendizagem deve ser compartilhada pelos docentes e discentes, de forma que o aluno assuma uma postura ativa ao longo de seu processo de formação.
Processo de ensino-aprendizagem integrado com a extensão.	O curso de Publicidade e Propaganda promoverá eventos de difusão de conhecimentos científicos em áreas prioritárias, como envolvimento dos corpos docente e discente, inclusive com efeitos multiplicativos de outros eventos que professores e alunos que iram participar. Da mesma forma o curso promoverá Encontros, Semanas Acadêmicas, Palestras e outros eventos, com profissionais do setor bem como com a participação do Conselho e entidades de classe.
Compromisso com a permanência dos alunos na IES, reduzindo os índices de evasão.	Conversas e reuniões constantes com o coordenador de curso no intuito de identificarem as necessidades e expectativas dos alunos, buscando formas alternativas de atendê-las; Elaboração de atividades integradoras entre os membros da comunidade acadêmica; Divulgação das políticas institucionais de atendimento e apoio ao discente; Busca de convênios e parcerias para oferta de vagas de empregos e estágio remunerado.
Planejamento do processo ensino-Aprendizagem baseado no Projeto Pedagógico do Curso e no PDI.	Todos os processos educacionais desenvolvidos no Curso de Publicidade e Propaganda terão como ponto norteador as diretrizes estabelecidas no projeto pedagógico do curso e demais regulamentos aprovados pelo Núcleo Docente Estruturante do Curso. Da mesma forma observar-se-á também o Plano de Desenvolvimento Institucional que norteia todas as atividades da IES.



Incentivo à empregabilidade	O curso de Publicidade e Propaganda deverá estabelecer convênios com empresas, entidades de classe e órgãos públicos visando o encaminhamento dos alunos para programas de estágios remunerados, bem como para entrevistas de emprego em vagas apresentadas por estas instituições.
Incentivo à autonomia e à formação continuada.	O curso de Publicidade e Propaganda elaborará atividades provocadoras de aprendizagem que visam incutir no aluno o interesse pelo aprofundamento nos temas abordados, bem como o estímulo a continuidade de seus estudos, mesmo fora do ambiente escolar.
Monitoramento, avaliação e reformulações necessárias do currículo e processo de ensino-aprendizagem.	Serão realizadas semestralmente, reuniões do Núcleo Docente Estruturante e do Colegiado de Curso, como propósito de monitorar, avaliar e reformular quando necessário o PPC, o currículo, os objetivos do curso, os conteúdos programáticos e a bibliografia das unidades curriculares.
Infraestrutura adequada às necessidades dos cursos.	A infraestrutura disponível para atender as necessidades do curso será permanentemente avaliada por toda a comunidade acadêmica. Pelos resultados de tal avaliação são desenvolvidas estratégias de manutenção, ampliação e adaptação da mesma.
Formação continuada do corpo docente	Os professores do Curso serão permanentemente estimulados a participarem dos eventos de capacitação promovidos pela própria IES, bem como serão incentivados a participarem de eventos ou cursos externos.
Investimento na formação do aluno, buscando a excelência acadêmica, a compreensão política por meio do desenvolvimento do ensino e da extensão	O curso buscará a formação de um profissional com postura investigativa e de caráter reflexivo, apto a desenvolver, de forma plena e inovadora, atividades na área publicitária e terá formação específica para a aplicação e desenvolvimento da iniciação científica e inovação tecnológica; difusão de conhecimentos tecnológicos; desenvolvimento da capacidade empreendedora e manutenção das suas competências em sintonia com o mundo do trabalho.

Valorização do magistério e do pessoal técnico-administrativo	Todo o corpo docente e profissional técnico-administrativo diretamente envolvido com o curso será estimulado a participar dos programas de capacitação profissional, bem como receber treinamentos específicos para o desempenho de suas atividades.
Constante melhoria das instalações físicas, modernização dos equipamentos e da biblioteca.	A infraestrutura disponível para atender as necessidades do curso será permanente avaliada por toda a comunidade acadêmica. Pelos resultados de tal avaliação serão desenvolvidas estratégias de manutenção, ampliação e adaptação da mesma.
Atendimento às necessidades sociais da região na qual se encontra inserida, fomentando o desenvolvimento das ciências, das artes e das atividades de lazer.	O curso buscará a atualização da área profissional, diferenciando-se dentro dela, e para tal irá considerar as necessidades loco-regionais, com o objetivo de atendê-las e supri-las, gerando bem-estar à comunidade local e regional, primando pela formação de qualidade de seu futuro egresso. Através de atividades extensionistas o curso buscará despertar no aluno a conscientização sobre processos construtivos que respeitem o patrimônio histórico existente na região de inserção da IES

3.1.2 Políticas Institucionais de Iniciação Científica

Dentro da concepção de educação do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, a iniciação científica assume um papel fundamental, na medida em que é um meio eficaz de promover o espírito investigativo do aluno, incentivando o questionamento, a busca de informações fora da sala de aula, o desenvolvimento da visão sistêmica e, consequentemente, da sua progressiva autonomia intelectual.

A Política de Iniciação científica tem como objetivos:

- ✓ Institucionalizar e incentivar a iniciação científica docente no UNIPAC;
- ✓ Proporcionar aos docentes um ambiente adequado para realização de iniciação científica na Instituição;
- ✓ Implementar e incentivar a relação entre iniciação científica, extensão e ensino;
- ✓ Implementar e incentivar a relação da iniciação científica com a graduação e a pós-graduação;
- ✓ Institucionalizar e incentivar a iniciação científica no UNIPAC;
- ✓ Proporcionar aos discentes as primeiras experiências na atividade acadêmica a partir de orientação dada pelos professores orientadores;
- ✓ Agregar docentes e discentes em projetos de iniciação científica. Os programas institucionais de iniciação científica do UNIPAC são escolhidos anualmente, através de publicação de edital, o qual contém todos os critérios de destinação dos recursos para financiamento.



O UNIPAC tem a iniciação científica como um dos pilares da instituição, propiciando ao aluno a ampliação de sua visão de mundo e o desenvolvimento do seu espírito investigativo. A tramitação, bem como acompanhamento e avaliação dos Programas de Iniciação Científica no UNIPAC obedecem à regulamentação estabelecida pela Pró-reitoria de Inovação e Desenvolvimento Socio educacional.

A Política de estímulo à produção científica do UNIPAC é instrumento indispensável ao efetivo cumprimento da sua Missão, que tem, no seu compromisso com a sociedade, o motor propulsor de suas ações, serviços e desenvolvimento.

Entre as ações de promoção e divulgação das pesquisas desenvolvidas no UNIPAC são mantidos editais como o do Programa de Iniciação Científica (PROBIC). O edital obedece a um cronograma onde os projetos de pesquisas são submetidos pelos docentes em março e setembro de cada ano, sendo que os mesmos aprovados iniciam sua vigência em abril e outubro, respectivamente, com duração de 12 meses. Esse edital contempla bolsas de Iniciação Científica, financiadas pela própria Instituição para os alunos.

Como estratégia de fomento à divulgação dos trabalhos de pesquisa, tem-se a Revista Mental, e, pretende-se criar a Revista de Iniciação Científica, com o objetivo de incentivar a publicação científica e disseminar o saber produzido na Instituição. Será um periódico especializado, semestral, de conteúdo multidisciplinar, aberto à comunidade científica nacional e internacional, editado pelo UNIPAC. Publicará artigos científicos envolvendo pesquisas básicas, aplicadas e inovações. A revista estará disponível em meio eletrônico.

Quadro 5 – Políticas Institucionais de Iniciação Científica no Âmbito do Curso

Políticas Institucionais de Iniciação Científica- PDI	Ações realizadas no Curso para efetivação das Políticas Institucionais de Iniciação Científica
Dentro da concepção de educação do Centro Universitário, a iniciação científica assume um papel fundamental, na medida em que é um meio eficaz de promover o espírito investigativo do aluno, incentivando o questionamento, a busca de informações fora da sala de aula, o desenvolvimento da visão sistêmica e, consequentemente, da sua progressiva autonomia intelectual.	As atividades de Iniciação Científica no UNIPAC são contempladas com bolsas de Iniciação Científica financiadas pela própria Instituição. Consideram-se ainda a participação de graduando em grupo de pesquisa regular da Instituição de Ensino, registrado no CNPq, sem bolsa, por pelo menos um ano. O curso de Publicidade e Propaganda possui projetos de iniciação científica já aprovada e em andamento. Além das pesquisas, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) consiste em importante momento para o discente enveredar no campo da pesquisa, seja de cunho prático ou teórico, sempre com suporte dos docentes orientadores e demais que fazem parte do quadro do UNIPAC.



3.1.3 Políticas Institucionais de Extensão

A IES no que tange à Extensão tem por missão promover a formação de profissionais comprometidos com o seu meio e propagadores de ações de cidadania voltadas para o desenvolvimento da sociedade. Dessa forma, a extensão adota como política: extensão à sociedade dos conhecimentos produzidos, buscando a solução de problemas e visando a integração da IES com a comunidade; embasamento nas áreas de concentração dos programas de graduação oferecidos, podendo ser desenvolvida em modalidades diversas; adoção da prática extensionista em um instrumento de vitalização do ensino, na medida em que expande o conceito de ensino-aprendizagem e promove transformações no processo pedagógico; ênfase na interdisciplinaridade promovendo a integração dos diversos saberes; zelo pela produção e preservação cultural e artística e consolidação, através da alocação de recursos financeiros próprios e de recursos de terceiros.

Assim, a política de extensão a ser implantada no Curso deve ser efetivada por meio das seguintes modalidades: projetos; cursos; eventos; prestação de serviços; publicações e outros produtos acadêmicos. Em atendimento à Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regamenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) 2014-2024, o curso conta com 320 horas de extensão, como conteúdo curricular obrigatório.

As ações de extensão no UNIPAC têm como objetivo garantir a execução da Política de Extensão como meio de integração da instituição com a comunidade, promovendo ações e projetos com foco na universalidade da vida nos aspectos científico, humanístico, social, político, econômico, cultural e ambiental.

Quadro 6 - Políticas Institucionais de Extensão no Âmbito do Curso

Políticas Institucionais de Extensão - PDI	Ações realizadas no Curso para efetivação das Políticas Institucionais de Extensão
- 10% (dez por cento) do total da carga horária curricular estudantil de todos os cursos graduação como atividades de extensão;	A extensão encontra-se curricularizada com 10% do total da carga horária curricular, sendo desenvolvida durante todo período da graduação. As atividades de extensão desenvolvidas estimulam a participação de alunos e professores, o contato direto com a população permitindo trocas de experiências.
- Fortalecer os programas institucionais nas áreas social, ambiental, cultural e esportiva;	Atividades Complementares, Seminários, Atividades Acadêmicas, Científicas e Culturais. Ano de 2019 - Campanha de responsabilidade social das IES particulares: Ações educativas multidisciplinares de Prevenção e tratamento de alterações da cavidade oral e hidratação de idosas institucionalizadas.



	<ul style="list-style-type: none">- Evento de extensão: minicurso de interpretação de hemograma.- Minicurso de intradermoterapia. <p>Ano de 2020</p> <ul style="list-style-type: none">- Campanha de Responsabilidade Social 2020 “PROJETO – EDUCAÇÃO PARA A VIDA – SAÚDE, EDUCAÇÃO E CULTURA PARA TODOS” <p>Ano de 2021</p> <ul style="list-style-type: none">- Palestra de atuação do publicitário.- Palestra sobre atuação polivalente do profissional.- Responsabilidade social 2021 – Doação de órgãos e sangue.- Evento Publicidade em ação.- Palestra sobre a importância do estágio da formação profissional. <p>Ano de 2022</p> <ul style="list-style-type: none">- 2º Corrida do Dia Mundial da Atividade Física – Dosagem de glicemia capilar.- Doe Calor – campanha de arrecadação de cobertores e agasalhos para grupos vulneráveis. <p>Além destas ações, o curso conta com 280 horas de atividades de extensão, como componente curricular da matriz do curso.</p>
--	--

3.2 Objetivos do Curso

O objetivo do Curso de Publicidade e Propaganda do UNIPAC de Barbacena é formar profissionais competentes que tenham conhecimento e domínio de 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; bem como conhcedores de procedimentos de comunicação apropriados aos objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos.

Com base no panorama do ensino de Publicidade e Propaganda no Brasil, fica estabelecido que a educação superior ministrada na UNIPAC de Barbacena terá por finalidade a formação profissional que revele:

- I.** aprimorar habilidades essenciais para o exercício do ofício: adaptação e flexibilidade;
- II.** considerar a diversidade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais, adequando-se à complexidade e velocidade da contemporaneidade para saber lidar com novas situações a que a profissão é submetida no cotidiano;



III. compreender a função social da publicidade e sua capacidade de transformação da realidade, bem como a amplitude do negócio da publicidade no ambiente corporativo, o alargamento das suas áreas de atuação para dominar a dinâmica das diversas modalidades comunicacionais;

IV. atuar, de forma integrada, nas dimensões comunicacional e mercadológica de empresas e organizações compreendendo os processos de planejamento, criação, produção, programação, distribuição e gestão da comunicação publicitária e institucional, e sua integração por meio de ações estratégicas de comunicação e de marketing;

V. assimilar o impacto das convergências tecnológicas no campo da comunicação para criar projetos inovadores ao desenvolvimento de instituições do estado, do mercado e da sociedade civil organizada; PROCESSO Nº: 23001.000013/2014-88 Joaquim Neto - 0013 75

VI. dominar e aplicar linguagens, técnicas, tecnologias, conceitos mercadológicos e estéticos na proposição e na execução de soluções de comunicação eficazes para objetivos de mercado, de negócios e institucionais;

VII. conectar pensamentos, associar ideias, discursos e imagens para produção de novas relações simbólicas;

VIII. investigar os temas pertinentes ao campo publicitário com o objetivo de fomentar novas pesquisas para a inovação comunicacional;

IX. elaborar críticas fundamentadas aos processos comunicacionais, tradicionais e emergentes, propondo alternativas viáveis;

X. experimentar e inovar as linguagens utilizadas nos processos de comunicação publicitária, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica para produzir conteúdos e narrativas relevantes;

XI. aptidão para “ler” /interpretar consumidores, cenários, situações em que as marcas anunciantes estão inseridas, analisar dados e informações a fim de subsidiar a tomada de decisões sobre projetos e ações;

XII. desenvolver a faculdade analítica, com senso crítico apurado, para resolução de problemas complexos;

XIII. pensar, diagnosticar e executar com agilidade;

XIV. mediar relações comunicacionais entre os distintos atores sociais, com ênfase nos estudos sobre sociabilidades;

XV. desconstruir valores arraigados para valorizar a heterogeneidade de gênero, de sexualidade, étnico-racial e de classe nas representações publicitárias;

XVI. empreender o diálogo como metodologia de atuação profissional, com reciprocidade da interlocução para instaurar relações horizontais não só entre consumidores e marcas, mas igualmente entre contratantes e contratados no ambiente empresarial;

XVII. diminuir a distância entre os envolvidos na cadeia produtiva do sistema publicitário;

XVIII. transparência e capacidade de escuta nas relações profissionais que são, antes de tudo, relações humanas pautadas na empatia e no princípio de alteridade; e

XIX. profissional sensível aos relacionamentos interpessoais, ao trabalho em equipe de maneira colaborativa e proativa, administrando situações de conflito e respeitando as diferenças.



3.3 Perfil Profissional do Egresso

A formação superior em Publicidade e Propaganda dever promover o desenvolvimento pessoal de seus egressos, considerando o amadurecimento intelectual e o pensamento crítico diante da vida, da sociedade e da pluralidade da área da Comunicação Social, por meio do exercício das atividades publicitárias.

A formação na área deve oportunizar aos discentes não só viver, conhecer e experimentar a realidade (econômica, mercadológica, tecnológica, social, cultural, política, simbólica e regional) da publicidade na condição de profissionais atuantes em organizações públicas, privadas ou mistas, mas também proporcionar que reflitam efetivamente sobre tal realidade em acordo com o pensamento referencial da comunicação e do campo publicitário, isto é, promover o entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer uma visão crítico-reflexivo e inovadora aos desafios da dinâmica teoria/prática.

A formação em Publicidade e Propaganda deve contemplar o complexo cenário da comunicação contemporânea e nos contextos da economia criativa para empreender transformações/inovações na área da Publicidade e Propaganda, compromissadas com o social e com o desenvolvimento regional, em conformidade com as demandas do mundo do trabalho publicitário de ordem financeira, estratégica, digital, de criatividade, de produção e dos consumos de marcas, bens, serviços e corporações, bem como promover a midiatização via propagabilidade e visibilidade de ideias, pessoas e instituições nas mediações comunicacionais de um modo mais amplo, buscando o bem comum social e a regulação/equilíbrio dos interesses de mercado e consumidores.

O perfil comum do egresso do Curso de Publicidade e Propaganda do UNIPAC – Campus Barbacena, contempla as seguintes competências e habilidades:

1. Capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e as suas inserções culturais, políticas e econômicas;
2. Habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
3. Visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;
4. Capacidade de utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

A formação do profissional de Publicidade e Propaganda se caracteriza também pelas seguintes habilidades e competências conforme no Parecer CNE/CES nº146/2020 que fundamenta as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso:



1. Pelo conhecimento e domínio de 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;
2. Pela tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
3. Pelo planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de 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.

Quadro 7 – Competências e Habilidades X Atividades de Aprendizagem

PERFIL DO EGRESO	ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM
O conhecimento dos aspectos antropológicos, sociológicos e econômicos relevantes e de todo o espectro de necessidades, aspirações e expectativas individuais e coletivas quanto ao ambiente construído.	<ul style="list-style-type: none">• Iniciação científica;• Visitas técnicas;• Empreendedorismo;• Nivelamento História do Brasil;• Filosofia;• Educação ambiental;• Ciência política;• Sociologia;• Comportamento do Consumidor;• Marketing Aplicado;• Administração de Pequenas e Médias Empresas;• Promoção de Vendas;• Agência Experimental;• Estágio supervisionado;• Trabalho de conclusão de curso.
Capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e as suas inserções culturais, políticas e econômicas;	<ul style="list-style-type: none">• Estética em Publicidade e Propaganda• Criação e Redação Publicitária Mídia Impressa• Criação e Redação Publicitária Mídia Impressa• Fotografia Publicitária• Produção Publicitária TV• Criação Publicitária Impressa e Eletrônica• Design de Embalagens• Arquitetura de Marcas• Agência Experimental• Estágio supervisionado• Trabalho de conclusão de curso.



<p>Habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;</p>	<ul style="list-style-type: none">• Teoria da Comunicação Semiótica• Pesquisa em Publicidade e Propaganda• Inteligência Digital• Mídia• Mídias Sociais
<p>Visão integradora e horizontalizada – genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;</p>	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Empresarial• Comunicação de Alta Performance• Teoria e Técnica em Publicidade e Propaganda• Teoria da Comunicação• Pesquisa em Publicidade e Propaganda• Técnicas de Atendimento em Publicidade Marketing• Agência Experimental
<p>Capacidade de utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercuções sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Legislação e Ética em Publicidade e Propaganda• Inteligência Digital• Mídias Sociais• Comunicação Empresarial• Comunicação de Alta Performance• Ciências Políticas
<p>Promover e facilitar relações de cooperação entre a instituição educativa, a família e a comunidade.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Agência Experimental;• Estágio supervisionado;• Trabalho de conclusão de curso.• Atividades Complementares• Visitas Guiadas• Atividades de Extensão

3.4 Estrutura Curricular

A concepção de Currículo no UNIPAC vai muito além das atividades convencionais de sala de aula e deve considerar atividades complementares, tais como iniciação científica, programas acadêmicos amplos, programas e ações de extensão universitária, visitas técnicas, eventos científicos, além de atividades acadêmicas, culturais e sociais, desenvolvidas pelos alunos durante o curso de

graduação. O desenho curricular dos cursos de graduação do UNIPAC contempla os princípios e valores da instituição, as diretrizes curriculares nacionais do Ministério da Educação (MEC), o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia e os indicadores de avaliação estabelecidos pelo Exame Nacional de Desempenho de Alunos (Enade).

Dois aspectos importantes são considerados na definição do modelo curricular: o perfil do aluno do século XXI, que se caracteriza por uma geração familiarizada com as novas tecnologias, que se conecta e interage mais intensamente com o seu meio, além de ser inovadora, dinâmica e adaptável; e as constantes transformações do mercado de trabalho, que vêm demandando novas formas de atuação profissional ao integrar diferentes áreas de conhecimento. Além disso, o mundo do trabalho tem exigido um profissional com formação que transcende o conhecimento técnico, favorecendo e valorizando o desenvolvimento de competências atitudinais.

Esses princípios se configuram numa proposta de formação profissional fundamentada no princípio da interdisciplinaridade e da flexibilidade, contribuindo para a solução de problemas sociais, tecnológicos e científicos, contribuindo para esclarecer problemas que não podem ser vislumbrados por análises disciplinares. Essas dimensões proporcionam uma formação equilibrada entre os conhecimentos, habilidades e valores, diretamente vinculados ao campo de atuação profissional.

Segundo Piaget, apud Santomé (1998), a Interdisciplinaridade é o “segundo nível de associação entre disciplinas, em que a cooperação entre várias disciplinas provoca intercâmbios reais; isto é, existe verdadeira reciprocidade nos intercâmbios e, consequentemente, enriquecimento mútuos.”

Todos os currículos do UNIPAC possuem uma dimensão de formação geral, comum, referindo-se justamente ao desenvolvimento de competências gerais e múltiplas, que permitem ao aluno a compreensão da sociedade e da inserção do profissional nesse espaço. Essas competências integram as diretrizes gerais, os princípios e valores institucionais do Centro Universitário UNIPAC, expressos em 07 disciplinas institucionais: Filosofia, Sociologia, Educação Ambiental, Leitura e Produção de Textos, Empreendedorismo, Metodologia Científica e Estatística.

A atualização e a flexibilização curricular se dão de diversas formas, entre elas, por meio da oferta de Atividades Complementares que objetivam criar no aluno a cultura da educação autônoma e a percepção da necessidade de atualização permanente em seu processo de formação acadêmica e profissional, bem como pela oferta de disciplinas Optativas e da disciplina Tópicos Especiais, que se caracteriza como espaço de atualização constante e de ampliação das possibilidades de enriquecimento curricular.

Até 2017 o desenho curricular dos cursos de graduação se apresentava numa concepção tradicional, rigidamente organizada em períodos. Em 2018 inicia-se, no campus Barbacena, nova organização curricular por eixos modulares de aprendizagem. Essa organização curricular fundamenta-se em uma visão interdisciplinar, transversal e busca o desenvolvimento da transdisciplinaridade na educação. A composição dos módulos se fundamenta nos valores, nas competências e habilidades exigidas à formação pretendida para os alunos.

Nessa nova estrutura curricular, a noção de períodos é substituída pela noção de eixos de formação/modulares de aprendizagem como elementos básicos de articulação e de progressão do processo educativo. A organização e o processo da aprendizagem passam a ser compreendidos como períodos de tempo maiores do que um semestre, constituindo um processo contínuo, dentro de um mesmo eixo e entre eixos distintos, e permitindo uma maior flexibilização da entrada de alunos, devido principalmente à inexistência de pré-requisitos entre os módulos de um eixo de aprendizagem.

A denominação dos módulos rompe o padrão tradicional ou usualmente utilizado por outras IES, adotando-se como denominação dos módulos os nomes de pedras preciosas. A escolha por esse modelo se fundamenta na superação do sistema cartesiano de sequência entre os períodos/módulos, bem como uma homenagem ao Estado de Minas Gerais, sede do UNIPAC, que com sua riqueza de minérios contribuiu e contribui significativamente para a economia do país.

A estrutura curricular modular do curso presencial de Publicidade e Propaganda é representada conforme se segue:

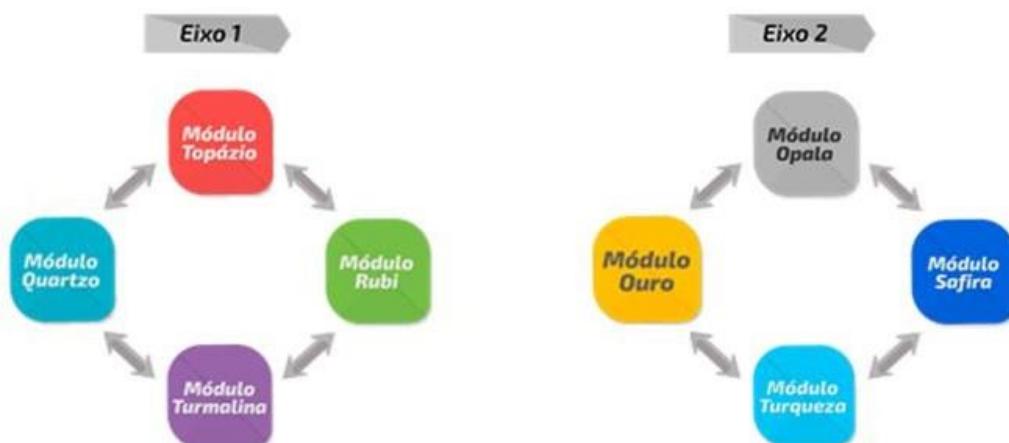


Figura 4. Exemplo de curso de graduação com oito períodos

Tanto no sentido geral do Projeto Institucional como no sentido específico do curso de Publicidade e Propaganda o PPC é proposto como associação entre uma concepção de Ensino-Aprendizagem, pautada em senso de responsabilidade pública, uma concepção de sujeito humano, contextualizado no processo de transformações histórico-sociais, e uma avaliação das condições necessárias para a formação de egressos capazes de um desempenho satisfatório, aptos a contribuir para a intervenção social, interessados na superação de problemas.

Nessa perspectiva e considerando a concepção trazida pela Lei n.9.394/96 de “trabalho acadêmico efetivo” o UNIPAC - *Campus Barbacena* organiza as matrizes curriculares de seus cursos de graduação priorizando a autoaprendizagem do discente.

Essa concepção busca a ruptura com o modelo tradicional onde se condiciona a aprendizagem do discente a sua presença em sala de aula e à atuação professor.



Para o desenvolvimento e êxito da cultura da autoaprendizagem faz-se necessário fomentar no aluno o esforço próprio e o uso de mecanismos e estratégias pedagógicas que o levem a desenvolver a sua aprendizagem.

No UNIPAC a carga horária de todos os cursos de graduação é mensurada em horas (60 minutos), composta de 50 minutos de aula mediada e 10 minutos de atividades extraclasse orientadas, totalizando 60 minutos de efetiva trabalho acadêmico.

As "Atividades-Extraclasse-Orientadas-AECO" são utilizadas para fomentar o desenvolvimento da autoaprendizagem pelo discente. Estas horas foram estabelecidas com base no Parecer CNE/CES nº 261/2006 de 09/11/2006 (conceito de hora-aula) e na Resolução CNE/CES nº 3, de 02/07/2007 (hora-aula). Assim, para cada disciplina o aluno deverá desenvolver, fora da sala de aula, atividades individuais ou em grupo relacionadas ao aprimoramento dos estudos e à consolidação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula. Portanto, são consideradas atividades efetivas de aprendizagem os estudos e atividades realizadas pelo aluno, como realização de exercícios de fixação de conteúdo, leituras de artigos e textos encaminhados pelo professor da disciplina, estudos de preparação para as avaliações, produção de relatórios e atividades relacionadas às aulas práticas, entre outras.

Como suporte ao desenvolvimento desse processo a instituição se utiliza de Tecnologias de Informação e Comunicação para gerenciamento e registro das informações no ambiente virtual de aprendizagem (AVA).

A fim de oportunizar ao aluno a familiarização com o AVA, seus recursos e ferramentas, de forma contextualizada e visando à promoção da aprendizagem autônoma, o NEO oferece uma capacitação para todos os alunos ingressantes na Instituição. Além disso, para o aluno que acessa o AVA pela primeira vez é disponibilizado um vídeo tutorial contendo orientações sobre a navegação e uso do ambiente.

Os professores ao elaboraremos planos de aprendizagem dos componentes curriculares registram as horas que são destinadas às Atividades Extraclasse Orientadas a serem realizadas na plataforma *Blackboard*.

As matrizes curriculares de todos os cursos de graduação do UNIPAC têm a sua duração contabilizada em horas-relógio, conforme determina o inciso II, do art. 2º, da Res. CNE/CES nº 2/2007.

Assim, a estrutura curricular implementada no curso de Publicidade e Propaganda, considera:

ATUALIZAÇÃO E A FLEXIBILIZAÇÃO CURRICULAR se dão de diversas formas, entre elas, por meio da oferta de Atividades Complementares que objetivam criar no aluno a cultura da educação autônoma e a percepção da necessidade de atualização permanente em seu processo de formação acadêmica e profissional, bem como pela oferta de disciplinas Optativas que se caracteriza como espaço de atualização constante e de ampliação das possibilidades de enriquecimento curricular.

INTERDISCIPLINARIDADE: a Instituição promove a organização e a divulgação de atividades diversificadas, como semanas de estudo, seminários, palestras, jornadas, entre outras, ligadas às áreas dos cursos oferecidos com o intuito de integrar a comunidade acadêmica e complementar a formação da mesma, além de incentivar a interdisciplinaridade que é dividida em dois enfoques:

- I. Atividade interdisciplinar do curso: cada curso desenvolve as atividades que julgar relevante, seguindo as políticas elencadas no PDI. Estas atividades são realizadas por meio de visitas técnicas, mostra acadêmica, seminários, simpósios, entre outras atividades acadêmicas afins; e
- II. Atividade interdisciplinar geral: todos os cursos devem desempenhar atividades comuns que possibilitem aos alunos entenderem o caráter sistêmico do processo educacional. O aluno deve entender que, apesar de serem de áreas diversas, os cursos permitem um entrosamento na construção do saber.

TRANSVERSALIDADE: os temas transversais oportunizam que a interdisciplinaridade aconteça no currículo dos cursos. Alguns temas, devido a sua complexidade e natureza diferente das áreas convencionais, não podem ser tratados de forma isolada, não sendo suficiente a abordagem por apenas uma área do conhecimento. Esses temas normalmente tratam de questões sociais, de ampla abrangência.

ACESSIBILIDADE METODOLÓGICA: a acessibilidade pedagógica e instrumental é percebida na ausência de barreiras nos métodos, teorias e técnicas de ensino/aprendizagem, instrumentos, utensílios e ferramentas de estudo visando favorecer à aprendizagem dos alunos deficientes e/ou com necessidades educacionais especiais. É possível notar a aplicação dessas dimensões de acessibilidade no ambiente educacional quando os professores promovem processos pedagógicos diversificados e utilizam recursos que viabilizam a aprendizagem dos estudantes público-alvo da educação especial, tais como: Pranchas de comunicação; Flexibilidade na correção de textos; Uso de instrumentos diversificados de avaliação; Ampliação de tempo para realização de provas e atividades; Propiciar, sempre que necessário intérprete de língua de sinais/língua portuguesa; Envio de resumos e materiais complementares; Aprofundamento de estudos; Ações comunitárias baseadas na participação ativa dos estudantes; site institucional que assegura acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva por meio do software Tradutor em LIBRAS, Hand Talk, bem como favorece a leitura para pessoas com baixa visão utilizando recurso de ampliação da fonte; Textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão; Computador com leitor de tela; Disponibilização de recurso de tecnologia assistiva, por exemplo, lupas, teclado de computador, leitor.

ARTICULAÇÃO DA TEORIA COM A PRÁTICA: as atividades de Estágio e TCC são executadas mediante regulamento, aprovado pelo Colegiado de Curso, sob supervisão/orientação, buscando garantir a articulação teoria/prática. Esta articulação também é desenvolvida nas atividades de extensão, atividades complementares, atividades práticas (laboratórios, visita técnica, trabalho de campo, entre outras) previstas na organização curricular, e executadas mediante roteiro com objetivos bem definidos e apoiadas nos conteúdos conceituais trabalhados. Existe a Sala de Empregabilidade, que integra o UNIPAC com empresas locais e regionais, promovendo a oferta de estágios e empregos aos egressos.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

OFERTA DE LIBRAS: em atendimento ao Decreto 5625/2005, Libras é ofertada como disciplina optativa no currículo.

MECANISMOS DE FAMILIARIZAÇÃO COM A MODALIDADE A DISTÂNCIA: a fim de oportunizar ao aluno a familiarização com o AVA, seus recursos e ferramentas, de forma contextualizada e visando à promoção da aprendizagem autônoma, o Núcleo de Estudos On-Line - NEO oferece através do tutor técnico uma capacitação para todos os alunos ingressantes na Instituição.

ARTICULAÇÃO ENTRE OS COMPONENTES CURRICULARES NO PERCURSO DE FORMAÇÃO: Em 2018 iniciou-se no UNIPAC, nova organização curricular por eixos modulares de aprendizagem. Essa organização curricular fundamenta-se em uma visão interdisciplinar, transversal e busca o desenvolvimento da transdisciplinaridade na educação. A composição dos módulos se fundamenta nos valores, nas competências e habilidades exigidas à formação pretendida para os alunos. A estrutura curricular é representada em dois eixos: básico (4 semestres divididos nos módulos: Opala, Safira, Turquesa e Ouro) e específico (4 semestres divididos nos módulos Quartzo, Topázio, Turmalina, Rubi). Os componentes curriculares são articulados no percurso de formação, propiciando condições necessárias para a formação de egressos capazes de um desempenho satisfatório, aptos a contribuir para a intervenção social, interessados na superação de problemas.

ELEMENTOS COMPROVADAMENTE INOVADORES: Muitas vezes o egresso tem a sensação de insegurança profissional, como se todo o conhecimento adquirido fosse insuficiente para uma atuação plena no mercado de trabalho, em parte pelo fato de que o curso tem uma abrangência muito grande em termos de área de conhecimento, pois abrange muitas competências. A estrutura curricular oferecida permite a atuação do futuro publicitário em nível municipal, estadual e nacional, respeitando também as características e demandas regionais.

O Projeto Pedagógico do Curso é a expressão mais clara da sua organização didático-pedagógica e, tanto a administração acadêmica do Coordenador, quanto o Colegiado e do NDE são responsáveis pela execução, pelo acompanhamento e pela revisão do Projeto.

Quadro 8 – Matriz curricular Publicidade e Propaganda

CURSO: Publicidade e Propaganda						
CURRÍCULO: 2023						
Eixo 01						
Módulo Turquesa						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasse Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Design de Embalagens	2	0	33	7	40	
Design de Embalagens- Extensão	-	-	-	-	40	



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos
UNIPAC Barbacena

Mídias Sociais	4	0	66	14	80	
Legislação e Ética em Publicidade e Propaganda	2	0	33	7	40	
Comunicação Empresarial	2	0	33	7	40	
Nivelamento - Português	-	-	-	-	20	
Criação Publicitária Impressa e Eletrônica	3	1	66	14	80	
Filosofia	2	0	-	-	40	
Ciência Política	2	0	-	-	40	
TOTAL	17	1	231	49	420	

Eixo 01						
Módulo Safira						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasses Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Promoção de Vendas	3	1	66	14	80	
Arquitetura de Marcas	3	1	66	14	80	
Mídia	1	1	33	7	40	
Mídia - Extensão	-	-	-	-	40	
Nivelamento -Matemática	-	-	-	-	20	
Sociologia	2	0	-	-	40	
TOTAL	9	3	165	35	300	

Eixo 01						
Módulo Opala						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasses Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Produção Publicitária TV	2	0	33	7	40	
Produção Publicitária TV-Extensão	-	-	-	-	40	
Inteligência Digital	2	0	33	7	40	



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos
UNIPAC Barbacena

Leitura e Produção de Textos	2	0	-	-	40	
Nivelamento - História do Brasil	-	-	-	-	20	
Metodologia do Trabalho Científico	2	0	-	-	40	
Tecnologia Web	2	0	33	7	40	
Empreendedorismo	2	0	-	-	40	
TOTAL	12	0	99	21	300	

Eixo 01						
Módulo Ouro						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasses Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Comunicação de Alta Performance	2	0	33	7	40	
Estatística	2	0	-	-	40	
Planejamento de Campanha	3	1	66	14	80	
Semiótica	2	0	33	7	40	
Semiótica - Extensão	-	-	-	-	40	
Educação Ambiental	2	0	-	-	40	
Direção de Arte (optativa)	2	0	33	7	40	
Diagnóstico Empresarial (optativa)	2	0	33	7	40	
Libras: Língua Brasileira de Sinais (optativa)	2	0	33	7	40	
Gestão da Informação (optativa)	2	0	33	7	40	
Inglês Instrumental (Optativa)	2	0	33	7	40	
Comunicação e Negociação Empresarial (optativa)	2	0	33	7	40	
TOTAL	13	1	165	35	320	



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Eixo 02						
Módulo Turmalina						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasse Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Direitos Humanos	2	0	33	7	40	
Criação e Redação Publicitária Mídia Eletrônica	3	1	66	14	80	
Pesquisa em Publicidade e Propaganda	3	1	66	14	80	
Produção Publicitária Rádio - Extensão	-	-	-	-	40	
Estágio Supervisionado I	-	-	-	-	90	
TOTAL	08	2	165	35	330	

Eixo 02						
Módulo Quartzo						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasse Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Administração de Pequenas e Médias Empresas	2	0	33	7	40	
Marketing Gerencial	2	0	33	7	40	
Técnicas de Atendimento em Publicidade Marketing	2	2	66	14	80	
Produção Gráfica	2	2	66	14	80	
Fotografia Publicitária	2	0	33	14	40	
Fotografia Publicitária - Extensão	-	-	-	-	40	
Estágio Supervisionado II	-	-	-	-	90	Estágio Supervisionado I
TOTAL	10	4	231	56	410	



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos
UNIPAC Barbacena

Eixo 02						
Módulo Topázio						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasses Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Teoria e Técnica em Publicidade e Propaganda	4	0	66	14	80	
Teoria da Comunicação	4	0	66	14	80	
Estética em Publicidade e Propaganda	2	0	33	7	40	
Estética em Publicidade e Propaganda - Extensão	-	-	-	-	40	
Comportamento do Consumidor	1	1	33	7	40	
Estágio Supervisionado III (Agência Experimental)	-	-	-	-	80	
TOTAL	11	1	198	42	360	

Eixo 02						
Módulo Rubi						
Atividades de Ensino-Aprendizagem	CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
	Aula semanal		Carga Horária Parcial	Atividades Extraclasses Orientadas	Trabalho Discente Efetivo	
	Teoria	Prática				
Marketing Aplicado	3	1	66	14	80	
Criação e Redação Publicitária Mídia Impressa	3	1	66	14	80	
Projeto Experimental - Orientação de TCC	-	-	-	-	80	
Atividades Complementares	-	-	-	-	20	
TOTAL	6	2	132	28	260	



RESUMO DE CARGA HORÁRIA	
Carga Horária das disciplinas do Curso:	2000 horas
Carga horária das Atividades Complementares:	80 horas
Extensão	280 horas
Trabalho de Conclusão de Curso:	80 horas
Carga horária do Estágio Supervisionado:	260 horas
Carga Horária Total do Curso:	2700 horas
Período de Integralização:	Mínimo 4 anos (8 períodos) Máximo 6 anos (12 períodos)

Componentes curriculares optativos:

- I.** Libras (Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005)
- II.** Diagnóstico Empresarial
- III.** Direção de Artes
- IV.** Gestão da Informação
- V.** Comunicação e Negociação Empresarial
- VI.** Inglês Instrumental

Percentual de disciplinas ofertadas a distância, em consonância com a Portaria nº 2.117, de 6 de dezembro de 2019: 14,07% (disciplinas destacadas na matriz).

3.4.1 A Flexibilidade

A flexibilização curricular permite conectar o acadêmico do curso de Publicidade e Propaganda com campos distintos do conhecimento, articulação hoje imprescindível para a formação de um profissional reflexivo, dotado de uma formação generalista e humanística, como proposto no presente projeto político pedagógico. Nesta linha, o PPC propõe uma formação com a flexibilização curricular para que sejam entendidos os porquês, nos seus conteúdos científicos-culturais, nos seus modos/caminhos de concretização, nas subjetividades dos sujeitos que fazem parte dos processos pedagógicos nas mais diversas instâncias do currículo, e na sua perspectiva de materializar o princípio da indissociabilidade entre o ensino, iniciação científica e extensão.

Para atingir tal objetivo, o curso propõe, desde a sua concepção, atividades de extensão que permitem aos acadêmicos sua inserção na comunidade local, em uma perspectiva de indissociabilidade entre teoria e prática. Em todos os eixos de formação, já se encontram previstas as interações entre diversos campos do conhecimento, especificamente no tocante ao estágio supervisionado e atividades complementares.

A perspectiva interdisciplinar também está presente nas próprias ementas de vários componentes curriculares obrigatórios, nos quais o recurso a distintos



saberes encontra-se explícita. Neste sentido, pontua-se que a flexibilização curricular se desenvolve a partir das atividades complementares, das disciplinas optativas, do estágio supervisionado, de projetos de iniciação científica, bem como do trabalho de conclusão de curso, com a finalidade de garantir a formação do perfil desejado para o egresso.

3.4.2 A Interdisciplinaridade

O UNIPAC promove a interdisciplinaridade em seus cursos, permitindo a articulação de conhecimentos e a flexibilidade de conteúdos curriculares, além de contribuir para a dinamização da aprendizagem. A Instituição promove a organização e a divulgação de atividades diversificadas, como semanas de estudo, seminários, palestras, jornadas, entre outras, ligadas às áreas dos cursos oferecidos com o intuito de integrar a comunidade acadêmica e complementar a formação da mesma, além de incentivar a interdisciplinaridade que é dividida em dois enfoques:

- I.** Atividade interdisciplinar do curso: cada curso desenvolve as atividades que julgar relevante, seguindo as políticas elencadas no PDI. Estas atividades são realizadas por meio de visitas técnicas, mostra acadêmica, seminários, simpósios, entre outras atividades acadêmicas afins; e
- II.** Atividade interdisciplinar geral: todos os cursos devem desempenhar atividades comuns que possibilitem aos alunos entenderem o caráter sistêmico do processo educacional. O aluno deve entender que, apesar de serem de áreas diversas, os cursos permitem um entrosamento na construção do saber.

Contando com a experiência e a formação da equipe de professores, o UNIPAC busca utilizar os enfoques acima somados às metodologias usualmente utilizadas, visando alcançar um ambiente propício à autoaprendizagem. Isso inclui a adoção de uma metodologia pautada na articulação entre teoria e prática como forte aliada às atividades interdisciplinares especificadas a seguir:

- I.** Atividades integradas entre os componentes curriculares do currículo básico e as metodologias correspondentes, integrando teoria e prática para melhor assimilação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula;
- II.** leitura e discussão de estudos de casos nos quais os estudantes discutem temas inovadores e polêmicos presentes na literatura recomendada para o componente curricular;
- III.** aulas que simulam situações-problema, estimulando a análise e a síntese de pensamento;
- IV.** criação de projetos que envolvem o desenvolvimento dos conceitos, procedimentos e métodos pertinentes aos componentes curriculares da área técnica com visão da prática;
- V.** seminários e semanas de estudos envolvendo palestras nas diferentes áreas dos cursos oferecidos pelo UNIPAC;
- VI.** visitas técnicas a empresas e organismos locais para verificar *in loco* situações que tenham estreita relação com o conhecimento adquirido em sala de aula; e
- VII.** elaboração dos relatórios das visitas realizadas.



3.4.3 A Transversalidade

O currículo do curso Publicidade e Propaganda foi elaborado tendo como base a perspectiva apontada no Parecer CNE/CP nº 14/2012¹³ segundo a qual

O currículo institui e é instituído na prática social, que representa um conjunto de práticas que proporcionam a produção, a circulação e o consumo de significados no espaço social, que contribuem, intensamente, para a construção de identidades sociais, culturais, ambientais.

Nesta perspectiva o currículo representa, portanto, possibilidades de criação, organização e ampliação de experiências de aprendizagem que promovem o desenvolvimento de competências e habilidades dos alunos.

Os temas transversais oportunizam que a interdisciplinaridade aconteça no currículo dos cursos. Conforme consta do Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação presencial e a distância¹⁴, aprovado em outubro de 2017, a interdisciplinaridade se define como

Concepção epistemológica do saber na qual as disciplinas são colocadas em relação, com o objetivo de proporcionar olhares distintos sobre o mesmo problema, visando a criar soluções que integrem teoria e prática, de modo a romper com a fragmentação no processo de construção do conhecimento.

Segundo Oliveira, a Transversalidade

diz respeito principalmente à dimensão da didática, à possibilidade de se estabelecer uma relação entre aprender conhecimentos teoricamente sistematizados (aprender na realidade e da realidade) e, incluir esse trabalho no currículo escolar de forma a ser aprofundado ao longo da escolaridade.

Assim, alguns temas, devido a sua complexidade e natureza diferente das áreas convencionais, não podem ser tratados de forma isolada, não sendo suficiente a abordagem por apenas uma área do conhecimento. Esses temas normalmente tratam de questões sociais, de ampla abrangência.

São tratados de modo transversal, contínuo e permanente no currículo do curso de Publicidade e Propaganda os seguintes temas: História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, Educação Ambiental e em Direitos Humanos.

Tais temas são contemplados também como conteúdos, respectivamente, nos seguintes componentes curriculares: Nivelamento história do Brasil, Filosofia, Sociologia, Educação Ambiental, Agência Experimental, Estética em Publicidade e Propaganda, Semiótica, Comportamento do Consumidor, e Pesquisa em Publicidade e Propaganda.

3.4.4 Acessibilidade Metodológica

As metodologias e técnicas de aprendizagem são priorizadas, por meio de adaptações curriculares de conteúdos programáticos, nos Projetos Pedagógicos dos Cursos. A Comunidade Acadêmica, em especial os professores, concebem o conhecimento, a avaliação e a inclusão educacional, promovendo processos de flexibilização curricular e do tempo e a utilização de recursos a fim de viabilizar a aprendizagem de estudantes com deficiência. Promove ainda a comunicação intermediada por tradutores e intérpretes, além de auxiliar nos aspectos operacionais das atividades educacionais. Atenta às demandas específicas das pessoas com necessidades especiais, a IES promove atendimento prioritário a este público.

Além da adaptação do espaço físico e das instalações, ajusta a matriz curricular dos Projetos Pedagógicos incluindo o componente curricular Libras como obrigatório ou optativo nos cursos de graduação conforme o previsto no Decreto nº 5.626/05. A atenção específica a esses estudantes desenvolve-se, primeiramente, no sentido de atender aos seguintes requisitos:

- a) Para alunos com deficiência física:** adequação e adaptação do acesso às dependências da Ies através de rampas, banheiros adaptados e mobiliário adaptados;
- b) Para alunos com deficiência visual:** na Biblioteca, no caso de alunos deficientes visuais matriculados, é disponibilizado um computador com programa específico instalado (Dosvox) que permite que um texto seja transformado em arquivo audível e transferível para os endereços eletrônicos dos alunos, possibilitando-lhes fazer uso dos mesmos no momento de sua conveniência. O sistema Dosvox permite que deficientes visuais utilizem um microcomputador comum (PC) para desempenhar uma série de tarefas, adquirindo assim independência no estudo e no trabalho;
- c) Para alunos com deficiência auditiva:** visando atender plenamente o aluno portador de deficiência auditiva, tem como política estabelecer convênios com instituições que possuem profissionais intérpretes da língua de sinais - Libras. Na ocorrência de demanda será feito um contato junto à Federação Nacional de Educação e Integração de Surdos - FENEIS para obter orientações dos procedimentos que a Ies poderá adotar para atender satisfatoriamente o aluno, sendo que em caso de demanda a IES garante que os alunos com deficiência auditiva contem com apoio permanente de um intérprete de libras, a ser contratado pela IES, sem nenhum tipo de custo adicional para o aluno;
- d) Para alunos portadores do Transtorno do Espectro Autista:** A IES se comprometerá a buscar meios para facilitar o convívio em sociedade, valorizando o conhecimento que esses alunos trazem, ao invés de enumerar o que as falta. Assim o Núcleo de Acessibilidade buscará realizar intervenções pedagógicas que deverão ser pautadas inicialmente nos aspectos do ensino e da aprendizagem, no que diz respeito ao desenvolvimento cognitivo, vinculados à familiarização com o ambiente, ao melhor domínio da rotina educativa, ao estabelecimento de vínculos e estratégias de



comunicação e à destinação social na IES, visando o desenvolvimento das atitudes e posturas pessoais como fator facilitador ao processo de ensino-aprendizagem em sala de aula. No que diz respeito ao desenvolvimento pedagógico, a IES recomenda propiciar ao estudante com Autismo: oportunidades pedagógicas de construção de conduta e participação por meio de seus pares (metacognição); oportunidades de elaboração de estratégias no cotidiano do ensino: organização da comunicação e organização do estudo (regulação e autorregulação); elaboração de recursos e organização da rotina, de acordo com as peculiaridades de cada aluno e de cada curso. Institucionalmente, é previsto o atendimento educacional especializado como forma de apoio à aprendizagem desse estudante, por meio de: Programa de tutoria e/ou monitoria, utilização de comunicação complementar ou alternativa, por meio de recursos de tecnologia assistiva e da informática. Sendo que para garantia do direito à educação e ao ensino profissionalizante, conforme preconizado no inciso IV, alínea a, do artigo 3º da Lei nº 12.764/2012, a IES efetuará a matrícula dos estudantes com Transtorno do Espectro Autista nas classes comuns de ensino regular, assegurando o direito à acompanhante de apoio desde que comprovada sua necessidade, sem nenhum custo adicional aos alunos;

- e) **Recursos didáticos-pedagógicos:** Entre outros recursos didático-pedagógicos para o deficiente auditivo a Ies oferece: aulas expositivas; atividades em grupo; confecção de materiais didáticos; trabalho com relatos reais; vídeos didáticos; textos da referência bibliográfica e avaliações;
- f) **Recursos tecnológicos:** Quanto aos recursos tecnológicos e equipamentos a Faculdade disponibiliza: Data-Show; DVD's e Microsystem;
- g) **Com relação às atividades afins:** Requisição de acervo bibliográfico para a Biblioteca da Ies; viabilização da comunicação entre usuários e não usuários de Libras; apoio no uso e difusão de Libras no universo escolar, através da confecção e disponibilização de cartazes na Instituição e acompanhamento das atividades pedagógicas desenvolvidas em parceria com os demais profissionais da Faculdade, na perspectiva do trabalho colaborativo e comunidade escolar, quando necessário, em consonância com o que está determinado em cada Projeto Pedagógico;
- h) **Componente curricular LIBRAS:** O Componente Curricular “LIBRAS” é obrigatório nos cursos de Licenciatura e optativo no curso de Bacharelado, com carga horária total de 40h (quarenta horas). As atividades possuem cunho teórico-metodológico que contemplam a Legislação sobre o ensino de LIBRAS no Brasil, ou seja, o vocabulário em Língua Brasileira de Sinais. Os aspectos metodológicos do ensino da Língua de Sinais como segunda língua preveem, ainda, atividades práticas para o ensino da mesma.

3.4.5 Compatibilidade de carga horária total

A carga horária do curso é computada em horas relógio, conforme definido pela Resolução CNE/CES nº 03/2007, e pelo parecer CNE/CES 261/2006, que instituiu o mínimo de duzentos (200) dias letivos por ano, de efetivo trabalho acadêmico, por meio de preleções, aulas expositivas, atividades práticas tais como:



laboratórios, atividades em biblioteca, atividades de iniciação científica, trabalhos individuais e em grupo e práticas de ensino.

Demonstrativo da carga horária (horas relógio) distribuída ao longo do percurso formativo.

Componente Curricular	Carga Horária
Disciplinas teóricas/práticas	2000 horas
Atividades Complementares	80 horas
Extensão	280 horas
Trabalho de Conclusão de Curso	80 horas
Estágio Supervisionado	260 horas
Total	2700 horas

3.4.6 A articulação entre a Teoria e a Prática

*“Teoria: quando se sabe como funciona, mas nada funciona ...
Prática: é quando tudo funciona, mas não se sabe por quê ...
Separando Teoria e Prática: nada funcionará, e não se saberá por quê...”
(Anotação anônima encontrada na COPPE/UFRJ)*

Teoria e prática são dois termos correntes no curso de Publicidade e Propaganda e vêm sendo utilizados para distinguirem: “aula em sala de aula” de “aula em laboratório”; “fundamentos” de “exercícios”; “conteúdos básicos” de “conteúdos profissionalizantes”; “fundamentos que são utilizados para a solução de problemas” das “atividades de resolução dos mesmos”; e ainda são usados para distinguirem “atividade acadêmica” de “atividade profissional”; e “formação na escola” de “experiência na empresa”; entre outros.

A organização dos cursos reforça essa dissociação entre teoria e prática, ao separar, na maioria das vezes, as aulas teóricas das aulas práticas, inclusive as de exercícios, e não é incomum encontrar estas aulas cada uma com um professor diferente. Verifica-se ainda que estas são ministradas geralmente em uma sequência, tida como lógica e inquestionável: primeiro a parte teórica e depois a parte prática. Também outras atividades, como atividades complementares, estágios, trabalhos de final de curso são separadas organizacional e academicamente das atividades intrínsecas às disciplinas do curso. Ou seja, além de se registrar uma falta de integração entre as disciplinas do curso na estrutura curricular, verifica-se, também, uma desintegração dentro das próprias disciplinas com separações entre as chamadas partes teóricas e as partes práticas. Isto, especialmente em disciplinas básicas relacionadas com fenômenos e conceitos importantes para a formação profissional, acaba por produzir “uma alienação entre teoria e prática, entre conceito e fenômeno e entre ciência e realidade”.



Visto que a teoria e a prática permeiam desde os tópicos das disciplinas, distinguem diversas outras atividades acadêmicas e ainda separam as atividades acadêmicas das profissionais, marcando sobremaneira as ligadas à formação em publicidade, ao elaborar o currículo do curso O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos de Barbacena **considerou a teoria e a prática como dimensões comuns inseridas na educação em publicidade e propaganda**. Ao considerá-las como dimensões, não se quer centrar na quantificação ou na mensuração das mesmas; o que se pretende é ter um tratamento em que prevaleça o viés qualitativo destas.

Posto isso, é possível elencar algumas vantagens da contextualização do modelo integrado entre teoria e prática proposto pela Ies, a saber:

- A possibilidade de o aluno, ao cursar uma disciplina, ter a oportunidade de, simultaneamente, identificar o conteúdo da mesma em um ambiente prático e a sua aplicação em um projeto em termos reais;
- Ao identificar o conteúdo e a aplicação de uma disciplina em um projeto em desenvolvimento o aluno terá a oportunidade de verificar as relações e interfaces que este conteúdo tem com os demais conteúdos inerentes à publicidade, assim como as relações sociais e organizacionais que ocorrem em torno do mesmo;
- A criação de um referencial concreto para o entendimento das possibilidades e das restrições que estão contidas nos diversos conteúdos do curso.

Assim a Ies visa conscientizar seus alunos do que é a aplicação prática em termos reais dos conteúdos aplicados de forma teórica, pois só assim o mesmo terá condições de contextualizar o conhecimento (teórico e prático) e de se apropriar do conhecimento mais técnico da Publicidade e Propaganda.

É importante estabelecer, também, que a Ies adota, sempre que possível, o que hoje é conhecido como “estudo de caso”, disponibilizado na literatura. Os estudos de caso, geralmente são realizados sobre casos reais; no entanto, totalmente fora do contexto temporal e, muitas vezes, espacial, de onde o “caso” realmente ocorreu. Geralmente os personagens e locações são mudados, por motivo de sigilo das fontes ou por exigência da organização onde o caso se deu. Prevê-se também a interação entre os alunos e o contexto de aplicação do conteúdo que for objeto.

O curso também promove a articulação entre teoria e prática através de ações de atendimento à sociedade, realização de atividades práticas em sala de aula e em outros ambientes acadêmicos que permitem a aplicação concreta de conceitos teóricos em situações similares aos reais, de modo a propiciar o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para a profissão.

3.4.7 Elementos e Práticas Inovadoras

O padrão de ensino tradicional já não funciona bem. Vivemos em um período de transição, em que muitos professores sentem dificuldade em atender às necessidades da nova geração de alunos e inovar em sala de aula. De forma mais clara, estamos mudando de um modelo centralizador para um modelo colaborativo de ensino.



Os erros passam a ser um caminho para o acerto, e não o determinante entre o sucesso e o fracasso. A padronização do ensino é derrubada para dar espaço à personalização. Assim o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos de Barbacena valoriza um modelo de ensino baseado no desenvolvimento de novas habilidades nos estudantes, como o pensamento crítico, a empatia, a comunicação, a liderança, a ética, entre outras, que são mundialmente conhecidas como competências do século XXI.

A Ies sabe muito bem de tudo isso e busca facilitar o trabalho do professor nessa transição. O computador, com um bom sistema educacional, é uma ótima ferramenta para transformar a sala de aula em um verdadeiro território da aprendizagem. Para tal, são utilizadas técnicas que abrem espaço para a colaboração; valorização de competências e conhecimento no lugar de informação; construção de dinâmicas de simulação, com o propósito de aumentar a motivação das pessoas envolvidas e uso da tecnologia no aprendizado.

Porém, existem outros meios de inovar e que podem ser feitos sem o uso do computador. Usando a gamificação, podemos implementar essas grandes mudanças na educação que tanto motivam os alunos. Gamificação é um termo que começou a ganhar popularidade em 2010, mas que já era utilizado de diversas formas há muitos anos. Trata-se da utilização de elementos e técnicas de jogos em contextos que não são jogos, com o propósito de aumentar a motivação das pessoas envolvidas e resolver os problemas dessa realidade. Mas não se pode confundir jogos educacionais com gamificação, razão pela qual apresentamos as principais técnicas inovadoras de gamificação que são utilizadas no curso de Publicidade e Propaganda:

Desta forma, durante a formação do futuro publicitário, o UNIPAC adota as seguintes práticas exitosas e que são claramente voltadas para a promoção de oportunidades de aprendizagem alinhadas ao perfil do egresso.

Desenvolvimento de metodologias ativas utilizando sala de aprendizagem ativa: A sala de aprendizagem ativa é dotada de equipamentos de informática e multimídia, favorecendo a aplicação de metodologias ativas como por exemplo a o Flipped Classroom (sala invertida) que permite o desenvolvimento da capacidade de pesquisa, leitura e compreensão de forma dinâmica.

Valorização de competências e conhecimento no lugar de informação: Estudantes precisam muito mais de conhecimento do que de informação. A informação está disponível gratuitamente para qualquer pessoa com acesso à internet. Assim, os professores serão desestimulados a passar para os alunos trabalhos que podem ser feitos com uma simples busca no Google. Para isso, serão utilizadas as habilidades e técnicas de ensino estabelecidas pela UNESCO para o século XXI. A lista completa de habilidades será disponibilizada a todos os docentes no início de cada semestre letivo.

Construção de dinâmicas de simulação: Mostrar no dia a dia as possibilidades de aprendizado que fortalecem o conhecimento. E isso pode ser acompanhado e complementado por dinâmicas de simulação de determinadas atividades práticas. Esse exercício é aplicável tanto em atividades fora da escola quanto em sala de aula. Assim os professores são estimulados a programarem atividades nas quais os estudantes possam desempenhar um papel, sejam como engenheiros projetistas de



foguetes em uma aula de física, farmacêuticos em uma aula de química ou até mesmo soldados romanos formando uma falange em uma aula de filosofia. Possibilidades para inovar na sala de aula é que não faltam. E, mais uma vez, se puderem mesclar distintas disciplinas, mais enriquecedor torna-se o aprendizado.

Uso da tecnologia no aprendizado: Celulares, tablets, laptops, redes sociais, sites de buscas, plataformas diversas em 3D, vídeo games, entre outras ferramentas fazem parte do atual cotidiano dos estudantes. Assim ao invés de evitar o uso dessas tecnologias no âmbito escolar, deve-se aproveitar toda a potencialidade que elas apresentam para utilizar-se ao máximo as possibilidades de aprendizado. Jogos online que desenvolvam a capacidade lógico-matemática ou RPGs que estimulem os alunos a desenvolverem tarefas e encontrarem soluções a partir de desafios são boas alternativas para o ensino, podendo também ser ofertados como atividades extraclasse orientadas. As redes sociais também podem ser grandes aliadas na inovação do ensino. Com uma grande parcela da população conectada por meio delas, podemos criar grupos de estudo, projetos audiovisuais, disponibilizar conteúdos extras e interativos, programar eventos e montar chats em que os alunos podem se ajudar e tirar dúvidas.

Valorização do conhecimento de base: Sabe-se que os estudantes possuem uma forte tendência a não dar tanta atenção para algumas disciplinas das fases iniciais do curso ou que às vezes estão em áreas de menor interesse. Esse é um comportamento comum, mas muito prejudicial à formação, pois todo o curso de Publicidade e Propaganda começa ensinando a base, que é justamente o conteúdo que melhor precisa ser compreendido para que a sequência do aprendizado seja consistente. Assim, a IES busca desenvolver nos alunos o máximo interesse pelas disciplinas iniciais do curso, para entender integralmente o conteúdo proposto. Para isso, estimula os alunos a realizarem uma leitura prévia do conteúdo que será ministrado, de forma que fiquem mais bem preparados para aprender o que o professor irá ensinar, e a aula seja um espaço para esclarecimentos de dúvidas, debates e aprofundamento de estudos.

Desenvolvimento de estudos adicionais: O que determina o quanto o aluno irá aprender é seu próprio esforço. Portanto, os métodos de ensino não podem se prender somente naquilo que é ensinado em sala de aula. O aluno deve ser motivado a aprofundar-se naqueles temas, lendo sobre o conteúdo antes e após as aulas, para que amplie sua visão sobre o assunto. Para que isso ocorra o UNIPAC, conta com uma biblioteca virtual com mais de 12.000 títulos de diferentes temas e áreas de conhecimento, que o aluno pode acessar livremente de qualquer aparelho com acesso a internet, como também os professores serão estimulados a utilizarem o ambiente virtual de aprendizagem para disponibilizarem materiais complementares, exercícios de aprofundamento, artigos científicos e outros materiais para enriquecimento curricular. Desenvolvimento de estudos adicionais através de programas de monitorias presenciais e remotos: além do Programa de Monitoria presencial a IES oferta a Monitoria Virtual, visando ampliar o atendimento aos alunos com dificuldade de deslocamento, residentes em cidades distantes do Campus do UNIPAC Barbacena, bem como ao aluno trabalhador que não dispõe de tempo para frequentar atividades presenciais.

Desenvolvimento de projetos de extensão e projetos de iniciação científica de caráter prático: Os alunos são estimulados a trabalhar com professores que atuem



em projetos de extensão com a comunidade e envolverem-se em atividades que tenham relação com sua área de interesse. Muitas vezes, nesses projetos, os alunos têm contato com a rotina real de trabalho e têm a assessoria de seus professores para lhes orientar. Da mesma forma os alunos são estimulados a participarem de projetos de iniciação científica que tenham profunda relação com a prática, de forma a agregar experiências adicionais ao futuro publicitário.

Estímulo ao uso de softwares: Uma das grandes vantagens de usar um software é que ele permite que o aluno faça simulações de situações reais num ambiente virtual. Assim os alunos são estimulados a utilizarem programas específicos e laboratórios virtuais. O aluno conta ainda com laboratórios virtuais, ALGETC, disponibilizados no AVA, permitindo a repetição e aperfeiçoamento das práticas realizadas nos laboratórios da instituição.

3.4.8 Ementas e bibliografias

Disciplina: Design de Embalagens

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Análise sobre a importância da embalagem para a venda e identidade de um produto e, consequentemente, para a empresa que o fabrica. Elementos básicos de análise e crítica de embalagens, sua importância no processo de comunicação e propaganda, questões de sustentabilidade e sua relação com o mercado.

Bibliografia básica:

BERTOMEU, J. V. C. Criação na propaganda impressa. São Paulo: Futura, 2002.

DENIS, R.C. Uma introdução a história do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

GURGEL, Floriano do Amaral. Administração da embalagem. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

Bibliografia complementar:

BAER, L. Produção gráfica. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2002.

BELLOUR, R. Entre-imagens: foto, cinema, vídeo. Campinas: Papirus, 1997.

CESAR, N. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2001.

COLLARO, A.C. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. 4^ªed. São Paulo: Summus, 2000.

Disciplina: Design de Embalagens - Extensão

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Atividades e ações de interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social, que tenham como objetivo a produção de mudanças nos diversos setores da sociedade. Ações orientadas e definidas em projeto de extensão institucional correlacionado com a área do curso e desenvolvidas pelos estudantes.



Bibliografia básica:

BERTOMEU, J. V. C. Criação na propaganda impressa. São Paulo: Futura, 2002.
DENIS, R.C. Uma introdução a história do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.
GURGEL, Floriano do Amaral. Administração da embalagem. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

Bibliografia complementar:

BAER, L. Produção gráfica. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2002.
BELLOUR, R. Entre-imagens: foto, cinema, vídeo. Campinas: Papirus, 1997.
CESAR, N. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2001.
COLLARO, A.C. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. 4^aed. São Paulo: Summus, 2000.

Disciplina: Mídias Sociais

Carga Horária: 80 horas

Ementa: Administração e gestão de redes sociais. Cibercultura. Planejamento, uso e monitoramento de redes sociais. Ferramentas colaborativas. Mídias sociais em organizações e sua importância. Mídias sociais e marketing. Mineração e análise de opiniões. Chatbots e atendimento. Estratégias, tendências e narrativas para atingimento de público.

Bibliografia Básica:

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paze Terra, 1999.
LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: 34, 1999.
MORAIS, Felipe. Planejamento estratégico digital. São Paulo: Saraiva, 2015.

Bibliografia Complementar:

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 1993.
NEGROPONTE, Nicholas. A vida digital. Tradução de Sérgio Tellaroli. 2^aed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
NICOLI-DA-COSTA, Ana Maria. Na malha da rede: os impactos íntimos da internet. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.
SHIMP, Terence A. Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. 5^aed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

Disciplina: Legislação e Ética em Publicidade e Propaganda

Carga horária: 40 horas

Ementa: Conceito e Ética. Regulamentação da profissão. Legislação aplicável ao exercício da profissão e aplicações nas áreas que tenham restrições no que se refere à criação publicitária. Organização sindical e trabalhista da área. Código de Autorregulamentação Publicitária. Direitos do consumidor e Direito Autoral. Dominação e processo social.

Bibliografia Básica:

Associação Brasileira para a Proteção dos Direitos Editoriais e Autorais -ABPDEA. O que é direito autoral: o que é a lei do direito autoral; o que é permitido; o que é crime, definido pela lei do direito autoral; quais as sanções. s.l: ABPDEA, [199--].



BRASIL. Constituição, 1988. Constituição da República Federativa do Brasil. 45^aed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2011.

DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro: teoria geral do direito civil. 26.ed. ref. São Paulo: Saraiva, 2009.

Bibliografia Complementar:

ANDRÉ, Alberto. Ética e códigos da comunicação social. 4.ed.rev., ampl. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. 134p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PARA A PROTEÇÃO DOS DIREITOS EDITORIAIS-69-AUTORAIS-ABPDEA. O que é direito autoral / O que é a Lei do direito autoral / O que é permitido / O que é crime, definido pela Lei do Direito autoral / Quais as sanções.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Sistema nacional de defesa do consumidor: avaliação e perspectivas. Brasília: Centro de Documentação e Informação, 2001. 185p. il. (Ação Parlamentar, n.159). ISBN 85-7365-163-6. "Seminário realizado na Câmara dos Deputados pela Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, no dia 29 de novembro de 2000.

GIACOMINI FILHO, Gino. Consumidor versus propaganda. São Paulo: Summus, 1991.

SANCHEZ VAZQUEZ, Adolfo. Ética. Tradução de João Dell'Anna. 22.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. 302p.

Disciplina: Comunicação Empresarial

Carga horária: 40 horas

Ementa: Conhecimentos dos aspectos ligados às teorias clássicas da Comunicação Social e de Marketing, bem como na promoção da comunicação interna das empresas como na consolidação da identidade social destas no mercado. Gerenciamento das informações; elaboração e promoção da comunicação com a imprensa e a mídia em geral; gerenciamento do fluxo de informações com os públicos interno e externo. Criação de referências comunicacionais na empresa como jornais internos e externos, sites, bem como planejamento e execução de eventos empresariais e pesquisas.

Bibliografia Básica

MEDEIROS, João Bosco. Redação empresarial. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. O que é comunicação empresarial. São Paulo: Brasiliense, 1995.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. Comunicação empresarial e institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 5.ed. São Paulo: Summus, 1986.

Bibliografia Complementar

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: Teoria e pesquisa. Barueri, São Paulo: Manole, 2003.

CAHEN, Roger. Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial: a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing. 9.ed. São Paulo: Best Seller, 2003.

KESTENBAUM, Normann. Obrigado pela informação que você não me deu!. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. - REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. Jornalismo empresarial: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1984.



SCHULER, Maria (Coord.). *Comunicação estratégica*. São Paulo: Atlas, 2004.

Disciplina: Criação Publicitária Impressa e Eletrônica

Carga horária: 80 horas

Ementa: Características de produção em RTV. Uso dos elementos e linguagem radiofônica e televisiva. Estudo de locução e Background. Gravação, edição e transmissão em RTV. Confecção de roteiros publicitários e aprendizagem sobre o uso do tempo propagandístico nas mídias.

Bibliografia Básica:

PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1989.

RIBEIRO, Júlio et al. *Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1989.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a rádio fusão no Brasil e no mundo*. 2.ed. São Paulo: Harbra, 1999.

Bibliografia Complementar:

CORRÊA, Roberto. *Planejamento de propaganda*. Revisão de Maria Aparecida V. Ferraz. 6.ed. São Paulo: Global, 1998.

DOMINGOS, Carlos. *Criação sem pistolão: segredos para você se tornar um grande criativo*. 2.ed. Rio de Janeiro: Negócio, 2003.

SANT'ANA, Armando. *Propaganda: teoria-técnica-prática*. 7.ed.rev. e atual. São Paulo: Pioneira, 1998.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. *A linguagem da propaganda*. Tradução de João Alves dos Santos. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Disciplina: Filosofia

Carga horária: 40 horas

Ementa: A filosofia como antropologia filosófica. O fenômeno humano estudado a partir da questão do conhecimento: definição, possibilidade, origem e tipos de conhecimento. A filosofia em busca da compreensão do ser humano: as concepções do ser humano na história antiga, medieval, moderna e contemporânea e uma abordagem sistemática do ser humano, desde suas estruturas e relações fundamentais, passando pela compreensão da realização humana e culminando na compreensão do ser humano como pessoa. Etnocentrismo. A questão racial como tema da identidade nacional. As revisões acerca da identidade étnico-racial. Relações raciais e miscigenação. Cultura e Ideologia. Noções de Direitos Humanos.

Bibliografia básica:

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando: introdução à filosofia*. 2.ed. rev. atual. São Paulo: Moderna, 1993. 395 p. 05

CHAUI, Marilena. *Convite a filosofia*. 12.ed. São Paulo: Ática, 2002. 440 p.10

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. Tradução de Pola Cevelli. 5.ed. São Paulo: Perspectiva, 2000. v.52. 179p.



Bibliografia complementar

- ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. Temas de filosofia. 3.ed. rev. São Paulo: Moderna, 2005. 344 p.
- GRAMSCI, Antônio. Cadernos do cárcere: Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. Tradução de Luiz Sérgio Henriques, Marco Aurélio Nogueira e Carlos Nelson Coutinho. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. v.3. 428p.
- MAGEE, Bryan. História da filosofia. Tradução de Marcos Bueno. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2001. 240p.
- PEREIRA, Helder Rodrigues. Filosofia. Barbacena: UNIPAC, 2016.
- PRADO JUNIOR, Caio. O que é filosofia. São Paulo: Brasiliense, 1981. v.37. 104p.
- REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. História da filosofia: antiguidade e Idade Média. 7. Ed. São Paulo: Paulus, 1990. V. 1. 694p.

Disciplina: Ciência Política

Carga horária: 40 horas

Ementa: Introdução à Ciência Política: poder político e líder político. Metapolítica: saber-poder; do pensamento político antigo à política de pós-guerra. Micropolítica: a formação e o papel das lideranças, partidos políticos. Macropolítica: formas de governo, formas de estado, sistema de governo, regime político, direito natural e direito positivo, poder constituinte, relações internacionais. Nunciopolítica: a comunicação política, marketing político, instrumentos da nunciopolítica, retórica, neblina midiológica. Engenharia Política. Gerenciamento Político: cenário político; eleições; reforma político eleitoral. Política internacional: soberania do Estado e super macropolítica.

Bibliografia básica:

- ANDRADA, B. Ciência política: ciência do poder. São Paulo: LTr, 1998. 191p.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>
- DALLARI, D. A. Elementos de Teoria Geral do Estado. 30. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Bibliografia complementar:

- ANDRADA, B. Elementos de Ciência Política. Brasília: Câmara dos Deputados, 2003. 174p.
- ARISTÓTELES. Política. São Paulo: Martim Claret, 2004.
- DAU, S; DAU, A. G. Bonifácio de Andrada e o Método Descritivo-Referencial. USA: Kindle Direct Publishing, 2020. 214p.
- MAAR, Wolfgang Leo. O que é política. 16.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. v.54. 109p.
- MALUF, Sahid. Teoria geral do estado. 31.ed. São Paulo: Saraiva, 2014. 421p.

Componente Curricular: Nivelamento – Português

Carga horária: 20h

Ementa: Conteúdo de Língua Portuguesa do Ensino Médio.



Bibliografia básica:

- MARTINS, Dileta Silveira; Zilberknop, Lúbia Scliar. Português Instrumental. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. ISBN 9788597020113. [e-book]
- MUNIZ, Waldson. Português para concursos. Rio de Janeiro: Método, 2014. ISBN 978-85-309-5944-9. [e-book]
- SANTOS, Darlan Roberto dos. Nivelamento: Português. Barbacena: UNIPAC, 2016. 15 p. (APOSTILA ONLINE)

Bibliografia complementar:

- CUNHA, Celso; CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo: de acordo com a nova ortografia. 6.ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2013.
- JAMILK, Pablo. Português sistematizado. Rio de Janeiro: Método, 2019. ISBN 9788530988296. [e-book]
- MARTINO, Agnaldo. Português. São Paulo: Saraiva, 2019. ISBN 9788553617456. [e-book]
- MEDEIROS, João Bosco. Português instrumental. São Paulo: Atlas, 2013. ISBN 9788522485598. [e-book]
- TERCIOTTI, Sandra. Português na prática. São Paulo: Saraiva, 2016. ISBN 978-85-472-0115-9. [e-book]

Disciplina: Promoção de Vendas

Carga horária: 80 horas

Ementa: A promoção de vendas como ferramenta do marketing. Determinações de estratégicas e táticas de promoção para o mercado de produtos e serviços. O poder do Ponto de Venda. O Merchandising visual e suas aplicações no varejo presencial e digital. Elementos da Promoção de Vendas Monetárias e Não Monetárias.

Bibliografia básica:

- KOTLER, Philip. Princípios de marketing. 9^ªed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
- MUYLAERT, Roberto. Marketing cultural e comunicação dirigida. 5^ªed. São Paulo: Globo, 2000.
- PINHO, J.B. Comunicação em marketing: princípios de comunicação mercadológica. 6^ªed. Campinas: Papirus, 2002.

Bibliografia complementar:

- CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. 4^ªed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- COBRA, Marcos. Marketing básico: uma abordagem brasileira. 4^ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2017.
- LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Cengage Learning, 2014. ISBN 9788522113026.
- PINHO, J.B. O poder das marcas. São Paulo: Summus, 1996.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação. São Paulo: Summus, 1985.



SOARES, Alfredo. A melhor estratégia é atitude: Bora Vender. São Paulo: Editora Gente, 2019.

Disciplina: Arquitetura de Marcas

Carga horária: 80 horas

Ementa: O branding na construção, estratégias e manutenção das marcas no mercado. Sempre analisando o contexto econômico e o segmento da área de atuação.

Bibliografia básica:

BRASIL. Código de Propriedade Industrial: e legislação complementar - Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 - direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Bauru: Edipro, 2003.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

WHEELER, Alina. Design de identidade da marca. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Bibliografia complementar:

ARNHEIM, Rudolf. Arte e Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora: nova versão. São Paulo: Pioneira, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1995.

BRASIL. Lei da Propriedade Industrial (Lei Nº 9279/1996). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>

BUGAY, Edson Luiz; ULBRICHT, Vânia Ribas. Hipermídia. Florianópolis: Visual Books, c 2000.

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. Branding + Design: a estratégia na criação de identidades de marca. São Paulo: SENAC, 2016.

DENIS, Rafael Cardoso. Uma introdução a história do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

FRUTIGER, Adrian. Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. São Paulo: Pearson, 2006.

LINDSTROM, Martin. Small Data: Como poucas pistas indicam grandes tendências. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2016.

ROSA, Mário. A Era do Escândalo. São Paulo: Geração Editorial, 2008.

TOMIYA, Eduardo Heiji. Branding analítico. São Paulo: Atlas, 2014.

Disciplina: Mídia

Carga horária: 40 horas

Ementa: Definição do que é mídia. Estrutura das principais atividades de mídia. Principais termos e técnicas. Índices de audiência domiciliar e individual e suas aplicabilidades. Frequência, Frequência Média, Cobertura e Penetração de audiência. Audiência, vantagens e desvantagens dos principais meios e veículos de mídia para a mensagem publicitária. Levantamento e análise de dados sobre as técnicas do GRP. Os principais meios de comunicação. Planejamento de Mídia (frequência das inserções, orçamentos, estratégias criativas, mídias alternativas, mídias impressas, eletrônicas, digitais e emergentes) como estratégia de uma boa campanha. O briefing de mídia. Negociação em mídia e a publicidade na TV brasileira.



Bibliografia básica:

BARBAN, Arnold M; CRISTOL, Steven M; KOPEC, Frank J. A essência do planejamento de mídia: um ponto de vista mercadológico. Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Nobel, 2001.

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí!. São Paulo: Saraiva, 2010.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3^ªed. São Paulo: Atlas, 1989.

Bibliografia complementar:

NAKAMURA, Rodolfo. Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática. 1^ªed. São Paulo: Farol do Norte, 2009.

PAIVA, Edson. Projeto experimental de propaganda. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

SAMPAIO. Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3^ªed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANT'ANNA, Armando; Rocha Junior, Ismael Garcia, Luiz Fernando Dabul. Propaganda. São Paulo: Cengage Learning, 2016. ISBN9788522123964.

TAMANAHA. Paulo. Planejamento de Mídia: teoria e experiência. 2^ªed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

Disciplina: Mídia - Extensão

Carga horária: 40 horas

Ementa: Atividades e ações de interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social, que tenham como objetivo a produção de mudanças nos diversos setores da sociedade. Ações orientadas e definidas em projeto de extensão institucional correlacionado com a área do curso e desenvolvidas pelos estudantes.

Bibliografia básica:

BARBAN, Arnold M; CRISTOL, Steven M; KOPEC, Frank J. A essência do planejamento de mídia: um ponto de vista mercadológico. Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Nobel, 2001.

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí!. São Paulo: Saraiva, 2010.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3^ªed. São Paulo: Atlas, 1989.

Bibliografia complementar:

NAKAMURA, Rodolfo. Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática. 1^ªed. São Paulo: Farol do Norte, 2009.

PAIVA, Edson. Projeto experimental de propaganda. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

SAMPAIO. Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3^ªed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANT'ANNA, Armando; Rocha Junior, Ismael Garcia, Luiz Fernando Dabul. Propaganda. São Paulo: Cengage Learning, 2016. ISBN9788522123964.

TAMANAHA. Paulo. Planejamento de Mídia: teoria e experiência. 2^ªed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.



Disciplina: Sociologia

Carga horária: 40 horas

Ementa: A sociologia como ciência e o ser humano como um ser social, imerso na organização social, vivendo sob os padrões sociais da estrutura, da cultura e das instituições sociais, bem como um ser dotado de um “Eu” e de uma mente, um ser simbólico, capaz de intervir e transformar a realidade social. O indivíduo e a sociedade face à questão da desigualdade social, dos processos sociais e da mudança social.

Bibliografia Básica:

BAUMAN, Zygmunt; MAY, Tim. Aprendendo a pensar com a sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
SAHLINS, Marshall. Cultura e razão prática. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
TEIXEIRA, Vilma L. Rodrigues. Sociologia. Barbacena, 2016.

Bibliografia Complementar:

BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
DEMO, Pedro. Introdução à sociologia. São Paulo: Atlas, 2002.
ELIAS, Norbert. Mozart, sociologia de um gênio. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
FERREIRA, Delson. Manual de sociologia. São Paulo: Atlas, 2010.
GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

Componente Curricular: Nivelamento Matemática

Carga horária: 20h

Ementa: Conteúdos de Matemática do Ensino Médio.

Bibliografia básica:

- QUILELLI, Paulo. Matemática para concursos. São Paulo: Saraiva, 2015.
- MIRANDA DE PAULA, Grace Marisa. Nivelamento: matemática. Barbacena: UNIPAC, 2016. 15 p. (apostila online)
- YAMASHIRO, Seizen; SOUZA, Suzana de Abreu Oliveira; TELLES, Dirceu D'Alkimin. Matemática básica. São Paulo: Blucher, 2014. ISBN 9788521207801. [e-book]

Bibliografia complementar:

- FAINGUELERT, Estela Kaufman; NUNES, Katia Regina Ashton. Matemática. Porto Alegre: Penso, 2012. ISBN 9788563899972. [e-book]
- HAZZAN, Samuel. Matemática básica para administração, economia, contabilidade e negócios. São Paulo: Atlas, 2021
- RATTAN, Kuldeep S.; KLINGBEIL, Nathan W. Matemática básica para aplicações de engenharia. Rio de Janeiro: LTC, 2017. ISBN 9788521633716. [e-book]
- SILVA, Sebastião Medeiros da; SILVA, Elio Medeiros da Silva, Ermes Medeiros da. Matemática básica para cursos superiores. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. ISBN 9788597016659. [e-book]
- SILVA, Sebastião Medeiros da; SILVA, Elio Medeiros da; SILVA, Ermes Medeiros da. Matemática: para os cursos de economia, administração e ciências contábeis. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999. v.1. 309 p. il. ISBN 85- 224-2208-7. [e-book]



Disciplina: Produção Publicitária TV

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Características da televisão como mídia publicitária e como formato de linguagem; Gêneros televisivos em publicidade; Processo de produção em tv; redação para roteiros; produção e edição de filmes publicitários.

Bibliografia básica:

BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

ECO, Umberto. TV: a transparência perdida in Viagem na Irrealidade Cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FIELD, Syd. Manual do roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

Bibliografia complementar:

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! São Paulo: Atlas, 2004.

PREDEBON, José. Curso de Propaganda - do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atllas, 2004.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda - teoria, técnica e prática. 7a. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

WATTS, Harris. Direção de câmera. Um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.

Disciplina: Produção Publicitária TV - Extensão

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Atividades e ações de interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social, que tenham como objetivo a produção de mudanças nos diversos setores da sociedade. Ações orientadas e definidas em projeto de extensão institucional correlacionado com a área do curso e desenvolvidas pelos estudantes.

Bibliografia básica:

BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

ECO, Umberto. TV: a transparência perdida in Viagem na Irrealidade Cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FIELD, Syd. Manual do roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

Bibliografia complementar:

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! São Paulo: Atlas, 2004.

PREDEBON, José. Curso de Propaganda - do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atllas, 2004.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda - teoria, técnica e prática. 7a. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

WATTS, Harris. Direção de câmera. Um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.



Disciplina: Inteligência Digital

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Produção de patentes. Processo de inteligência de mercado por meio da internet. Produção de Realidade Aumentada. Produção de Realidade Virtual. Produção de aplicativos móveis. Mineração de dados.

Bibliografia básica:

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. São Paulo: Zahar, 1999.

BRASIL. Código de Propriedade Industrial: e legislação complementar - Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 - direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Bauru: Edipro, 2003.

CUPANI, Alberto. Filosofia da tecnologia: um convite. Florianópolis: UFSC, 2016.

Bibliografia complementar:

JUNG, Timothy; TOM DIECK, Claudia. Augmented Reality and Virtual Reality: Empowering Human, Place and Business. Nova York: Springer, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2017.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1997.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Disciplina: Leitura e Produção de Textos

Carga horária: 40 horas

Ementa: Conceitos básicos de comunicação. Elementos da comunicação e suas funções. O que caracteriza um texto. Intertextualidades. Tipologias textuais: descrição, narração e dissertação. Técnicas de leitura e interpretação.

Bibliografia básica:

BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de comunicação escrita. 20.ed. São Paulo: Ática, 2002.

FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e coerência textuais. 9.ed. São Paulo: Ática, 2002. v.206. 104p. il. (Princípios, v.206).

SANTOS, Darlan Roberto dos. Leitura e interpretação de textos. Barbacena: UNIPAC, 2016.

Bibliografia complementar:

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Para entender o texto: leitura e redação. 17.ed. São Paulo: Ática, 2014.

HALMENSCHLAGER, Suellen de Lima Calvário. Material impresso e gêneros textuais. São Paulo: Erica, 2015.

KLEIMAN, Ângela. Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura. 9ed. Campinas: Pontes, 2004.

KOCH, Ingêdore Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. A coerência textual. 18.ed. São Paulo: Contexto, 2011. 118p.

VAL, Maria da Graça Costa. Redação e textualidade. São Paulo: Martins Fontes, 1999.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

Disciplina: Metodologia do Trabalho Científico

Carga horária: 40 horas

Ementa: A construção do conhecimento e o conhecimento científico. O método científico. As ações processuais da construção científica. As fases de construção do conhecimento científico: o planejamento e suas configurações; a pesquisa - tipos e procedimentos; a redação da pesquisa científica e as normas da ABNT; a submissão da pesquisa à comunidade acadêmica.

Bibliografia básica:

LEITE, Jussara Fernandes. Metodologia do trabalho científico. Barbacena, 2016.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2009, 2010, 2011, 2012.

Bibliografia complementar:

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. Metodologia científica. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. 242p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MINAYO, Maria Cecília de Souza et al (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 20.ed. Petrópolis: Vozes, 2002. 80 p. (Temas sociais).

OLIVEIRA, Rosy Mara (Org.). Manual para apresentação de trabalhos científicos: TCC's, monografias, dissertações e teses. 4.ed.rev. Barbacena: [s.n], 2014. 144p. il. Disponível em: <http://www.unipac.br/site/bb/guias/manual_de_normalizacao2014.pdf>

SORDI, José Osvaldo de. Elaboração de pesquisa científica. São Paulo: Saraiva, 2013.

Componente Curricular: Nivelamento História do Brasil

Carga horária: 20 horas

Ementa: História Política do Brasil: de Pedro Álvares Cabral a Jair Bolsonaro

Bibliografia básica:

- ANDRADA, Bonifácio José Tamm de. História política do Brasil: de Pedro Álvares Cabral a Jair Bolsonaro.

Belo Horizonte: Caravana Grupo Editorial, 2019. 135 p. il.color. ISBN 978- 65-901254-0-8.

- ANDRADA, Bonifácio José Tamm de. Vultos e fatos históricos. Brasília: Câmara dos Deputados. Centro de Documentação e Informação, 2013. 90 p.

- PEREIRA, Ligia Maria Leite; FARIA, Maria Auxiliadora. Presidente Antonio Carlos: um Andrade da República: o arquiteto da Revolução de 30. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998. 597 p. il. ISBN 85-209-0939-6.

Bibliografia Complementar:

- CARVALHO, André; BARBOSA, Waldemar. Breve história de Minas. Belo Horizonte: Lê, 1989. v.15. 75 p. (Pergunte ao José, v.15).



- D'ARAÚJO, Maria Celina Soares. O segundo governo Vargas 1951- 1954: democracia, partidos e crise política. 2.ed. São Paulo: Ática, 1992. 206 p. il. (Fundamentos 90). ISBN 85-08-04072-5
- DRUMMOND, Aristoteles. Minas. 5.ed. rev. atual. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 2006. 240p p. ilcolor. Inclui índice
- FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Org.). O Brasil republicano: o tempo do liberalismo excludente - da Proclamação da República à Revolução de 1930. 3.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. v.1. 446 p. ISBN 978-85-200-0622-1

Disciplina: Tecnologia Web

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Introdução às tecnologias web. HTML Hyper Text Markup Language. CSS – Cascading Style Sheets. Tópicos Especiais.

Bibliografia Básica:

ALVES, William Pereira. Desenvolvimento e design de sites. São Paulo: Erica, 2014.

MEMÓRIA, Felipe. Design para a internet: projetando a experiência perfeita. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

RAMALHO, José Antônio. HTML 4: a informação na medida certa. 5.ed. São Paulo: Berkekey, 2001.

Bibliografia Complementar:

DEITEL, H.M; DEITEL, P.J; NIETO, T.R. Internet e world wide web: como programar. Tradução de Edson Furmankiewicz. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DITTO, Christopher. Web master: soluções rápidas: suporte técnico certificado. Tradução da Ana Beatriz Tavares e Anna Beatriz de Castro Santos. São Paulo: Berkeley, 2000.

GONÇALVES, Edson. Desenvolvendo aplicações web com netbeans IDE 6. Rio de Janeiro: Ciência Moderna LTDA, 2008.

RADFAHRER, Luli. Design/web/design. s.l: São Paulo, 2000.

TOLENTINO, Ricardo José Vaz. Aplicações Webem XML: estágio atual e tendências futuras. Belo Horizonte: c/Arte, 2004.

Disciplina: Empreendedorismo

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Empreendedorismo: principais conceitos e características. A gestão empreendedora e suas implicações para as organizações. A Propriedade Intelectual: proteção da ideia e demais conceitos. O papel e a importância do comportamento empreendedor nas organizações. Intraempreendedorismo: o perfil dos profissionais empreendedores nas organizações. Investigar, entender e internalizar a ação empreendedora nas áreas de formação acadêmica dos discentes. Ênfase nos processos de autoconhecimento, perfil do empreendedor, criatividade, desenvolvimento da visão e identificação de oportunidades. Como apresentar as suas ideias de forma segura e arrebatadora, desenvolvendo um pitch irresistível. Criação e Elaboração de um Modelo de Negócios a partir da Metodologia do CANVAS.



Bibliografia básica:

- AFFONSO, Ligia Maria Fonseca; RUWER, Léia Maria Erlich; GIACOMELLI, Giancarlo. Empreendedorismo. Porto Alegre: SAGAH, 2019. ISBN 9788595028326.
- DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999, 2008.
- VELHO, Adriana Galli; GIACOMELLI, Giancarlo. Empreendedorismo. Porto Alegre: SER-SAGAH, 2017. ISBN9788595022492.

Bibliografia complementar:

9788522480937.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor. Tradução de Cláudio Ribeiro de Lucinda. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 334 p. il. ISBN 85-346-1274-9.

BRUNO-FARIA, Maria de Fátima; VARGAS, Eduardo Raupp; DE MARTÍNEZ, Albertina Mitjáns. Criatividade e inovação nas organizações. São Paulo: Atlas, 2013. ISBN CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo. São Paulo: Manole, 2012. ISBN 9788520438299.

KURATKO, Donald F. Empreendedorismo. São Paulo: Cengage Learning, 2018. ISBN 9788522125715.

TAJRA, Sanmya Feitosa. Empreendedorismo. São Paulo: Erica, 2014. ISBN 9788536513218.

Disciplina: Comunicação de Alta Performance

Carga horária: 40 horas

Ementa: Análise do Discurso. Expressão Verbal e Corporal. Processos de Redação e argumentação. Comunicação assertiva. Processos de retórica e convencimento.

Bibliografia básica:

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. São Paulo: Zahar, 1999.

BRASIL. Código de Propriedade Industrial: e legislação complementar - Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 - direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Bauru: Edipro, 2003.

CUPANI, Alberto. Filosofia da tecnologia: um convite. Florianópolis: UFSC, 2016.

Bibliografia complementar:

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paze Terra, 1999.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2017.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1997.

Disciplina: Estatística

Carga horária: 40 horas

Ementa: População, amostragem e amostra; Tipos de dados, variáveis; Estatística descritiva (medida de tendência central e de dispersão); Representação gráfica e interpretação de resultados Estatística inferencial (Teste de normalidade, teste t, qui-quadrado) e Correlação linear entre variáveis; Utilização do Microsoft Office Excel® para cálculos e representações gráficas.

Bibliografia básica:

- FONSECA, Jairo Simon da; Martins, Gilberto de Andrade. *Curso de estatística*. São Paulo: Atlas, 2012.
- JACQUES, Sidia M. Callegari. *Bioestatística*. Porto Alegre: Art Med, 2011.
- SPIEGEL, Murray R.; Stephens, Larry J. *Estatística*. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Bibliografia complementar:

- BARBETTA, Pedro Alberto; Reis, Marcelo Menezes Bornia, Antonio Cezar. *Estatística*. São Paulo: Atlas, 2010.
- CLARK, Jeffrey; Downing, Douglas. *Estatística aplicada*. São Paulo: Saraiva, 2010.
- LOCK, Robin H. Lock, Patti Frazer Morgan, Kari Lock Lock, Eric F. Lock, Dennis F. *Estatística*. Rio de Janeiro: LTC, 2017.
- SILVA, Ermes Medeiros da Silva, Elio Medeiros da Gonçalves, Valter Murolo, Afrânio Carlos. *Estatística*. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.
- VIRGILLITO, Salvatore Benito. *Estatística aplicada*. São Paulo: Saraiva, 2017.

Disciplina: Planejamento de Campanha

Carga Horária: 80 horas

Ementa: A propaganda no Mix de Marketing e a sua comunicação integrada. A função e modelos de planejamento como estratégia para a elaboração da campanha publicitária. Posicionamento do produto/marca e/ou serviço em relação ao mercado. Análise de público-alvo e elaboração do plano de propaganda. Utilização de pesquisas. Planejamento de custos e a da execução de campanha.

Bibliografia básica:

- CORRÊA, Roberto. *Planejamento de propaganda*. 8^a Ed. revi. e ampl. São Paulo: Global, 2002.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. *Comunicação empresarial e institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas*. 5^a ed. São Paulo: Summus, 1986.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 6^a ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

Bibliografia complementar:

- BARRETO, Roberto Menna. *Criatividade em Propaganda*. 10^a ed. São Paulo: Summus, 1982.
- RIBEIRO, Júlio et al. *Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- RODRIGUE, Cristiano Borges. *Planejamento de Campanha Publicitária. O passo a passo que ninguém segue*. 1^aed. São Paulo: Baraúna, 2010.
- SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*. 3^aed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- SANTANA, Armando. *Propaganda: teoria-técnica-prática*. 7^a ed. rev. e atual. São Paulo: Pioneira, 1998.
- TAHARA, Mizuho. *Mídia. Revisão de Maria A. V. Ferraz*. 7^aed. São Paulo: Global, 1998.



Disciplina: Semiótica

Carga horária: 40 horas

Ementa: Semiótica e linguística: conceito, principais modelos e aplicação ao campo da comunicação. Semiótica e interpretação: semiose e inferência; o horizonte hermenêutico das teorias da semiótica; a lógica da investigação e a gênese das tipologias semiótica. Semiótica e Filosofia da Linguagem. Aplicação das teorias relacionadas a semiótica na prática da Publicidade e Propaganda.

Bibliografia básica:

BARTHES, Roland. Elementos de semiologia. 14.ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. A troca simbólica e a morte. São Paulo: Loyola, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. Semiótica aplicada. São Paulo: Pioneira, 2002.

Bibliografia complementar:

BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 13.ed. São Paulo: Hucite, 2012.

NÖTH, Winfried. Panorama da semiótica: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 1995.

PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. São Paulo, Ed. Perspectiva, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. Comunicação e Semiótica. São Paulo, Hacker Editores, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção Primeiros Passos; v.103).

SAUSSURE, Ferdinand. Curso de linguística geral. Tradução de Antonio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. 22.ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

Disciplina: Semiótica - Extensão

Carga horária: 40 horas

Ementa: Atividades e ações de interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social, que tenham como objetivo a produção de mudanças nos diversos setores da sociedade. Ações orientadas e definidas em projeto de extensão institucional correlacionado com a área do curso e desenvolvidas pelos estudantes.

Bibliografia básica:

BARTHES, Roland. Elementos de semiologia. 14.ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. A troca simbólica e a morte. São Paulo: Loyola, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. Semiótica aplicada. São Paulo: Pioneira, 2002.

Bibliografia complementar:

BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 13.ed. São Paulo: Hucite, 2012.

NÖTH, Winfried. Panorama da semiótica: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 1995.

PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. São Paulo, Ed. Perspectiva, 2005.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

SANTAELLA, Lúcia. Comunicação e Semiótica. São Paulo, Hacker Editores, 2006.
SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção Primeiros Passos; v.103).
SAUSSURE, Ferdinand. Curso de linguística geral. Tradução de Antonio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. 22.ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

Disciplina: Educação Ambiental

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Introdução à educação ambiental. A crise ambiental e os problemas ambientais no Brasil e no mundo. Desenvolvimento sustentável. Saúde e meio ambiente. Gerenciamento de resíduos e de recursos hídricos. Legislações ambientais.

Bibliografia básica:

BARBOSA, Viviane Alves. Educação ambiental. Barbacena: UNIPAC, 2016.
DIAS, Reinaldo. Sustentabilidade: origem e fundamentos; educação e governança global; modelo de desenvolvimento. São Paulo: Atlas, 2015.
IBRAHIN, Francini Imene Dias. Educação ambiental: estudo dos problemas, ações e instrumentos para o desenvolvimento da sociedade. São Paulo: Erica, 2014.

Bibliografia complementar:

BARSANO, Paulo Roberto. BARBOSA, Rildo Pereira. Meio ambiente: guia prático e didático. 2. ed. São Paulo: Érica, 2013.
BRANCO, Samuel Murgel. O meio ambiente em debate. 3.ed. São Paulo: Moderna, 2004.
DIAS, Genebaldo Freire. Educação ambiental: princípios e práticas. 9.ed. São Paulo: Gaia, 2004.
PINOTTI, Rafael. Educação Ambiental para o século XXI: no Brasil e no mundo. 2.ed. São Paulo: Blucher, 2016.
SCHWANKE, Cibele. Ambiente: conhecimentos e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2013.

Disciplina: Direção de Arte (optativa)

Carga horária: 40 horas

Ementa: Evolução histórica da arte gráfica e do design e suas implicações nos elementos visuais de uma peça publicitária. Tendências nacionais. Aspectos avançados de Direção de Arte (peças específicas). O diretor de arte e seu relacionamento com os demais setores da agência. A contribuição do diretor de arte na mídia eletrônica. Desenvolvimento e apresentação de campanhas.

Bibliografia básica:

BARBOSA, G. RABAÇA, C. A. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
BERTOMEU, J. V. C. Criação na propaganda impressa. São Paulo: Futura, 2002.
DENIS, R. C. Uma introdução a história do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.



Bibliografia complementar:

- BAER, L. Produção gráfica. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- BELLOUR, R. Entre-imagens: foto, cinema, vídeo. Campinas: Papirus, 1997.
- CESAR, N. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2001.
- COLLARO, A. C. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. 4^aed. São Paulo: Summus, 2000.

Disciplina: Diagnóstico Empresarial (optativa)

Carga horária: 40 horas

Ementa: A importância do diagnóstico empresarial para as organizações. A visão sistêmica da empresa. Os ramos de atividades específicas. O contexto da consultoria. O profissional como consultor, as fases do projeto de consultoria. O planejamento estratégico da empresa-cliente. Projeto de desenvolvimento de consultoria acadêmica.

Bibliografia Básica:

- CROCCO, Luciano. Consultoria empresarial. São Paulo: Saraiva, ISBN9788502160743
- LOBOS, Júlio. Andando no limite: como dirigir a sua empresa de fora para dentro e em alta velocidade. São Paulo: Akron Books, 1998.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual de Consultoria empresarial. São Paulo: Atlas, 2015. ISBN 9788522499847.

Bibliografia Complementar:

- BERTI, Anélio. Diagnóstico empresarial: teoria e prática. São Paulo: Ícone, 2001. 207p. ISBN 852740642X
- COELHO, João. Diário de um consultor: consultorias em segredos. São Paulo: Atlas, 2013. 140p. ISBN 9788522481873
- FEITOSA, Marcos Gilson Gomes Feitosa; PEDREIRAS, Marcicleide (org) Consultoria organizacional. São Paulo: Atlas, 2010. 299 p. ISBN 9788522460656
- SANTOS, José Odálio dos. Análise de crédito. Rio de Janeiro: Atlas, 2015. ISBN 9788522496099
- WEOODJÚNIOR, Thomaz. Mudança organizacional. São Paulo: Atlas, 2009. ISBN 9788522466719

Disciplina: Libras: Língua Brasileira de Sinais (optativa)

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Surdez, Aspectos Históricos da Língua Brasileira de Sinais. Princípios básicos do funcionamento da Língua Brasileira de Sinais-LIBRAS. Educação bilíngue e sua influência no processo de aprendizagem e desenvolvimento da língua. Estrutura linguística em contextos comunicativos (diálogos curtos). Aspectos peculiares da cultura das pessoas surdas.

Bibliografia básica:

- Corrêa, Ygor Cruz, Carina Rebello. Língua brasileira de sinais e tecnologias digitais. Porto Alegre: Penso, 2019. ISBN 9788584291687
- Morais, Carlos Eduardo Lima de Plinski, Rejane Regina Koltz Martins, Gabriel Pigozzo Tanus Cherp Szulczewski, Deise Maria. Libras. Porto Alegre: SER - SAGAH, 2019.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

Quadros, Ronice Müller de; Karnopp, Lodenir Becker. Língua de sinais brasileira. Porto Alegre: Art Med, 2011. ISBN 9788536311746

Bibliografia Complementar:

- ALMEIDA, Elizabeth Oliveira Crepaldide. Leitura e surdez: um estudo com adultos não oralizados. Rio de Janeiro: Revinter, c2000. 110p.
- GOÉS, Maria Cecília Rafael de. Linguagem, surdez e educação. 3.ed. Campinas: Autores Associados, 2002. 88p.
- HONORA, Márcia; FRIZANCO, Mary Lopes Esteves. Livro ilustrado de língua brasileira de sinais: desvendando a comunicação usada pelas pessoas com surdez. São Paulo: Ciranda Cultural, 2009. 352p.
- Quadros, Ronice M. Língua de Herança. Porto Alegre: Penso, 2017. ISBN9788584291113
- SKLIAR, Carlos (Org.). A surdez: um olhar sobre as diferenças. 4.ed. Porto Alegre: Mediação, 2010. 190p. ISBN978-85-87063-17-5.

Disciplina: Inglês Instrumental (optativa)

Carga horária: 40h

Ementa: Estratégias de leitura. Compreensão e interpretação de textos de diversos gêneros. Noções sobre a estrutura da Língua Inglesa. Estudo do vocabulário técnico aplicado ao contexto da Farmácia, por meio de textos que abordam subáreas. Gramática contextualizada através da abordagem de tópicos gramaticais básicos para efetivação das propostas anteriores. Aquisição de vocabulário através das quatro habilidades da Língua Inglesa (listening; speaking; reading; writing).

Bibliografia básica:

MUNHOZ, Rosângela. Inglês instrumental: estratégias de leitura - Módulo I. São Paulo: Textonovo, 2000. v.1.

MUNHOZ, Rosângela. Inglês instrumental: estratégias de leitura - Módulo II. São Paulo: Textonovo, 2000. v.2.

SOUZA, Adriana Grade Fiori et al. Leitura em língua inglesa: uma abordagem instrumental. São Paulo: Disal, 2005.

Bibliografia complementar:

DREY, Rafaela Fetzner; SELISTRE, Isabel Cristina Tedesco; AIUB, Tânia. Inglês. Porto Alegre: Penso, 2015. ISBN 9788584290314.

MICHAELIS: Dicionário prático inglês-português, português-inglês. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1987.

MURPHY, Raymond. Essential grammar in use: gramática básica da língua inglesa. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010. 2019.

PEREIRA, Carlos Augusto. Practicing collocation: como tornar seu inglês mais fluente. Niterói: Impetus, 2003.

THOMPSON, Marco Aurélio da Silva. Inglês instrumental. São Paulo: Erica, 2016. ISBN 9788536517834.

Disciplina: Gestão da Informação (optativa)

Carga Horária: 40 horas

Administração estratégica da informação. *Data Warehouse.*
99



Ementa: Sistemas: classificação e conceitos. Informação gerencial.

Tipos e usos de informação. SIG. ERP (integrado).

Sistemas especialistas. Sistemas de apoio a decisão. Mineração de dados para apoio a decisão.

Tópicos em gerenciamento dos sistemas: integração, segurança, controle, relacionamento com o cliente, comércio eletrônico.

Uso estratégico da tecnologia da informação.

Business Intelligence

Bibliografia básica:

CORRÊA, Henrique Luiz; GIANESI, Irineu G. N.; CAON, Mauro. Planejamento, programação e controle da produção. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788597018554
GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro; GOMES, Carlos Francisco Simões. Princípios e Métodos para tomada de decisão, 2019 - ISBN 9788597021592

O'BRIEN, James A.; MARAKAS, George M. Administração de sistemas de informação. Porto Alegre: AMGH, 2012. ISBN 9788580551112.

Bibliografia Complementar:

BALTZAN, Paige. Tecnologia orientada para gestão. Porto Alegre: AMGH, 2016. ISBN 9788580555493.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais. São Paulo: Atlas, 2014. ISBN 9788522490455.

ROSINI, Alessandro Marco. As novas tecnologias da informação e a educação à distância. São Paulo: Cengage Learning, 2014. ISBN 9788522118182.

SANTOS, Aldemar de Araújo. Informática na empresa. São Paulo: Atlas, 2015. ISBN 9788522499175.

SORDI, José Osvaldo de; Meireles, Manuel. Administração de Sistema de Informação. São Paulo: Saraiva, 2018. ISBN 9788553131532

Disciplina: Comunicação e Negociação Empresarial (**optativa**)

Carga Horária: 40 horas

Ementa: A dimensão organizacional do processo decisório. Processos analíticos: o raciocínio lógico na busca de soluções alternativas; construção de modelos conceituais de análise de situações problema não estruturadas e instrumentos quantitativos de apoio à decisão. Elementos não racionais: intuição, emoção, julgamento e criatividade; conceitualização de sistemas de inovação permanente; subjetividade na tomada de decisão; inconsciente coletivo e cultura organizacional.

Bibliografia básica:

BAZERMAN, Max H; MOORE, Don. Processo decisório Rio de Janeiro - Campus, 2010

BEUREN, Ilse Maria. Gerenciamento da informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009. 104 p. il. ISBN 978-85-224-2667-6.

PEREIRA, Maria Jose Lara de Bretas: Fonseca , João Gabriel Marques . Faces da Decisão. Rio de Janeiro : LTC 2009, ISBN 978-85-2106-2276-5.



Bibliografia Complementar:

- ALMEIDA, Mário de Souza; SOUZA, Irineu Manoel de; FREITAS, Claudia Regina. Gestão do conhecimento para tomada de decisão. São Paulo: Atlas, 2011.
- BEAL, Adriana - Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações - São Paulo - Atlas. 2008
- HARDINGHAM, Alison - Como tomar decisões acertadas. - São Paulo - Nobel, 1999.
- REIS, Germano Glufke - Avaliação 360 graus: um instrumento de desenvolvimento gerencial. São Paulo - Atlas 2003]
- SASHKIN, Marshall; KISER, Kenneth J. Gestão da qualidade total na prática. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

Disciplina: Direitos Humanos

Carga horária: 40 horas

Ementa: Concepção de Direito e Direito à Educação. Educação e Direitos Humanos: articulações para a construção de um currículo escolar interdisciplinar e transversal; A construção de práticas educativas que considerem a ciência e a cultura como elementos para a construção da justiça, da solidariedade e da democracia nas relações sociais e escolares. A criança como sujeito de Direitos. Documentos balizadores para a área educacional: Declaração Universal dos Direitos Humanos, Conferência de Viena, Constituição Federativa do Brasil e Lei de Diretrizes da Bases da Educação e Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos. O papel da Escola no processo educativo para os direitos humanos. Direitos Humanos e Direitos das minorias.

Bibliografia básica:

- GORCZEWSKI, Clovis; Martín, Nuria Belloso. Educar para os direitos humanos. São Paulo: Atlas, 2015.
- OBBIO, Norberto. A era dos direitos. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 212p.
- PAULA, Ana Rita de; COSTA, Carmen Martini. A hora e a vez da família: em uma sociedade inclusiva. Brasília: MEC/SEESP, 2007. 31p.

Bibliografia complementar:

- Bittar, Carla Bianca. Educação e direitos humanos no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2014.
- Comparato, Fábio Konder. A afirmação histórica dos direitos humanos. São Paulo: Saraiva, 2015.
- Ferraz, Carolina Valença; Leite, Glauber Salomão. Direito à diversidade. São Paulo: Atlas, 2015.
- Magnabosco, Maria Madalena; Teixeira, Cíntia Maria. Gênero e diversidade. São Paulo: Autêntica, 2011.
- Rosato, Luciano Alves. Estatuto da Criança e do Adolescente. São Paulo: Saraiva, 2017.

Disciplina: Criação e Redação Publicitária - Mídia Eletrônica

Carga Horária: 80 horas



Ementa: Introduzir os fundamentos e as técnicas da redação publicitária para mídia eletrônica. Aproximar os alunos do processo de criação do texto, estimulando a atividade escrita. Conceituar e aplicar teorias e técnicas de criação e inovação no contexto da Publicidade. O processo criativo na produção e recepção de mensagens. A experiência como impulsionadora do ato criativo.

Bibliografia básica:

- BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em Propaganda. 10^aed. São Paulo: Summus, 1982.
- BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de comunicação escrita. 20^aed. São Paulo: Ática, 2002.
- CITELLI, Adilson. Linguagem e persuasão. 15.ed. São Paulo: Ática, 2002.

Bibliografia complementar:

- BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BELLOUR, Raymond. Entre-imagens: Foto 1997. Cinema-Vídeo. Campinas: Papirus.
- DUARTE JUNIOR, João Francisco. O que é beleza. 3^aed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- DUBOIS, Philippe. O ato fotográfico e outros ensaios. 5^aed. Campinas: Papirus, 2001.
- RICHERS, Raimar (Org.). Segmentação: brasileiro. São Paulo: Nobre, 1991. Opções estratégicas para o mercado.

Disciplina: Pesquisa em Publicidade e Propaganda

Carga horária: 80 horas

Ementa: Introdução à pesquisa qualitativa e quantitativa em publicidade e propaganda. Tipos de entrevistas (preparação, condução, transcrição e tratamento de dados, papel do entrevistador). Tipos de pesquisas e técnicas (Pesquisa de Internet, Técnica de Observação, Técnica Projetiva). Análise e coleta de dados. Planejamento, execução e avaliação de pesquisa aplicada à publicidade.

Bibliografia básica:

- COTRIM, Sérgio Queiroz. Pesquisa de Propaganda. 2.ed. São Paulo: Global Editora, 1996.
- DURKEHEIM, Émile. As regras do método sociológico. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- DUARTE, Jorge; BARROS Antônio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

Bibliografia complementar:

- BRANDÃO, Cláudio de O. Pesquisa em Propaganda: para entender e colocar em prática. 1.ed. Cuiabá: Carlinie Caniato (Editora Tanta Tinta), 2017.
- KOTLER, Philip. KELLER, Kevin. Administração em Marketing. 9.ed. Belo Horizonte: Pearson, 2011.
- VIRGILLITO, Benedito Salvatore (Org). Pesquisa de Marketing: Uma abordagem quantitativa e qualitativa II.ed. São Paulo: Saraiva 2018.



Disciplina: Produção Publicitária Rádio - Extensão

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Características de produção em Rádio. Uso dos elementos e linguagem radiofônica. Estudo de locução e Background. Gravação, edição e transmissão em Rádio.

Bibliografia básica:

PRADO, Emílio. Estruturada informação radiofônica. 3.ed. São Paulo: Summus, 1989.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1989.

TAVARES, Reynaldo C. Histórias que o rádio não contou: dogalenaao digital, desvendando a radiofusão no Brasil e no mundo. 2.ed. São Paulo: Harbra, 1999.

Bibliografia complementar:

CORRÊA, Roberto. Planejamento de propaganda. Revisão de Maria Aparecida V. Ferraz. 6.ed. São Paulo: Global, 1998.

DOMINGOS, Carlos. Criação sem pistolão: segredos para você se tornar um grande criativo. 2.ed. Rio de Janeiro: Negócio, 2003.

SANT'ANA, Armando. Propaganda: teoria-técnica-prática. 7.ed.rev. e atual. São Paulo: Pioneira, 1998.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. Tradução de João Alves dos Santos. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Disciplina: Estágio Supervisionado I

Carga horária: 90 horas

Ementa: Desenvolvimento de atividades de observação de campo e elaboração de relatório de estágio contendo: descrição do perfil e da estrutura da empresa com ênfase nos aspectos de comunicação.

Bibliografia Básica:

MANSUR, Henrique N. et al. A integralidade da atenção no nível da organização do trabalho e no atendimento. Revista Mineira de Educação Física, Viçosa: UFV, v.11, n.2, p.7-13, 2003.

PRATES, Alfredo Bianchi. Marketing operacional: estudo e análise da estrutura organizacional da empresa. São Paulo: Dicopel, [19--]. v.1.260.

PREDEBON, José (Org.). Propaganda: profissionais ensinam como se faz: mídia, promoção, new media, criatividade, planejamento criação (I), pesquisa, atendimento, criação (II), criação x computador. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia complementar:

PINHO, J. B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 3.ed. Campinas: Papirus, 1998.

RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pimenta (Org.). Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro. São Paulo: Nobel, 1991.

SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro dos. Tecnologias da comunicação: um knock-out no negócio da propaganda? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICACAO, 24, 3-7 set. 2001, Campo Grande.



VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. Tradução de João Alves dos Santos. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes.

Disciplina: Administração de Pequenas e Médias Empresas

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Importância das pequenas e médias empresas no contexto atual; o Microempreendedor individual; empreendedorismo; pesquisa de mercado; questões legais de constituição de empresas.

Bibliografia Básica:

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3.ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 232 p. il. ISBN978-85-352-3270-7.

FABRETTI, Láudio Camargo; Fabretti, Denise Fabretti, Dilene Ramos. As micro e pequenas empresas e o Simples Nacional. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. ISBN9788597019360.

LONGENECKER, Justin G. Petty, J. William Palich, Leslie E. Hoy, Frank. Administração de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2018. ISBN9788522126965.

Bibliografia Complementar:

CASTOR, Belmiro Valverde Jobim. Estratégias para a pequena e média empresa. São Paulo: Atlas, 2009. 200p. il. ISBN978-85-224-5535-5.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de marketing para micro e pequena empresa. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2006. 164p. il. ISBN 85-224-4224-X.

MARTINELLI, Dante Pinheiro; Joyal, André. Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas. São Paulo: Manole, 2004. ISBN9788520443224.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. 10 Anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas. São Paulo: SEBRAE, 2008. 111p. il. ISBN 85-7376-069-9.

SOUZA, Almir Ferreira de; Bortoli Neto, Adelino de. Manual prático de gestão para pequenas e médias empresas. São Paulo: Manole, 2018. ISBN 9788520455357.

Disciplina: Marketing Gerencial

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Estudo dos conceitos e princípios básicos do Marketing, teorias, classificações e desdobramentos: marca, produto.

Bibliografia básica:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing - 10^a Edição, 7^a reimpressão -Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOURO, M. J. S. Modelos de avaliação de marca. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v.40, n.2, p.26-37, abr./jun. 2000.

OLLINS, Wally. Brand New: The Shape of Brands to Come. London: Thames & HudsonLtd, 2014. 200p.



Bibliografia complementar:

AAKER, D. A. Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca. 4. ed. São Paulo: Negócio. Editora, 1998.

KELLER, K. L. Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. 2nded. New Jersey: Prentice Hall, 2003.

TELLES, R. Posicionamento e reposicionamento de marca: uma perspectiva estratégica e operacional dos desafios e riscos. Tese (Doutorado em Administração) – Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004.

Disciplina: Técnicas de Atendimento em Publicidade e Marketing

Carga Horária: 80 horas

Ementa: A importância e como prospectar o anunciante. A elaboração do briefing e suas variáveis como: Briefing técnico e briefing político. Análise do mesmo para posteriormente desenvolver o planejamento de campanha.

Bibliografia básica:

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. 4^ªed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: EPU, 1998.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3^ªed. São Paulo: Atlas, 1989.

Bibliografia complementar:

BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em propaganda. 10.ed. São Paulo: Summus, 1982.

BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução a teoria e a prática. Tradução de Jorge Arnaldo Fontes. 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. SANT'ANA, Armando. Propaganda: teoria-técnica-prática. 7^ª ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

CORRÊA, Roberto. O Atendimento na Agência de Comunicação. 1^ª ed. São Paulo: Global, 2006.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3^ªed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Disciplina: Produção Gráfica

Carga Horária: 80 horas

Ementa: Definição e função: os processos gráficos utilizados ao longo da história. A estética e o orçamento aplicados ao material gráfico: a escolha de papel, cor, impressão, acabamento. Tipologia, medidas gráficas, técnicas de composição e impressão. O acompanhamento da produção de peças gráficas. Planejamento, criação e execução de projeto gráfico.

Bibliografia básica:

BAER, Lorenzo. Produção gráfica. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2002. 280p. il. color. ISBN85-7359-005-X.

PINHO, J.B. Comunicação em marketing: princípios de comunicação mercadológica. 6^ªed. Campinas: Papirus, 2002. ISBN85-308-0511-9.



SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985. 147 p. il. (Novas Buscas em Comunicação; 7). ISBN85-323-0236-X.

Bibliografia complementar:

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. 4^ªed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001. ISBN 978-85-7108-159-8.

COBRA, Marcos. Marketing básico: uma abordagem brasileira. 4^ªed. São Paulo: Atlas, 1997. ISBN 85-02-02352-7

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. São Paulo: Cengage Learning, 2014. ISBN 9788522113026.

PINHO, J.B. O poder das marcas. São Paulo: Summus, 1996. ISBN 85-323-0549-0

Disciplina: Fotografia Publicitária

Carga horária: 40 horas

Ementa: Técnicas de registro fotográfico. Operação de câmera fotográfica e de seus acessórios. Recursos técnicos de câmeras profissionais e suas aplicações na publicidade. Função da luz na fotografia. Sensibilidade do filme. A construção de cenários enquanto argumento publicitário. Técnicas de montagem fotográfica em publicidade.

Bibliografia básica:

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 1993. 317p.

BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BUSSELLE, Michael. Tudo sobre fotografia. São Paulo: Pioneira, 1979.

Bibliografia complementar:

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 1993.

BELLOUR, Raymond. Entre-imagens: Foto-Cinema-Vídeo. Campinas: Papirus, 1997. 392p. il. (Campo Imagético).

DUBOIS, Philippe. O ato fotográfico e outros ensaios. 5^ªed. Campinas: Papirus, 2001. (Ofício de Arte e Forma).

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

KOSSOY, Boris. Fotografia & História. 2^ªEd.rev. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.

KUBRUSLY, Claudio Araújo. O que é fotografia. 4^ªed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

LIMA, Ivan. A Fotografia é a sua linguagem. Rio de Janeiro: Editora Espaço e Tempo, 1988.

SALGADO, Sebastião. Outras Américas. São Paulo: Companhia da Letras, 1999.

SANTOS, Maurício Antônio. A linguagem da fotografia na propaganda. 2010. 41f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras) -Universidade Regional do Cariri - Crato, 2010.



Disciplina: Fotografia Publicitária - Extensão

Carga horária: 40 horas

Ementa: Técnicas de registro fotográfico. Operação de câmera fotográfica e de seus acessórios. Recursos técnicos de câmeras profissionais e suas aplicações na publicidade. Função da luz na fotografia. Sensibilidade do filme. A construção de cenários enquanto argumento publicitário. Técnicas de montagem fotográfica em publicidade.

Bibliografia básica:

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 1993. 317p.

BARTHES, Roland. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BUSSELLE, Michael. *Tudo sobre fotografia*. São Paulo: Pioneira, 1979.

Bibliografia complementar:

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 1993.

BELLOUR, Raymond. *Entre-imagens: Foto-Cinema-Vídeo*. Campinas: Papirus, 1997. 392p. il. (Campo Imagético).

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. 5.ed. Campinas: Papirus, 2001. (Ofício de Arte e Forma).

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

KOSSOY, Boris. *Fotografia & História*. 2^ªEd.rev. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.

KUBRUSLY, Claudio Araújo. *O que é fotografia*. 4.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

LIMA, Ivan. *A Fotografia é a sua linguagem*. Rio de Janeiro: Editora Espaço e Tempo, 1988.

SALGADO, Sebastião. *Outras Américas*. São Paulo: Companhia da Letras, 1999.

SANTOS, Maurício Antônio. *A linguagem da fotografia na propaganda*. 2010. 41f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras) -Universidade Regional do Cariri - Crato, 2010.

Disciplina: Estágio Supervisionado II

Carga horária: 90 horas

Ementa: Desenvolvimento de atividades de observação de campo e elaboração de relatório de estágio contendo: descrição do perfil e da estrutura da empresa com ênfase nos aspectos de comunicação.

Bibliografia básica:

MANSUR, Henrique N. et al. *A integralidade da atenção no nível da organização do trabalho e no atendimento*. Revista Mineira de Educação Física, Viçosa: UFV, v.11, n.2, p.7-13, 2003.

PRATES, Alfredo Bianchi. *Marketing operacional: estudo e análise da estrutura organizacional da empresa*. São Paulo: Dicopel, [19--]. v.1.260.

PREDEBON, José (Org.). *Propaganda: profissionais ensinam como se faz: mídia, promoção, new media, criatividade, planejamento criação (I), pesquisa, atendimento, criação (II), criação x computador*. São Paulo: Atlas, 2000.



Bibliografia complementar:

- PINHO, J. B. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 3.ed. Campinas: Papirus, 1998.
- RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pimenta (Org.). Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro. São Paulo: Nobel, 1991.
- SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro dos. Tecnologias da comunicação: um knock-out no negócio da propaganda?. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICACAO, 24, 3-7set. 2001, Campo Grande.
- VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. Tradução de João Alves dos Santos. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes.

Disciplina: Teoria e Técnica em Publicidade e Propaganda

Carga Horária: 80 horas

Ementa: Apresentação da história da Publicidade e Propaganda. Introdução ao estudo da Propaganda Estudo das técnicas de Publicidade e Propaganda. Conceitos e tipos de Publicidade e Propaganda. As funções do profissional de propaganda nos diversos setores do mercado. Apresentar a importância da Publicidade e Propaganda para os segmentos sociais, econômicos e financeiros. Mostrar a relação econômica entre anunciante, agência de propaganda, veículos de comunicação e fornecedores.

Bibliografia básica:

- CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. 4^a ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: EPU, 1998.
- RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3^a ed. São Paulo: Atlas, 1989.

Bibliografia complementar:

- BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em propaganda. 10.ed. São Paulo: Summus, 1982.
- BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução a teoria e a prática. Tradução de Jorge Arnaldo Fontes. 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CARMO, Alfredo et al. Comunicação: as funções da propaganda. s.n: Técnica de Manuais de Propaganda, 1970.
- CORRÊA, Roberto. O Atendimento na Agência de Comunicação. 1^a ed. São Paulo: Global, 2006.
- SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como suar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3^a ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- SANT'ANA, Armando. Propaganda: teoria-técnica-prática. 7^a ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- SANT'ANA, Armando. JÚNIOR, Ismael Rocha. GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: Teoria, Técnica e Prática. 9^a ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

Disciplina: Teoria da Comunicação

Carga horária: 80 horas

Ementa: O objetivo da Comunicação Social: formação histórica, preocupação social

e teórica. Contribuições Interdisciplinares para a constituição de uma Teoria da



Comunicação. Principais correntes e autores para a construção dos contornos epistemológicos da comunicação.

Bibliografia básica:

- BERLO, David K. O processo da comunicação: introdução a teoria e a prática. Tradução de Jorge Arnaldo Fontes. 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: neurose. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. (O Espírito do Tempo, v.2).

Bibliografia complementar:

- DEFLEUR, Melvin L. e BALL-ROKEACH, Sandra. Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- DEFLEUR, Mélvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. Teorias da comunicação de massa. Tradução de Octávio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michelle. História das teorias da comunicação, Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 6.ed. São Paulo: Loyola, 1999.
- THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

Disciplina: Estética em Publicidade e Propaganda

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Análise referencial e cronológica da Arte da Antiguidade à contemporaneidade. Apresentação e análise das transformações artísticas ocorridas do final do século XIX ao início do século XX (vanguardas). Interpretação da Arte na Contemporaneidade e seus reflexos na Publicidade e Propaganda. Busca de compreensão das questões essenciais da Estética. Aprofundamento de estudos de caso da publicidade como arte e objeto estético. Análise das estéticas promovidas pelo isolamento social, distanciamento e novas formas de relação impostas pela pandemia.

Bibliografia básica:

- ARNHEIM, Rudolf. Arte & Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Cengage Learning, 2005.
- AUMONT, Jacques. A Imagem. Campinas/SP. Editora Papirus, 1993. GOMBRICH, E.H. História da Arte. 16ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação. São Paulo. Annablume, 2000.

Bibliografia complementar:

- DOYLE, Michael E. Desenho a cores: técnicas de desenho de projetos para arquitetos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes, 2001. São Paulo: Summus, 1985.



Disciplina: Estética em Publicidade e Propaganda - Extensão

Carga Horária: 40 horas

Ementa: Análise referencial e cronológica da Arte da Antiguidade à contemporaneidade. Apresentação e análise das transformações artísticas ocorridas do final do século XIX ao início do século XX (vanguardas). Interpretação da Arte na Contemporaneidade e seus reflexos na Publicidade e Propaganda. Busca de compreensão das questões essenciais da Estética. Aprofundamento de estudos de caso da publicidade como arte e objeto estético. Análise das estéticas promovidas pelo isolamento social, distanciamento e novas formas de relação impostas pela pandemia.

Bibliografia básica:

ARNHEIM, Rudolf. Arte & Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

AUMONT, Jacques. A Imagem. Campinas/SP. Editora Papirus, 1993. GOMBRICH, E.H. História da Arte. 16ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação. São Paulo. Annablume, 2000.

Bibliografia complementar:

DOYLE, Michael E. Desenho a cores: técnicas de desenho de projetos para arquitetos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes, 2001. São Paulo: Summus, 1985.

Disciplina: Comportamento do Consumidor

Carga horária: 40 horas

Ementa: Teoria da racionalidade econômica. Teorias comportamentais, psicanalíticas, sociais, antropológicas e cognitivistas. Cultura e consumo. Fatores de influência no comportamento de compra. Tipos de compra e processo decisório de consumo.

Bibliografia básica:

ANDRÉ, Alberto. Ética e Códigos da Comunicação Social. 4.ed.rev., ampl. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. 134p.

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. 4.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: EPU, 1998.

Bibliografia complementar:

BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em Propaganda. 10ª ed. São Paulo: Summus, 1982.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. São Paulo: Cengage Learning, 2012. ISBN9788522113880.

MERLO, Edgard Monforte; Ceribeli, Harrison B. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2013. ISBN978-85-216-2538-4.

MOWEN, John C. Comportamento do Consumidor. 1ºed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.



SANT'ANA, Armando. Propaganda: teoria-técnica-prática. 7^aed. São Paulo: Pioneira, 1998.

SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2016. ISBN9788582603680.

Disciplina: Estágio Supervisionado III (Agência Experimental)

Carga Horária: 80 horas

Ementa: O planejamento como estratégia para a elaboração da campanha publicitária. Técnicas de planejamento. Posicionamento do produto ou serviço em relação ao mercado. Elaboração do plano de propaganda. Utilização de pesquisas. Planejamento de custos e a da execução de campanha.

Bibliografia básica:

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. Comunicação empresarial e institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 5^aed. São Paulo: Summus, 1986.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3^aed. São Paulo: Atlas, 1989.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 6^aed. Petrópolis: Vozes, 2001.

Bibliografia complementar:

BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em Propaganda. 10^aed. São Paulo: Summus, 1982.

CORRÊA, Roberto. Planejamento de propaganda. 8^aEd. revi. e ampl. São Paulo: Global, 2002.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3^aed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANTANA, Armando. Propaganda: teoria-técnica-prática. 7^aed. rev. e atual. São Paulo: Pioneira, 1998.

TAHARA, Mizuho. Mídia. Revisão de Maria A. V. Ferraz. 7^aed. São Paulo: Global, 1998.

Disciplina: Marketing Aplicado

Carga Horária: 80 horas

Ementa: Estudo do marketing e suas aplicabilidades no mercado publicitário.

Bibliografia básica:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing - 10^a Edição, 7^a reimpressão -Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOURO, M. J. S. Modelos de avaliação de marca. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v.40, n.2, p.26-37, abr./jun. 2000.

OLLINS, Wally. Brand New: The Shape of Brands to Come. London: Thames & Hudson Ltd, 2014. 200p.



Bibliografia complementar:

AAKER, D. A. Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca. 4. ed. São Paulo: Negócio Editora, 1998.

KELLER, K. L. Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. 2nded. New Jersey: Prentice Hall,2003.

TELLES, R. Posicionamento e reposicionamento de marca: uma perspectiva estratégica e operacional dos desafios e riscos. Tese (Doutorado em Administração) – Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004.

Disciplina: Criação e Redação Publicitaria – Mídia Impressa

Carga Horária: 80 horas

Ementa: Métodos e técnicas de redação publicitária para a mídia impressa (jornal, revista, outdoor, panfleto, folheto, mala direta e outras). Os elementos do texto publicitário na mídia impressa (título, slogan, legenda, as informações básicas e outros), a relação texto/imagem e a adequação do texto publicitário à especificidade de cada mídia impressa. Tipologia dos formatos de anúncio. Os componentes do texto em publicidade e propaganda. Estudo dos títulos e slogans. O corpo do texto publicitário.

Bibliografia Básica:

DOMINGOS, Carlos. Criação sem pistolão: segredos para você se tornar um grande criativo. 2.ed. Rio de Janeiro: Negócio, 2003.

FIGUEIREDO, Celso. Redação Publicitária. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

MARTINS, Jorge S. Redação Publicitária: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

Bibliografia complementar:

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí!: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Futura, 2002.

MARTINS, Zeca. Redação Publicitária: A prática na prática. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

NEWTON, Cesar. Mídia Impressa e Eletrônica: O guia rápido para a criação de anúncios para TV, jornal, revista, outdoor e internet. Rio de Janeiro: Altas Book, 2015.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3.ed.rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Disciplina: Projeto Experimental – Orientação de TCC

Carga horária: 80 horas

Ementa: Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) nas modalidades de Monografia e/ou Projeto Experimental. Se a opção for Projeto Experimental o mesmo será alinhado à campanha publicitária de marca produtos ou serviços de empresas públicas ou privadas. Se a opção for monografia os conteúdos abordados deverão ser pertinentes com temas correlatos a publicidade e propaganda.



Bibliografia Básica:

GRACIOSO, Francisco. Marketing. Revisão de Alexandra Costa da Fonseca. 4^aed. São Paulo: Global, 1998.

RIBEIRO, Júlio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. 3^aed. São Paulo: Atlas, 1989.

SANT'ANA, Armando. Propaganda: teoria-técnica-prática. 7^aed.rev. e atual. São Paulo: Pioneira, 1998.

Bibliografia Complementar:

CORRÊA, Roberto. Planejamento de propaganda. 10^a ed. São Paulo: Global, 2008.

GRACIOSO, Francisco. Planejamento estratégico orientado para o mercado: como planejar o crescimento da empresa conciliando recursos e "cultura" com as oportunidades do ambiente externo. 3^aed. São Paulo: Atlas, 1996.

PREDEBON, José (Org.). Propaganda: profissionais ensinam como se faz. São Paulo: Atlas, 2000. SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3^a ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. Tradução de João Alves dos Santos. 3^aed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Disciplina: Atividades Complementares

Carga horária: 80 horas

Ementa: Para atender a flexibilização curricular e interesses pessoais do aluno, sem perda dos conhecimentos essenciais ao exercício da profissão, o aluno deverá realizar atividades em qualquer área de atuação profissional de Publicidade e Propaganda, de modo a aperfeiçoar o conhecimento adquirido anteriormente ou conhecer uma área nova. Jornadas de iniciação científica, congressos, seminários, minicursos, nivelamentos, etc. Para fazer jus o aluno deverá apresentar um relatório, anexando os comprovantes, totalizando às 80 horas de atividades.

Bibliografia básica: Todo o acervo bibliográfico disponível.

Bibliografia complementar: Todo o acervo bibliográfico disponível.

3.5 Conteúdos Curriculares

Os conteúdos curriculares que norteiam a formação do Publicitário, egressos do UNIPAC Barbacena baseia-se, sobremaneira, na Portaria CNE/CESnº 1, de 25 de fevereiro de 2014, que Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, do Conselho Nacional de Educação.

As Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira e Indígena – Resolução CNE/CP nº 01, de 17 de junho de 2004 – são atendidas uma vez que a temática é tratada de modo transversal e está inclusa nas seguintes disciplinas



constantes do currículo: Filosofia, Sociologia, Nivelamento História do Brasil, Comunicação de Alta Performance, Teoria da Comunicação, Produção Publicitária Rádio e Produção Publicitária TV.

Quanto à integração da educação ambiental às disciplinas do curso de modo transversal, continuo permanente, observa-se o atendimento à Lei nº 9.795, de 27/04/1999 e ao Decreto nº 4.281 de 25/06/2020 através das disciplinas: Educação Ambiental, Design de Embalagens, Produção Grafica e Legislação e ética em Publicidade e Propaganda.

No tocante à Educação em Direitos Humanos também optou-se pela inserção no currículo deste curso de maneira mista, ou seja, combinando transversalidade e disciplinar idade, sendo a oferta desta última garantida nos seguintes componentes curriculares: Direitos Humanos, Legislação e Ética em Publicidade e Propaganda e Teoria da Comunicação.

Em cumprimento ao disposto no Decreto nº 5.626/05, Libras é ofertada no currículo sob a forma de disciplina: Libras – Língua brasileira dos sinais (Optativa).

Curso de Publicidade e Propaganda		
Relatório de Trabalho dos Temas Transversais		
Disciplina	Tema Transversal	Conteúdo trabalhado no plano de aprendizagem - identificação no plano
Design de Embalagens	Educação Ambiental atendendo a Lei nº 9.795, de 27/04/99 e ao Decreto nº 4.281 de 25/06/2002 -	Aula sobre a criação e reciclagem de embalagens abordando a lei citada.
Comunicação de Alta Performance	Consideração a diversidade étnico-racial. Incluído pela Lei nº 12.796, de 2013	Aula sobre cotas raciais nas faculdades.
Produção Gráfica	Educação Ambiental atendendo a Lei nº 9.795, de 27/04/99 e ao Decreto nº 4.281 de 25/06/2002 -	Aula sobre o desenvolvimento de materiais graficos sustentáveis.
Legislação e ética em Publicidade e Propaganda	Educação ambiental, em atendimento à Lei nº 9.795, de 27/04/99 e ao decreto nº 4.281 de 25/06/2002.	Aula sobre as legislações ambientais e o impacto no setor publicitário.
Teoria da Comunicação	Consideração a diversidade étnico-racial. Incluído pela Lei nº 12.796, de 2013	Aula sobre como evitar práticas racistas na comunicação



Produção Publicitária Rádio	Consideração a diversidade étnico-racial. Incluído pela Lei nº 12.796, de 2013	Aula sobre inclusão de vozes e minoria na mídia
Produção Publicitária TV	Consideração a diversidade étnico-racial. Incluído pela Lei nº 12.796, de 2013	Aula sobre inclusão de minorias na tv e internet.
Filosofia	Consideração a diversidade étnico-racial. Incluído pela Lei nº 12.796, de 2013)	Ementa: A questão racial como tema da identidade nacional. As revisões acerca da identidade étnico-racial. Relações raciais e miscigenação. Cultura e Ideologia. Noções de Direitos Humanos.

A organização curricular proposta ao atender as DCN's nos núcleos de formação conduz/orienta a construção do conhecimento, garantindo a formação de profissional com as habilidades e competências definidas no perfil do egresso bacharel em Publicidade e Propaganda.

A estrutura do Curso de Publicidade e Propaganda, respeitando as DCN's, está assim dividida:

I. Um Núcleo de Estudos Básicos, dando a base necessária para o amadurecimento do discente e para o desenvolvimento posterior dos conteúdos curriculares específicos: comunicação empresarial, mídias sociais, leitura e produção de textos, empreendedorismo, sociologia, filosofia, educação ambiental, nivelamentos (português, matemática e história do Brasil), metodologia do trabalho científico, libras, ciência política, estatística, legislação e ética em publicidade e propaganda, promoção de vendas, mídia, mídia - extensão, arquitetura de marcas, tecnologia web, semiótica, semiótica-extensão, direitos humanos, pesquisa em publicidade e propaganda, Técnicas de Atendimento em Publicidade e Marketing, Teoria da Comunicação, teoria e técnica em Publicidade e Propaganda, comportamento do consumidor e marketing gerencial.

II. Um Núcleo de Estudos Específicos, dando a oportunidade do aprofundamento do conhecimento técnico e da aplicação dos conteúdos na prática: design de embalagens, design de embalagens - extensão, produção publicitária tv, produção publicitária tv - extensão, comunicação de alta performance, planejamento de campanha, direção de arte, criação e redação publicitária mídia impressa, produção publicitária rádio - extensão, estágio supervisionado I, administração de pequenas e médias empresas, produção gráfica, fotografia publicitária, fotografia publicitária - extensão, estágio supervisionado II, estética em publicidade e propaganda, estética em publicidade e propaganda - extensão, estágio supervisionado III (agência experimental), criação e redação publicitária mídia impressa, inteligência digital, trabalho de conclusão de curso e atividades complementares.

O trabalho desenvolvido pelos Professores do Curso é pautado no princípio pedagógico da interdisciplinaridade, proporcionando a relação entre temas e as



diversas áreas do conhecimento. Cada Professor, ao assumir determinada disciplina, deverá estabelecer estas relações. Partindo do princípio de que a construção do conhecimento é um processo individual, mas que se realiza através da produção coletiva, compartilhada, atividades em grupo são organizadas, orientadas e mediadas pelo Professor.

ADEQUAÇÃO DA CARGA HORÁRIA é demonstrada por intermédio da matriz curricular presente no item Estrutura Curricular, contemplando 2.700 horas como carga horária total do curso, observando a norma legal sobre a carga horária mínima do curso. A adequação das cargas horárias das disciplinas propostas foi objeto de discussões e verificações por parte do NDE e do Corpo Docente. O NDE, por meio da experiência de seus membros e do apoio dos professores envolvidos no planejamento do Curso, definiu quais disciplinas seriam satisfeitas com uma carga horária de 40 horas e quais o seriam com uma carga horária de 80 horas. Para isso, foram levados em consideração: (I) a extensão dos temas contemplados na ementa; (II) a complexidade dos conteúdos a serem trabalhados; (III) os processos de aprendizagem e atividades envolvidos; dentre outros aspectos. Além disso, o NDE e o corpo docente contam com vasta experiência na docência superior, tendo toda condição de avaliar, por sua experiência pregressa, qual a carga horária adequada para cada conteúdo.

ATUALIZAÇÃO DA ÁREA: No UNIPAC a análise dos conteúdos curriculares, suas ementas e bibliografias é tarefa realizada de maneira coletiva e dinâmica pelo NDE, o qual analisa dentre outros, a constante atualização da área e dos conteúdos abordados. Isso também se faz possível porque os docentes do curso atuam em diferentes cenários profissionais do mundo do trabalho, o que contribui para a apresentação de exemplos contextualizados com relação a problemas práticos, de aplicação da teoria ministrada em diferentes unidades curriculares em relação ao fazer profissional, bem como para sua atualização contínua em relação às constantes e diversificadas demandas do mundo do trabalho. A indicação de bibliografia atualizada e leituras complementares (artigos, textos, estudos, etc), também promovem a atualização do currículo na área de Publicidade e Propaganda. Esta atualização se dá, também, por meio da oferta de Atividades Complementares que objetivam criar no aluno a cultura da educação autônoma e a percepção da necessidade de atualização permanente em seu processo de formação acadêmica e profissional.

ADEQUAÇÃO DA BIBLIOGRAFIA: o acervo das bibliografias básica e complementar é adequado em relação às unidades curriculares e aos conteúdos descritos no PPC e está atualizado, considerando a natureza das UC. Da mesma forma, o acervo está referendado por relatório de adequação, assinado pelo NDE, comprovando a compatibilidade, em cada bibliografia, entre o número de vagas pleiteadas para o curso e de outros que utilizem os títulos e a quantidade de exemplares por título (ou assinatura de acesso) disponível no acervo.

ACESSIBILIDADE METODOLÓGICA: a acessibilidade está contemplada sob todos os aspectos na IES, consta do PDI e do PPC, item 1.6 Metodologia, 1.10 Apoio ao Discente, 1.10.3 Política de Acessibilidade e Inclusão, 1.14 Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no processo ensino aprendizagem; 1.15 Ambiente Virtual de Aprendizagem, dentre outros.



CONTEÚDOS QUE DIFERENCIAM O CURSO DENTRO DA ÁREA PROFISSIONAL E INDUZEM O CONTATO COM CONHECIMENTO RECENTE E INOVADOR: a matriz curricular oferece ao docente contato e experiência em várias áreas de atuação do publicitário, proporcionando a aproximação do acadêmico com a prática profissional.

Assim, comprova-se que organização curricular proposta atende as DCN's quanto aos núcleos de Formação que conduzem/orientam a construção do conhecimento, garantindo a formação de profissional com as habilidades e competências definidas no perfil do egresso bacharel em Publicidade e Propaganda.

3.6 Metodologia

No contexto de uma proposta pedagógica o aprender está relacionado à apropriação do conhecimento pelo aluno, em situações concretas, mediadas pelo professor. O aluno só aprende se o conhecimento a ser apropriado tiver relação com situações reais, do seu cotidiano, e com conceitos já existentes em sua estrutura cognitiva, de modo que o aluno possa atribuir significado aos novos conceitos aprendidos. O conhecimento prévio trazido pelo aluno deve interagir com o novo conhecimento de forma a produzir mudanças significativas na estrutura cognitiva existente ocasionando a aprendizagem significativa.

O conhecimento é entendido como a capacidade que o aluno tem, diante da informação, de desenvolver uma competência reflexiva, relacionando os seus múltiplos aspectos em função de um determinado tempo e espaço, com a possibilidade de estabelecer conexões com outros conhecimentos e de utilizá-lo na sua vida quotidiana (Pelizzari et al., 2002 citado por Coutinho; Lisboa, 2011, p.9).

O aluno precisa identificar nos conteúdos ministrados nas aulas um significado para a vida, relevância, ou seja, aplicabilidade em outros contextos sociais, que lhe permita fazer novas conexões de aprendizagem com os conhecimentos que possui.

A aprendizagem é a aquisição de uma nova informação duradoura resultando na alteração da percepção ou comportamento como resultado da experiência. (ALONSO, GAL LEGO, HONEY ,2012 citado por SARAIVA, 2017)

A abordagem metodológica do UNIPAC é pautada na crença de que a aprendizagem é um processo que se dá na relação com o outro, a partir de experiências que despertam aspectos cognitivos e afetivos.

O Plano de Aprendizagem dos componentes curriculares com os conteúdos conceituais das unidades de ensino é disponibilizado pelos professores, no início do semestre letivo, para que os alunos planejem sua vida acadêmica, antecipando seus estudos. Na construção do Plano de Aprendizagem, seleção das metodologias de aprendizagem e elaboração dos instrumentos de avaliação, o professor deve se atentar aos estilos de aprendizagem dos alunos. As estratégias de ensinagem devem



contemplar o atendimento a todos os estilos de aprendizagem. Segundo Almeida, 2007, p.59 citado por Saraiva, 2017 os estilos de aprendizagem são “formas características de agir, predisposições ou preferências, é o processo de percepção e de tratamento da informação” (Almeida, 2007, p.59 citado por Saraiva, 2017, p. 46).

Os estilos de aprendizagem mais comuns e amplamente conhecidos são: Visual (V), Auditivo (A) e Sinestésico ou Kinaesthetic (K), ou, também denominados VARK ou VAK, acrônimo para as modalidades sensoriais citadas.

Os visuais: captam melhor a informação que se apresenta como desenhos, figuras, diagramas, esboços, fluxogramas, esquemas, gráficos, mapas e demonstrações. Memorizam usando pistas visuais.

Os verbais ou auditivos: tendem a captar as informações por meio de palavras faladas. Se beneficiam lendo um texto em voz alta, ouvindo uma história gravada em áudio, ou participando de uma discussão.

Os sensoriais ou sinestésicos: aprendem melhor através de uma abordagem “mão na massa”. Eles aprendem movendo, tocando e fazendo. Tem melhor desempenho em aulas de campo, experimentos de laboratório. Precisam trabalhar em curtos períodos de tempo. Preferem instruções “passo a passo”.

A decisão do professor sobre a metodologia a ser utilizada, com vistas a alcançar o objetivo pretendido para a aula, deve estar imbuída, sobretudo, da finalidade de aumentar o êxito da aprendizagem do aluno.

“O professor que mantém o currículo ou o método de aprendizagem dito oficial ou tradicional com estreito respeito pela operacionalização das suas práticas pedagógicas, ignorando ou negligenciando o estilo de aprendizagem, as competências de processamento de informação e o nível dos pré-requisitos dos alunos tem tendência a gerar, por falta de coibição entre os seus componentes, mais dificuldades de aprendizagem e mais insucesso escolar” (Fonseca V. , 2007, pp. 137, 138 citado por Saraiva, 2017, p.36).

O planejamento docente deve prever estratégias de ensino-aprendizagem que utilizam recursos, tais como: mapas conceituais, metodologias baseadas em projetos, tecnologias interativas de ensino, visitas técnicas, estudo de caso, problematização, grupos de verbalização e grupo de observação, metodologias de simulação, oficinas (workshops), aulas expositivas dialogadas, tempestade cerebral, seminários temáticos, aprendizagem baseada em problema, sendo todos eles permeados pela ausência de barreiras comunicacionais, digitais e metodológicas, entre outras, nas quais o conteúdo, seja trabalhado de modo contextualizado e significativo, considerando os conhecimentos prévios dos alunos como ponto de partida para a construção de novos conhecimentos.

As atividades práticas (laboratórios, visita técnica, trabalho de campo, entre outras) previstas na organização curricular, são executadas mediante roteiro com objetivos bem definidos e apoiadas nos conteúdos conceituais trabalhados.



As atividades de Estágio e TCC são executadas mediante regulamento, aprovado pelo Colegiado de Curso, sob supervisão/orientação, buscando garantir a articulação teoria/prática. O desenvolvimento do espírito crítico e reflexivo previsto nos objetivos gerais e no perfil do egresso, são trabalhados nos estudos de caso, estágios, atividades complementares.

As Atividades Complementares são sempre incentivadas e, em parte, organizadas pela própria Instituição, inclusive com o uso de tecnologias educacionais, de modo a ampliar a formação do aluno.

A Educação a Distância, como estratégia de ensino na educação é um instrumento metodológico de flexibilização e de modernização que possibilita uma maior interação entre os alunos e professores. O UNIPAC implantou disciplinas *on-line* para até 20% (vinte por cento) do tempo previsto de integralização do currículo dos cursos de graduação, observado o disposto em seu Regimento, PDI e na legislação própria. Desta forma, considerando o maior acesso às mídias tecnológicas e a valorização da política de qualidade no atendimento aos seus estudantes, o UNIPAC oferece seus cursos utilizando-se das tecnologias de informação e comunicação essenciais para os projetos educacionais adequados ao perfil regional. Segundo determina a Portaria nº 2.117, de 6 de dezembro de 2019 a oferta de disciplina *on-line* nos cursos presenciais deve incluir métodos e práticas de ensino-aprendizagem que incorporem o uso integrado de Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC para a realização dos objetivos pedagógicos e material didático específico.

No modelo do UNIPAC Campus Barbacena, a oferta do conteúdo nos componentes curriculares *on-line* é feita no ambiente virtual de aprendizagem (AVA), disponível 24 horas por dia nos 7 dias da semana. Pode-se destacar que o AVA possui diversas ferramentas que auxiliam o processo pedagógico, como por exemplo:

- I.** exibição programada de conteúdos e atividades previstas pelos docentes, possibilitando melhor preparação dos discentes para os encontros com os professores, favorecendo o desenvolvimento de metodologias ativas como a sala de aula invertida nos encontros em tempo real;
- II.** criação de atividades avaliativas e a correção das mesmas, com devolutivas comentadas ao aluno;
- III.** criação de pesquisas diversas que podem ser institucionais ou dentro de disciplina específica;
- IV.** inclusão de recursos diversos de aprendizagem tais como artigos, links, vídeos, filmes, áudios;
- V.** recursos de comunicação e interação como grupos de discussão, e-mail, fóruns, chat, organização de grupos virtuais, wikis, calendários compartilhados, que estimulam o aprendizado colaborativo e o desenvolvimento da autoaprendizagem;
- VI.** criação de trilhas individuais de aprendizagem dentro de cada disciplina, possibilitando a liberação de conteúdos ou atividades de reforço a partir dos resultados obtidos pelo aluno.
- VII.** consulta às atividades aplicadas durante todo o curso, de modo que possam ser revistas a qualquer momento possibilitando recuperação de conteúdos quando desejado;

VIII. emissão de relatórios de acompanhamento do estudante, tanto quanto ao acesso (último acesso, tempo na plataforma, na disciplina, mapa de consumo das postagens) quanto ao rendimento na disciplina (individual e em grupo);

IX. emissão de relatórios para verificação de postagens de conteúdos em cada disciplina, bem como de devolutivas aos alunos através da correção de atividades propostas;

X. criação e disponibilização de conteúdos específicos para cursos de extensão e nivelamentos.

O AVA, ainda, é responsável e capaz de adaptar seus conteúdos a visualização em dispositivos móveis diversos, além de possibilitar a acessibilidade para pessoas com deficiências.

A Instituição incentiva os professores à prática de metodologias ativas de aprendizagem, como o “*PeerInstruction*” e “*FlippedClassroom*”, de tal forma que o aluno já não é mais um agente passivo do processo, mas protagonista da aprendizagem no processo de interação na qual o professor será um facilitador do processo de construção do conhecimento. O UNIPAC vem investindo na formação docente continuada e, em 2016 e 2017, ofertou o Curso de Formação Docente para Metodologias Ativas e Avaliação da Aprendizagem visando a melhoria da qualidade do ensino nos componentes curriculares ministrados on-line. Pretende-se, num futuro breve, que esse curso seja também estendido aos professores e tutores dos cursos a distância da sede e dos polos EAD.

Não obstante, a fim de cumprir com sua responsabilidade social e atender aos dispositivos legais, a IES promove a acessibilidade para atender aos alunos deficientes e/ou com necessidades educacionais especiais, com vistas a facilitar-lhes o acesso e permanência na Instituição.

A acessibilidade pedagógica e instrumental é percebida na ausência de barreiras nos métodos, teorias e técnicas de ensino/aprendizagem (escolar), instrumentos, utensílios e ferramentas de estudo visando favorecer à aprendizagem dos alunos deficientes e/ou com necessidades educacionais especiais. É possível notar a aplicação dessas dimensões de acessibilidade no ambiente educacional quando os professores promovem processos pedagógicos diversificados e utilizam recursos que viabilizam a aprendizagem dos estudantes público-alvo da educação especial, tais como:

I. Pranchas de comunicação.

II. Flexibilidade na correção de textos.

III. Uso de instrumentos diversificados de avaliação.

IV. Ampliação de tempo para realização de provas e atividades.

V. Propiciar, sempre que necessário intérprete de língua de sinais/língua portuguesa.

VI. Envio de resumos e materiais complementares.

VII. Aprofundamento de estudos.

VIII. Ações comunitárias baseadas na participação ativa dos estudantes.

IX. O site institucional assegura acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva por meio do software Tradutor em LIBRAS, *Hand Talk*, bem como favorece a



leitura para pessoas com baixa visão utilizando recurso de ampliação da fonte.

X. Textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão.

XI. Computador com leitor de tela.

XII. Disponibilização de recurso de tecnologia assistiva, por exemplo, lupas, teclado de computador, leitor, etc.

3.7 Estágio Curricular Supervisionado

O estágio supervisionado é atividade obrigatória, visando capacitar e instrumentalizar o aluno para o exercício profissional é acompanhado pelo supervisor de estágios, sistematicamente. Acontece nos 5º, 6º e 7º semestres do curso e com ele o discente tem a oportunidade de estar em contato com profissionais de várias áreas em seu local de trabalho, lidando com o cotidiano profissional. Entende-se que esta construção se dará através da articulação entre todas as disciplinas.

O currículo do curso de Publicidade e Propaganda estabelece uma carga horária mínima de 240 horas de estágio a ser realizado em instituição pública ou privada, ou agência particular a escolha do discente e com anuência do supervisor de estágio e do coordenador de curso.

Entende-se por Estágio Supervisionado, obrigatório, aquele período em que o estudante vivencia experiências práticas em empresas que lhes proporcionem uma aplicação dos conteúdos e metodologias obtidos durante a graduação.

Constitui objetivos do Estágio Supervisionado a agregação dos valores preconizados nas habilidades e competências gerais definidas no perfil do egresso. O discente deve trazer da prática de estágio profissional questões a serem problematizadas e analisadas para exposição oral e debate entre os estudantes que estiverem cumprindo a carga horária de estágio obrigatório.

Os alunos serão avaliados pelo supervisor de estágio do curso em formulário próprio. O aluno que não obtiver um desempenho acadêmico satisfatório no decorrer do estágio poderá ser considerado inapto e ser reprovado, tendo que cumprir novamente a atividade.

O estágio deve ser exercido em agências de publicidades, empresas públicas ou privadas, desde que possuam um orientador legalmente habilitado. O estágio deve ser comprovado através de Relatório de Estágio entregue ao Supervisor de estágio ao final de cada período.

A atividade de estágio é um fator significativo na formação do profissional, por proporcionar a interação do aluno com a realidade da profissão e a complementação prática do aprendizado acadêmico.

A atividade de estágio traz uma contribuição prática e efetiva:

I. Para a **unidade concedente** de estágio, pela contribuição do aluno com o desenvolvimento desta organização,



II. Para a *instituição de ensino*, por colaborar com a efetividade da formação que ela oferece,

III. Para o *aluno*, pela experiência adquirida.

Todo e qualquer estágio é uma atividade curricular com caráter pedagógico, pressupondo, portanto, sua integração ao processo curricular. Por consequência, deve ser obrigatoriamente aprovado, mediante descrição das atividades que serão realizadas e acompanhadas por um professor/orientador, mediante relatório de estágio, bem como supervisionado e avaliado por um profissional da empresa/instituição concedente.

O UNIPAC Barbacena, através do Setor de Articulação de Estágios, tem o instrumental necessário para gerir e regulamentar todo o processo referente à atividade de estágio, quais sejam: suporte administrativo; centralização das informações; administração; organização e controle dos relatórios e avaliações sobre estágio; viabilização do relacionamento com as empresas mediante negociação de convênio, contrato e outras parcerias.

O Estágio curricular supervisionado, no curso de Publicidade e Propaganda, sendo uma atividade curricular obrigatória, deve ser pensado essencialmente como uma oportunidade de utilização da formação científica e técnica no exercício prático da futura profissão, de modo que o estudante possa obter novas informações e experiências, complementando a formação adquirida, quando terá a oportunidade de:

- ✓ Desenvolver atividades da área profissional;
- ✓ Adquirir novas experiências no campo profissional;
- ✓ Identificar necessidades para a respectiva formação;
- ✓ Aplicar conhecimentos teóricos adquiridos;
- ✓ Refletir criticamente sobre habilidades, atitudes e competências ainda necessárias para a professionalização;
- ✓ Analisar situações e propor soluções para os problemas;
- ✓ Avaliar a ação cotidiana frente aos princípios da ética profissional;
- ✓ Analisar o funcionamento do sistema da empresa-campo de estágio.

O Estágio Supervisionado só poderá ser desenvolvido em organizações cujas atividades profissionalizantes estejam correlatas à formação do curso oferecido. O encaminhamento formal para o campo do Estágio Supervisionado será realizado após solicitação pelo aluno de Carta de Apresentação à Empresa Campo e posterior assinatura do Convênio (IES e Concedente), Termo de Compromisso de Estágio e Plano de Estágio (IES, Concedente e aluno/estagiário). Para acompanhamento do estágio o professor orientador utiliza como subsídio as descrições constantes no plano de estágio e os relatórios, entregues pelo aluno semestralmente, incluindo as observações feitas pelo supervisor no campo.

A duração do estágio curricular obrigatório será de, no mínimo, 260 horas, obedecendo às disposições legais pertinentes.



O estágio curricular obrigatório será realizado nos 5º, 6º e 7º semestres do curso. O professor orientador será da área de formação do curso e este será responsável pelo acompanhamento e avaliação das atividades do estagiário.

Seguem convênios firmados entre o UNIPAC Barbacena e empresas públicas e privadas de Barbacena e região:

CENTRO UNIVERSITÁRIO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS – UNIPAC CAMPUS BARBACENA CURSO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
ABATEDOURO PRADENSE S.A.	PRADOS/BARBACENA
ABC RÁDIO E TV LTDA - RÁDIO SUCESSO FM	BARBACENA
ASSOCIAÇÃO SOCIOAMBIENTAL FILHOS DAS ESTRELAS - ASAFAE	BARBACENA
CLÍNICA DE ODONTOLOGIA INTEGRADA - COI	BARBACENA
DISTRIBUIDORA CAMPOS BARBACENA LTDA	BARBACENA
ENSINO PROFISSIONALIZANTE LTDA	BARBACENA
FUNDAÇÃO JOÃO XXIII	BARBACENA
FUNDAÇÃO JOSÉ BONIFÁCIO LAFAYETTE DE ANDRADA - FUNJOBE-RÁDIO EDUCATIVA PRINCESA DOS CAMPOS-RADIO 93 FM	BARBACENA
MARLUVAS EQUIPAMENTOS DE SEGURANÇA LTDA	DORES DE CAMPOS
OBRAS SOCIAIS DA PARÓQUIA NOSSA SENHORA DA PIEDADE	BARBACENA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTANA DO GARAMBÉU	SANTANA DO GARAMBÉU
PREFEITURA MUNICIPAL DE ALTO RIO DOCE	ALTO RIO DOCE
PREFEITURA MUNICIPAL DE ALFREDO VASCONCELOS	ALFREDO VASCONCELOS
PREFEITURA MUNICIPAL DE ANTÔNIO CARLOS	ANTÔNIO CARLOS
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACITABA	ARACITABA
PREFEITURA MUNICIPAL DE BARBACENA	BARBACENA
PREFEITURA MUNICIPAL DE BARROSO	BARROSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE BIAS FORTES	BIAS FORTES
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAPELA NOVA	CAPELA NOVA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CARANDAÍ	CARANDAÍ
PREFEITURA MUNICIPAL DE CIPOTÂNEA	CIPOTÂNEA
PREFEITURA MUNICIPAL DE CRISTIANO OTONI	CRISTIANO OTONI
PREFEITURA MUNICIPAL DE DESTERRO DO MELO	DESTERRO DO MELO
PREFEITURA MUNICIPAL DE DONA EUZÉBIA	DONA EUZÉBIA
PREFEITURA MUNICIPAL DE DORES DE CAMPOS	DORES DE CAMPOS
PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGOA DOURADA	LAGOA DOURADA
PREFEITURA MUNICIPAL DE MERCÊS	MERCÊS
PREFEITURA MUNICIPAL DE OLIVEIRA FORTES	OLIVEIRA FORTES
PREFEITURA MUNICIPAL DE RESSAQUINHA	RESSAQUINHA
PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO POMBA	RIO POMBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE RITÁPOLIS	RITÁPOLIS
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA BÁRBARA DO TUGÚRIO	SANTA BARBARA DO TUGÚRIO
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DE MINAS	SANTA CRUZ DE MINAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTANA DOS MONTES	SANTANA DOS MONTES
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA RITA DO IBITIPOCA	SANTA RITA DE IBITIPOCA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTOS DUMONT	SANTOS DUMONT
PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHORA DAS DORES	DORES DE CAMPOS
RAFFAELLA NELSINA VERCEZA DE CARVALHO DOS SANTOS	BARBACENA
RIVELLI ALIMENTOS LTDA	BARBACENA
SANTA CASA DE MISERICÓRDIA DE BARBACENA	BARBACENA
UNIMED	BARBACENA
VÍNICIUS JOSÉ DE SOUZA - GRÁFICA PRINTMIX	BARBACENA



O Estágio Supervisionado do curso de Publicidade e Propaganda atende às políticas gerais previstas e possui regulamento e manual próprios que se encontram disponíveis na Instituição sendo obrigatório o acesso e conhecimento dos referidos documentos pelos profissionais envolvidos no processo de estágio, bem como dos alunos do curso.

O Manual de Estágio contempla a relação orientador/aluno, compatível com as atividades a serem realizadas, as atribuições dos Coordenadores e Supervisores, as estratégias para gestão e integração entre o ensino e o mercado de trabalho, devendo, ainda, considerar as competências e habilidades previstas no perfil do egresso, os mecanismos de interlocução da IES com as empresas conveniadas, permitindo gerar insumos e mecanismos para acompanhamento e atualização das práticas de estágio.

Regulamento de Estágio

O estágio em Publicidade e Propaganda atende às políticas gerais previstas no PDI e está regulamentado pelo Colegiado de Curso (Anexo 01).

3.8 Atividades Complementares

As Atividades Complementares contribuem para a articulação teoria-prática e propiciam ao aluno contato com o mundo do trabalho desde o início do curso, possibilitando que estabeleça relações com sua futura área profissional. Essas Atividades enriquecedoras objetivam criar no aluno a cultura da educação continuada e autônoma e a visão da necessidade de atualização permanente em seu processo de formação acadêmica e profissional.

As Atividades Complementares do curso devem ter aderência à formação geral e específica do aluno e são classificadas, conforme sua natureza nas seguintes categorias: Ensino e de Enriquecimento Curricular; Pesquisa e Produção Científica; Extensão; Socioculturais, Artísticas e Esportivas; Nivelamento. O aluno é obrigado a fazer atividades de pelo menos 3 (três) categorias, distribuídas da seguinte forma: 60h em atividades da categoria do Programa de Nivelamento, obrigatória, e demais horas distribuídas em no mínimo em duas categorias distintas previstas nesta resolução.

Quando estabelecido pelas DCN's, as Atividades Complementares constam do currículo dos cursos do UNIPAC e têm como princípio a autonomia cognitiva do futuro profissional. Por meio dessas Atividades espera-se construir no aluno maturidade acadêmica e o despertar para a necessidade da formação continuada e da atualização constante. Através das Atividades Complementares, hão de se estabelecer diretrizes que permitam a o estudante trilhar sua própria trajetória acadêmica, preservando sua identidade e sua vocação.

Tais Atividades ampliam o espaço de participação do aluno no processo didático-pedagógico, no qual deve ser sujeito da relação pedagógica, consoante a tendência da legislação e das políticas educacionais no sentido de flexibilizar o curso, dando oportunidade ao aluno de buscar uma formação de acordo com suas aptidões.



O máximo de horas dedicadas a esse tipo de atividade não pode, somado à carga horária do estágio supervisionado, ultrapassar 20% (vinte por cento) da carga horária total do curso, salvo nos casos previstos nas Diretrizes Curriculares respectivas. O Colegiado e a Coordenação dos cursos definem a carga horária total das Atividades Complementares, garantindo a oferta regular de atividades e o controle do cumprimento por cada aluno.

As Atividades Complementares, além de propiciar a flexibilização dos currículos, buscam promover o relacionamento do aluno com a realidade social, econômica e cultural da sua categoria profissional e o entendimento da necessidade da educação continuada e autônoma. As Atividades Complementares, assim como as atividades práticas e de estágio supervisionado, caracterizam-se como mecanismos de interação com o mundo do trabalho, assim como possibilidades metodológicas que permitam uma formação complexa, além da flexibilidade de carga horária semanal, com controle do tempo total de dedicação do estudante.

Cabe à Coordenação de curso avaliar a documentação apresentada à luz do Regulamento de Atividades Complementares e, validando as atividades, encaminhar para o devido registro acadêmico.

As Atividades Complementares do curso atendem às políticas gerais previstas no PDI e estão regulamentadas pelo Órgão Competente (Anexo 02).

3.9 Trabalho de Conclusão de Curso

O TCC atende às políticas gerais previstas no PDI e o mesmo possui Regulamentação própria, anexa ao PPC do curso. O Trabalho de Conclusão de Curso, oferta ao aluno a possibilidade de realização na modalidade de Monografia ou Projeto Experimental (Campanha Publicitária). O Trabalho de Conclusão de Curso se constitui atividade obrigatória no curso de Publicidade e Propaganda, sendo desenvolvido no último semestre do curso, com carga horária de 80 horas. O Trabalho de Conclusão de Curso pode ser classificado em duas modalidades distintas, sendo elas:

- I. Monografia**
- II. Projeto de Campanha**

O Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser realizado sob a supervisão individual ou em grupo de um professor orientador durante seu desenvolvimento, onde a abordagem do objeto de estudo deverá relacionar-se com a habilitação do curso. A avaliação do TCC, seja na modalidade de monografia ou projeto de campanha, será realizada por uma banca examinadora, conforme disposto no Regulamento próprio. A avaliação será realizada a partir da apresentação dos trabalhos escritos, seguidos por uma exposição oral junto à banca examinadora que poderá ser pública. Será considerado apto o trabalho que obtiver nota igual ou superior a 60 pontos, devendo ser lavrada ata constando data, a banca examinadora, alunos e nota, sendo que o trabalho que tiver alguma restrição ou recomendação



apontada pela banca examinadora deverá ser revisado no prazo estipulado por esta. Um conjunto de normas institucionais orientará o desenvolvimento do TCC, no que diz respeito à sua organização técnica.

Quando aprovados, os Trabalhos de Conclusão de Curso são devidamente catalogados pela Bibliotecária responsável e disponibilizados para consulta eletronicamente através do PHL, que é um sistema desenvolvido para a administração, organização e disponibilização de acervos e serviços. Desta forma há disponibilização dos TCC em repositórios institucionais próprios, acessíveis pela internet.

O TCC atende às políticas gerais previstas no PDI e está devidamente regulamentado.

3.10 Apoio ao Discente

O UNIPAC tem como objetivo em sua política prestar atendimento de qualidade aos estudantes, contribuindo para seu ingresso, permanência e êxito acadêmico. Para isso, conta com programas, projetos e/ou ações que visam ao atendimento do estudante (psicopedagógico, social, acessibilidade, nivelamento, monitoria, ouvidoria, núcleo de estágio e empregabilidade do aluno, centro integrado de acadêmico-financeiro, núcleo de estratégias pedagógicas e avaliação da aprendizagem e o Centro de Atendimento Discente - CAD).

3.10.1 Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP)

No UNIPAC Campus Barbacena, o apoio psicopedagógico é realizado pelo Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP) e tem os seguintes objetivos:

- I.** Orientar alunos, professores, funcionários e pais de alunos em questões psicológicas e educacionais, com acompanhamento preventivo e curativo (equilíbrio emocional); e
- II.** Nortear os alunos, professores e pais, utilizando técnicas psicopedagógicas, detectando deficiências na aquisição do conhecimento e de aprendizagem, para agir adequadamente no sentido de se obter maior rendimento acadêmico.

O apoio psicopedagógico no UNIPAC Campus Barbacena é desenvolvido por profissionais especializados. O objetivo do serviço é responder, individualmente ou em grupo, as demandas da comunidade acadêmica, afim de promover a saúde dos relacionamentos interpessoais e institucionais que contribuem para o processo ensino-aprendizagem.

Uma das finalidades do apoio psicopedagógico é orientar e auxiliar na realização das atividades acadêmicas definidas pelos docentes da IES, ou ainda,



sugerir o devido encaminhamento para os casos em que se fizer necessário um atendimento mais especializado.

3.10.2 Apoio Social

O objetivo do apoio social é o atendimento às demandas sociais apresentadas pela comunidade acadêmica através de análise sistemática e apresentação de projetos que visem o fortalecimento do indivíduo e a melhoria da qualidade de vida. Poderão ser estabelecidos projetos voltados para os diversos segmentos como capacitação profissional e ampliação da formação intelectual e cultural.

Como meio de propiciar o ingresso e a permanência do aluno no UNIPAC, são oferecidos também programas de financiamento estudantil como FIES e o Crédito Educativo. São oferecidas, também, bolsas pelo programa PROUNI. São concedidas ainda bolsas nos Programas Bolsa Parcial como ações promocionais visando atender alunos em situação econômica menos favorecida: “Obtenção de Novo Título”, “Bolsa Transferência”, Bolsa Parcial “Estrelas do Enem”, Bolsa Parcial “Campanha Vestibular”, Bolsa Parcial “Retorno”, Bolsa Parcial “Vestibular Premiado”, e a Bolsa Social.

3.10.3 Política de Acessibilidade e Inclusão

A constituição de uma política para pessoas com deficiências representa para o UNIPAC, o cumprimento dos próprios princípios que adota. Sendo mantida por uma Fundação de direito privado, sem fins lucrativos, tem no compromisso social o indicador e o estímulo para as suas ações e desenvolvimento nesta área.

Tendo como objetivo constante a execução do seu papel social, que assume ao considerar o interesse público e o teor de suas atividades, o UNIPAC Campus Barbacena promove oportunidades de inclusão social das pessoas com deficiência levando em conta a diversidade dos perfis que se apresentam à Instituição. Dessa forma, as políticas e programas dedicados especificamente a estes tendem não apenas a cumprir as exigências presentes na legislação vigente, mas, sobretudo visam oferecer um atendimento satisfatório à comunidade acadêmica.

Partindo dessas premissas, em 2016, através da Resolução CONAS n.02/2016, foi criada a Política de Acessibilidade do UNIPAC que visa assegurar o cumprimento dos dispositivos legais e preconizados referenciais da acessibilidade (MEC, 2013). Tem o objetivo de assegurar condições plenas de participação, ensino e aprendizagem, bem como garantir o acesso e permanência dos estudantes com necessidade de atendimento diferenciado.

A Política de Acessibilidade contempla 04 (quatro) áreas, a saber: arquitetônica, atitudinal, pedagógica e comunicacional, propondo medidas institucionais que garantam a inclusão de pessoas com deficiência à vida acadêmica, eliminando barreiras pedagógicas, arquitetônicas e na comunicação e informação, promovendo o cumprimento dos requisitos legais de acessibilidade.



São objetivos da Política de Acessibilidade do UNIPAC Campus Barbacena:

- incorporar transversalmente os conceitos e princípios da acessibilidade em todas as ações, projetos, processos de trabalhos e aquisições realizados na Instituição, para atendimento das demandas internas e da sociedade;

- zelar pela aplicação da legislação sobre os direitos das pessoas com deficiência, bem como das normas técnicas e recomendações vigentes, nas ações, atividades e projetos promovidos e implementados pelos órgãos da do UNIPAC;

- implementar ações continuadas de inclusão social das pessoas com deficiência, de forma a lhes permitir o pleno exercício da cidadania no âmbito do UNIPAC;

- permitir que as pessoas com deficiência tenham acesso aos ambientes, serviços e recursos materiais disponíveis na Instituição, eliminando barreiras físicas e arquitetônicas, com base no conceito de Desenho Universal (projeto para todos), e priorizando soluções passivas, inclusivas e sustentáveis que respeitem a integridade do Patrimônio Histórico e Arquitetônico da do UNIPAC;

- facilitar o acesso das pessoas com deficiência aos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, eliminando barreiras tecnológicas e de comunicação, promovendo a percepção, capacidade de operação, compreensão e robustez daqueles meios;

- promover ações de capacitação de funcionários, para que possam conhecer e adotar novas práticas e tecnologias, a fim de garantir atendimento adequado às pessoas com deficiência;

- promover ações de sensibilização do corpo funcional, difundindo uma cultura de inclusão no UNIPAC e contribuindo para eliminar o preconceito, a discriminação e outras barreiras atitudinais;

- incentivar a participação de funcionários com e sem deficiência no planejamento, execução e avaliação de ações inclusivas na Instituição;

- avaliar periodicamente o desempenho das ações inclusivas implementadas na Instituição, adotando, se necessário, as medidas preventivas e corretivas cabíveis;

- contribuir para o acesso da pessoa com deficiência a postos de trabalho no UNIPAC;

- estabelecer parcerias com outras instituições, sobretudo entes governamentais, para promover a cooperação técnica e o intercâmbio de conhecimentos e experiências, disseminar e compartilhar as melhores práticas em acessibilidade, estimular e apoiar a implementação de ações voltadas à acessibilidade e à inclusão social das pessoas com deficiência;

- divulgar as ações realizadas pelo UNIPAC para promover a acessibilidade e a inclusão social das pessoas com deficiência.

A atenção da Instituição para com pessoas com deficiências ou necessidades educacionais especiais começa antes mesmo da efetivação da matrícula. Com relação ao processo seletivo para o ingresso do aluno, a Comissão responsável disponibiliza para os candidatos com deficiências ou necessidades educacionais especiais as condições necessárias para a realização de suas provas. Assim, proporciona para os deficientes auditivos e visuais, funcionários que efetuam a leitura da prova ou provas ampliadas, de acordo com a demanda do candidato. Para aqueles que apresentam dificuldades de locomoção efetua o encaminhamento dos



mesmos até as salas nas quais existe maior facilidade de acesso.

A seguir, um breve resumo de algumas ações realizadas pelo UNIPAC para favorecer a inclusão e a acessibilidade de sua comunidade acadêmica:

I - Para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida: adequação e adaptação do acesso às dependências da Instituição. A instituição mantém em sua sede e polos as dimensões referenciais para deslocamento de pessoas; adota diferentes formas de comunicação (visual, tátil e sonora) e sinalização (permanente, direcional, de emergência).

II - Para pessoas com deficiência visual: a Instituição disponibiliza, na Biblioteca um computador com programa específico instalado (Dosvox) que permite que um texto seja transformado em arquivo audível e transferível para os endereços eletrônicos dos alunos, possibilitando-lhes fazer uso dos mesmos no momento de sua conveniência. O sistema Dosvox permite que deficientes visuais utilizem um microcomputador comum (PC) para desempenhar uma série de tarefas, adquirindo assim independência no estudo e no trabalho. Além disso, foi instalado piso tátil nas dependências da Instituição e sinalização em braile.

III - Para alunos com deficiência auditiva: visando atender o deficiente auditivo, tem como política estabelecer convênios com instituições que possuem profissionais intérpretes da língua de sinais -LIBRAS. Na ocorrência de demanda é disponibilizado Intérprete de LIBRAS ao aluno.

IV - Nos cursos de graduação, bacharelado, a disciplina LIBRAS é oferecida como componente curricular optativo. No curso de Pedagogia e demais licenciaturas é oferecida como disciplina curricular obrigatória. As atividades possuem cunho teórico-metodológico que contemplam a Legislação sobre o ensino da LIBRAS no Brasil, ou seja, o vocabulário em Língua Brasileira de Sinais. Os aspectos metodológicos do ensino da Língua de Sinais como segunda língua preveem, ainda, atividades práticas para o ensino da mesma.

V - Para alunos com transtorno do espectro autista: a Instituição, em casos de comprovada necessidade, assegura ao candidato as condições adequadas à participação no processo eletivo. Sendo o candidato aprovado, é assegurado o direito à matrícula, bem como o direito a um acompanhante especializado, caso se faça necessário.

VI - Para alunos com necessidades educacionais especiais: visando proporcionar as condições para acesso e a permanência desses, com o apoio do corpo docente e técnico administrativo, o UNIPAC envida esforços para oferta de materiais especializados, o uso de metodologias e atividades diversificadas para atender aos diferentes estilos de aprendizagem e o apoio de tecnologias assistivas.

VII - Para pessoas com deficiência auditiva e/ou baixa visão: o site institucional assegura acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva por meio do software Tradutor em LIBRAS, VLibras, bem como favorece a leitura para pessoas com baixa visão utilizando recurso de ampliação da fonte.

O UNIPAC possui Plano de Garantia da Acessibilidade, elaborado por profissional especializado.



3.10.4 Programa de Nivelamento

O UNIPAC conta com um Programa Institucional de Nivelamento com o objetivo de oferecer ao acadêmico com dificuldades em acompanhar determinados componentes curriculares, as condições adequadas para a superação de suas dificuldades, especialmente no início do curso, permitindo que ele acompanhe o processo ensino-aprendizagem em sua plenitude.

O programa de Nivelamento em Matemática, em Português e em História do Brasil no UNIPAC Campus Barbacena visam ao aprimoramento intelectual e à vida acadêmica dos universitários, além de resgatar conteúdos até então não assimilados pelos alunos no Ensino Médio.

O Programa de Nivelamento do UNIPAC Campus Barbacena é realizado no ambiente virtual de aprendizagem utilizado pela Instituição.

Todos os cursos de graduação da Instituição oferecem o Programa de Nivelamento aos seus ingressantes.

3.10.5 Monitoria

A realidade atual leva ao ensino superior um contingente de alunos com déficit do Ensino Médio, o que cria dificuldades acentuadas para os professores em seu desempenho docente e, mais grave ainda, leva os alunos com maior nível de dificuldades ao desestímulo, à insuficiência de aprendizagem e até à desistência do curso. Além do tradicional Programa de Monitoria presencial que tem como objetivo à incorporação do aluno em atividades auxiliares às tarefas docentes, oportunizando a consolidação de sua formação acadêmica, a melhoria da qualidade da aprendizagem, a qualificação pessoal do discente, o desenvolvimento de habilidades relativas à carreira docente e a integração ativa entre professores e alunos em dinâmica teórico-prática, foi também instituído o Programa de Monitoria Virtual, com o mesmo objetivo do programa tradicional presencial, visando ampliar o atendimento aos alunos com dificuldade de deslocamento, residentes em cidades distantes do Campus do UNIPAC Barbacena, bem como ao aluno trabalhador que não dispõe de tempo para frequentar atividades presenciais.

3.10.6 Ouvidoria

A Ouvidoria é um canal de comunicação entre a IES e a comunidade acadêmica, através do qual o cidadão pode manifestar, democraticamente, sua opinião acerca dos serviços prestados pela Instituição. As pessoas podem se valer dela para fazer reclamações, comentários, dúvidas, elogios e sugestões que possam melhorar o funcionamento da Instituição, bem como solicitar auxílio sobre os serviços prestados. A Ouvidoria relaciona-se diretamente com os órgãos envolvidos para a busca de soluções e respostas, em âmbito institucional e comunitário, aos que dela se servem.



São objetivos da Ouvidoria:

- I.** receber críticas, analisar as informações, reclamações, denúncias, sugestões, em relação às atividades da Instituição, encaminhadas pela comunidade;
- II.** aperfeiçoar o processo democrático;
- III.** apreciar a procedência das queixas;
- IV.** agilizar o processo de análise e decisão das demandas recebidas;
- V.** assegurar o direito de resolução do problema do usuário, mantendo-o informado do processo; e
- VI.** sugerir medidas de ajustes às atividades administrativas, melhorando o desempenho Institucional.

A comunicação com a Ouvidoria é realizada por acesso virtual, Fale Conosco, que fica disponível 24h, inclusive aos finais de semana. O retorno do solicitante deve ser dado em até 48 horas; através das caixas de sugestões afixadas em 5 pontos estratégicos no Campus Sede e, ainda, presencialmente.

Para os alunos da graduação on-line do UNIPAC foi disponibilizada uma Ouvidoria virtual no AVA para melhor acesso dos alunos dos polos e ambientes profissionais que vierem a existir.

3.10.7 Centro Integrado Acadêmico e Financeiro (CIAF)

Data de 2015 o início das atividades do Centro Integrado Acadêmico e Financeiro – CIAF com o objetivo de atender ao aluno, *in loco*, no tocante às questões financeiras e acadêmicas.

O atendimento é individualizado e visa proporcionar conforto e comodidade ao aluno, num único local, para retirada de documentos e resolução de demandas encaminhadas via portal do aluno e aplicativo UNIPAC MOBILE. O UNIPAC MOBILE disponibiliza as seguintes funcionalidades: consulta de notas, frequência, calendário acadêmico, calendário de eventos acadêmicos, culturais e artísticos da Instituição e do município, extração de relatórios de adimplência, atestado de matrícula e extrato financeiro para imposto de renda, acesso aos materiais postados no AVA, área de solicitações diversas e a Central de Comunicação do Professor, pelo qual o docente pode enviar comunicados diversos aos alunos.

3.10.8 Centro de Acompanhamento Discente (CAD)

O Centro de Acompanhamento Discente (CAD) tem como objetivo acompanhar o aluno desde o seu ingresso até a conclusão do curso. O CAD faz um monitoramento proativo do desenvolvimento acadêmico e da situação financeira do aluno, visando detectar previamente possíveis problemas que impactem na permanência do aluno na Instituição.

O CAD conta profissional que atende até 400 alunos, contatando através de chat *on-line*, telefone e e-mail.



3.10.9 Intermediação e acompanhamento de estágios não obrigatórios

O setor de estágio oferece a Sala de Empregabilidade que busca estabelecer convênios com empresas, entidades de classe e órgãos públicos visando o encaminhamento dos alunos para programas de estágios remunerados, bem como para entrevistas de emprego em vagas apresentadas por estas instituições. Durante todo o período do estágio é mantido contato com o aluno e representantes das concedentes, objetivando monitorar a aquisição das competências e habilidades propostas. O setor de estágio através da sala de empregabilidade propõe e executa projetos que proporcionem a inserção do aluno no mercado de trabalho e tem as seguintes atribuições:

- I - estabelecer relação entre a Instituição e o mercado profissional;
- II - capacitar os alunos utilizando ferramentas gerenciais, metodologias e estratégias específicas para facilitar e ampliar a inserção no mercado de trabalho;
- III - coordenar e supervisionar os estágios não obrigatórios;
- IV - estabelecer parcerias para realização de estágio não obrigatório e para empregabilidade do aluno;
- V - organizar processo de seleção dos alunos para vagas de estágio ou emprego captadas;
- VI - analisar o perfil comportamental dos alunos dos cursos de graduação para melhor direcionamento no processo citado acima.

3.10.10 Ações Inovadoras para Atendimento ao Discente

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos de Barbacena propõe-se a desenvolver as seguintes ações inovadoras de apoio ao discente no curso de Publicidade e Propaganda:

- ✓ Estabelecer convênios com empresas públicas e privadas para encaminhamento de alunos a estágios curriculares não obrigatórios e remunerados, mediante intermediação e acompanhamento de profissionais da Instituição;
- ✓ Organizar Atividades de recepção e ambientação entre calouros e ingressantes;
- ✓ Fortalecer relacionamentos de amizade entre toda a comunidade acadêmica;
- ✓ Disponibilizar pauta de comunicação nas redes sociais com a publicação de posts de boas vindas e demais informações de interesse do curso;
- ✓ Fornecer gratuitamente carteira estudantil;
- ✓ Apoiar o aluno na realização de atividades extraclasses, através do Ambiente Virtual de Aprendizagem.



3.10.11 Política de Intercâmbio

O processo de internacionalização das mantidas pela Fundação Presidente Antônio Carlos - FUPAC, nasceu no ano de 2002 com o objetivo de enriquecimento das atividades desenvolvidas, por meio do intercâmbio de alunos e professores.

Os professores visitantes, oriundos das IES conveniadas, ministram workshops, seminários, congressos, palestras, aulas etc.

Para o curso de Publicidade e Propaganda, o UNIPAC de Barbacena busca firmar convênios com outras instituições nacionais e internacionais para que alunos e professores possam compartilhar experiências e adquirir novos conhecimentos, sendo que, atualmente, a IES mantém convênio a International Business School Americas (IBS São Paulo Representação Ltda.). Para tal, é composta uma Comissão formada por todos os segmentos da comunidade acadêmica sendo responsável por conduzir um processo seletivo dividido em duas etapas: uma avaliação escrita de conhecimentos específicos da área do aluno e uma entrevista onde se avalia o perfil do aluno, bem como domínio de língua estrangeira, quando for o caso.

Ao retornarem do intercâmbio os alunos deverão apresentar trabalhos como forma de multiplicação dos conhecimentos adquiridos e, como alternativa, para repor a(s) atividade(s) avaliativas que perderam.

3.11 Gestão do Curso e os Processos de Avaliação Interna e Externa

A autoavaliação ou avaliação interna no UNIPAC é coordenada pela Comissão Própria de Avaliação (CPA), e tem como principal objetivo a identificação dos problemas, para corrigir possíveis deficiências e para introduzir as mudanças que signifiquem uma melhoria imediata da qualidade do ensino e da instituição como um todo. Para isso, são consideradas obrigatoriamente dez dimensões, contemplando: a missão e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI); a política para o ensino, investigação científica, pós-graduação e extensão; a responsabilidade social da instituição; comunicação com a sociedade; políticas de recursos humanos; organização e gestão; infraestrutura física; planejamento e avaliação; políticas de atendimento ao estudante; e a sustentabilidade financeira da instituição.

A Avaliação Institucional consiste em um processo permanente de elaboração de conhecimentos e de intervenção prática, que permite retroalimentar as mais diversas atividades da Instituição, durante todo o seu desenvolvimento e ocorre em dois momentos:

I. Avaliação do docente, professor-tutor e tutor por disciplina (semestralmente, envolvendo coordenadores, docentes, professores-tutores, tutores e discentes);

II. Avaliação do docente, professor-tutor, tutor presencial pelo coordenador de curso (semestral);



III. Avaliação do tutor virtual pelo docente da disciplina (semestral);

IV. Avaliação do coordenador de curso pelo docente, professor-tutor, tutor presencial e discente (semestral); e

V. Avaliação Institucional Geral (de três em três anos, envolvendo todos os segmentos: discentes, docentes, professores-tutores, coordenadores, diretores, funcionários técnico-administrativos e tutores, egressos do curso, representantes da sociedade civil organizada).

A sistemática da avaliação institucional, com vistas à melhoria da qualidade é desenvolvida obedecendo aos seguintes princípios básicos:

I. Sensibilização de todos os segmentos da comunidade acadêmica para sua relevância;

II. Reconhecimento da legitimidade e pertinência dos princípios norteadores e dos critérios a serem adotados; e

III. Envolvimento direto de todos os segmentos da comunidade acadêmica na sua exceção e na implementação de medidas para melhoria do desempenho institucional.

Todos os segmentos, em igualdade de participação, se envolvem no processo respondendo a questionários, participando de entrevistas, analisando os aspectos positivos e negativos dos cursos, discutindo em grupo as debilidades e fortalezas do UNIPAC, também dando sugestões que provoquem a melhoria da sua qualidade.

Os instrumentos de coletas são diversificados na medida em que não aplicase apenas questionários de percepção da comunidade acadêmica, mas também são analisados dados do perfil institucional, principalmente, sobre o corpo docente, discente, técnico-administrativo e tutorial e, na medida do possível, até da comunidade externa. Por esses instrumentos a Instituição identifica o perfil docente e tutorial, em geral e segmentado por curso, e da mesma forma para discentes e técnico-administrativos. São avaliados itens como: formação docente, titulação, experiência diversas (educação básica e superior, profissional não docente) experiência na modalidade à distância, perfil de formação da educação básica, faixa de renda, experiências culturais diversas e outros identificados por nossa CPA e detalhados em projeto próprio.

Os resultados da Avaliação Institucional são validados estatisticamente realizando o cruzamento dos dados coletados em diferentes segmentos. Em seguida é feito o retorno da avaliação a todos os segmentos envolvidos de tal forma que estes tenham conhecimento das recomendações de melhorias, cujo enfoque é a implementação de mudanças e projetos no sentido de alcançar as metas ali sugeridas.

O retorno dos resultados é feito através de:

I. divulgação dos resultados gerais na unidade e nos cursos, inclusive, por meios eletrônicos;

II. retorno individual dos resultados, aos professores e tutores do curso, através de documento contendo a análise individual do desempenho (entregue pelo coordenador);



- III. reuniões com corpo administrativo;
- IV. reuniões com corpo docente e tutorial; e
- V. informativo distribuído aos alunos quanto às melhorias efetivadas a partir da solicitação do corpo discente.

O UNIPAC instituiu o selo "Você avaliou, a CPA analisou e o UNIPAC melhorou" com o objetivo de destacar para a comunidade em seus ambientes as ações de melhorias efetivas promovidas a partir da percepção dos atores sociais.

A CPA, além dos relatórios institucionais, elabora relatórios segmentados para cada curso da Instituição que serão remetidos ao NDE com recomendações para processos decisórios. De posse destas, é política institucional que cada NDE responda a esses relatórios com a realização de ações efetivas de melhoria no âmbito do seu curso.

Assim, o projeto de autoavaliação do UNIPAC tem grande abrangência nos diversos segmentos envolvidos no dia a dia da instituição, gerando indicadores que permitirão ao curso identificar suas potencialidades e suas oportunidades de melhoria, à luz dos eixos/dimensões previstos no SINAES, conforme a Lei nº 10.861/2004 e a Nota Técnica INEP/DAES/CONAES nº 065/2014.

Os relatórios produzidos pela Ouvidoria, canal que possibilita a comunicação da instituição com a comunidade interna e externa, são utilizados para complementar o processo de autoavaliação. As opiniões da comunidade externa são também coletadas por meio do uso de aplicativo e redes sociais e, ainda, através de instrumentos de pesquisa.

As avaliações externas realizadas pelo MEC/INEP subsidiam o processo de autoavaliação do UNIPAC vez que os seus resultados possibilitam traçar um panorama da qualidade dos cursos presenciais e a distância, bem como subsidiam a gestão da IES e dos cursos. Os resultados do questionário do estudante (ENADE), considerando as questões gerais e aquelas relacionadas ao CPC, são analisados, e as ações são empreendidas em busca de melhorias.

3.12 Atividades de Tutoria Institucional

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Campus Barbacena – utiliza a plataforma *Blackboard* para oferta de componentes curriculares *on-line* nos cursos de graduação presencial, bem como suporte às disciplinas presenciais.

Adota nos componentes curriculares *on-line* o modelo que privilegia e incentiva a aprendizagem autônoma dos discentes, o que não significa deixá-los sem o devido acompanhamento e orientação em sua trilha de aprendizagem.

Os componentes curriculares *on-line* do curso de Publicidade e Propaganda contam com um professor-tutor. A concepção do professor-tutor é definida por Machado & Machado (2004), embasadas nos trabalhos de Perrenoud (2000) e Almeida (2001):



“mais do que ensinar, trata-se de fazer aprender (...), concentrando-se na criação, na gestão e na regulação das situações de aprendizagem” (Perrenoud, 2000:139). O professor-tutor atua como mediador, facilitador, incentivador, investigador do conhecimento, da própria prática e da aprendizagem individual e grupal (MACHADO & MACHADO, 2004, p.6).

O professor-tutor possui formação na área do componente curricular que leciona e desenvolve as seguintes funções:

- a) promover a interação e a mediação entre aluno-objeto de estudo e aluno-aluno, estimulando a reflexão, a autonomia da aprendizagem e a busca pelo conhecimento;
- b) selecionar e preparar todo o conteúdo curricular articulado a procedimentos e atividades pedagógicas;
- c) identificar os objetivos referentes a competências cognitivas, habilidades e atitudes;
- d) apoiar o NDE na avaliação da bibliografia, videografia, iconografia, audiografia, tanto básicas quanto complementares, quando necessário;
- e) realizar a gestão acadêmica do processo de ensino-aprendizagem, em particular motivar, orientar, acompanhar e avaliar os estudantes;
- f) avaliar-se continuamente como profissional participante do coletivo de um projeto de ensino superior.

Atualmente os componentes curriculares *on-line* ofertados na matriz curricular do curso são: Leitura e Produção de Textos, Nivelamento em Português, Estatística, Nivelamento em Matemática, Metodologia do trabalho Científico, Tecnologia Web, Nivelamento de História do Brasil, Direitos Humanos, Filosofia, Sociologia, Ciência Política, Educação Ambiental, Empreendedorismo, Libras e correspondem a 18,5% da carga horária total do curso.

As atividades do professor-tutor dos componentes curriculares *on-line* são avaliadas pelos alunos, pela equipe pedagógica do NEO e por ele mesmo com o objetivo de promover ações corretivas e de aperfeiçoamento para o planejamento.

3.13 Conhecimentos, Habilidades e Atitudes Necessárias às Atividades de Tutoria

Em se tratando de Ensino, o Capital Humano é o grande diferencial de qualidade. Assim, a equipe de tutoria assume um papel relevante no sucesso do curso.

Numa sociedade do conhecimento o conhecimento e a informação tornaram-se as matérias-primas básicas e os produtos mais importantes. “O tutor é sempre alguém que possui duas características essenciais: domínio do conteúdo técnico-científico e, ao mesmo tempo, habilidade para estimular a busca de resposta pelo participante” (MALVESTIT, L. 2005).

São consideradas competências essenciais ao bom desempenho das atividades de tutoria: pedagógicas, socio afetivas, tecnológicas e mediação pedagógica (ALMEIDA; AMARAL. 2017) (TRACTENBERG; TRACTENBERG, 2007).



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

As competências pedagógicas envolvem capacidades de promover e coordenar discussões, construir relacionamentos e ambiente interpessoal positivo e motivador, entre outras.

As competências socio afetivas se relacionam à capacidade de criação de um ambiente interpessoal favorável à aprendizagem.

As competências administrativas referem-se à capacidade de organização e coordenação das atividades e procedimentos relativos ao curso.

As competências mediação pedagógica de mediar, tutorar, facilitar e/ou moderar, promovendo e organizando a interação e a realização das atividades de aprendizagem durante o curso. (TRACTENBERG; TRACTENBERG, p.2. 2007)

Quadro 9 – Matriz de Competências Essenciais ao Bom Desempenho das Atividades de Tutoria

Socioafetivas	Tecnológicas	Mediação Pedagógica	Administrativas
Conhecer o aluno	Capacidade de manusear as Tecnologias de Informação e Comunicação - TICs	Dinamizar a interação coletiva em fóruns de discussão através de debates e troca de ideias entre os participantes de um curso	Planejar atividades
Ter uma linguagem cordial	Capacidade de utilizar as diversas TICs afim de esclarecer possíveis dúvidas dos alunos e propor diferentes estratégias de aprendizagem	Interagir individual e coletivamente com os aprendizes	Administrar o tempo
Ser atento e prestativo às dúvidas, mesmo as mais comuns	Transmitir informações técnicas com clareza	Contribuir com discussões	Orientar procedimentos



Ter uma escuta sensível	Utilizar de forma efetiva e eficiente a tecnologia selecionada para dar suporte à aprendizagem <i>online</i>	Avaliar alunos	Organizar o trabalho cooperativo dos aprendizes
Estimular a participação	Manter o domínio da tecnologia empregada	Observar a participação dos alunos	Acompanhar e adaptar as atividades de aprendizagem conforme a necessidade
Incentivar a todos apontando as facilidades	Usar editores de apresentações interativas	Fazer contato com os alunos silenciosos para incluí-los nas interações	
Destacar o crescimento individual e grupal	Utilizar os recursos de autoria de LMS	Orientar projetos individuais ou em grupo	
Observar as dificuldades e orientar na superação delas	Facilidade para lidar e aprender sobre novas tecnologias	Incentivar os participantes de um curso quanto ao desenvolvimento de seus projetos	
Construir um relacionamento afetivo, pautado na comunicação respeitosa, cordial e comprometida com a aprendizagem		Dar retorno sobre tarefas realizadas	



		Acompanhar o desenvolvimento de protótipos	
		Responder dúvidas	
		Oferecer sugestões	

Fonte: Elaborada a partir dos trabalhos de (ALMEIDA; AMARAL. 2017) e (TRACTENBERG; TRACTENBERG, 2007).

O UNIPAC possui uma política de formação e qualificação do corpo docente bem estruturada e em franco funcionamento desde o nascimento da IES. Desde o início do planejamento para oferta da EaD vem capacitando continuamente: docentes, tutores e pessoal técnico-administrativo.

Pretende-se elevar o nível de qualificação com a promoção da educação continuada, buscando a capacitação dos envolvidos, conforme política institucional de qualificação.

Para garantir a formação continuada e a qualificação dos envolvidos será implementado um sistema de atualização periódica, presencial e a distância, no qual serão abordados temas de relevância para atuação técnico-pedagógica e humanística dos docentes, tutores e pessoal técnico-administrativo, bem como um sistema de orientação para a mediação pedagógica, acompanhamento e avaliação dos estudantes, de modo a manter a unidade de pensamento e ações entre tutores e docentes.

A efetivação dessas políticas será feita através de formação continuada em serviço, de forma presencial ou a distância, tanto em programas internos quanto pela inscrição dos profissionais em programas ofertados por outras instituições e incentivo à participação dos tutores em seminários *on-line*.

Ademais, haverá o acompanhamento das atividades de tutoria que envolverá a produção de relatórios, sistematização de dados acadêmicos dos estudantes, tais como listas de frequência, registro de notas, autoavaliação dos estudantes e demais procedimentos que se fizerem necessários.

Os professores, professores-tutores e tutores foram incluídos na Avaliação Interna ou Autoavaliação Institucional, de forma a possibilitar que sejam avaliados pelos alunos e também se auto avaliem no processo que conduzem. Há a avaliação específica do AVA, dos materiais impressos, das aulas, das mídias alternativas e do atendimento no polo sede. A CPA, além dos relatórios institucionais, elaborará relatórios segmentados para cada curso da Instituição que serão remetidos ao NDE com recomendações para processos decisórios.



3.14 Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no Processo Ensino Aprendizagem

A revolução tecnológica trouxe grandes avanços e impactos significativos no modo de vida das pessoas. Com a globalização e os avanços científicos e tecnológicos o mundo mudou seus processos e sua maneira de produzir, se comunicar e se informar.

Estas transformações há muito vêm impactando as pessoas e, consequentemente, o processo educativo, exigindo mudanças tanto na concepção de educação quanto nos meios para promovê-la. Na era da informação e comunicação as relações aluno/professor/tutor/instituição/família/sociedade estão em constantes transformações, se constituindo tema emergente na educação e, em função disso, as instituições de ensino vêm se adaptando a este contexto.

O sucesso na aplicação das Tecnologias de Informação e Comunicação – TIC's como forma de inovação e significação com vistas à qualidade do processo ensino-aprendizagem, passa também pela formação continuada dos professores e este, talvez, seja o desafio mais urgente na renovação da linguagem pedagógica.

É uma preocupação constante no UNIPAC Campus Barbacena a renovação tecnológica e a implantação das TIC's no processo ensino-aprendizagem, em especial na modalidade EaD, assim como a capacitação docente, reconhecendo que estas proporcionam aos alunos e professores um ambiente de ensino aprendizagem mais interativo, conectado, dinâmico e integrador, auxiliando na construção de competências fundamentais para sua inserção em um mundo cada vez mais tecnológico.

Considerando isso, o UNIPAC oferece como Tecnologias da Informação e Comunicação em sua sede e polos de apoio presencial variados recursos como Ambiente Virtual de Aprendizagem; projetores multimídia; notebooks, TVs com função touch; aparelhos de DVD; aparelhos de viva voz auricular; caixas de som, sons portáteis; espaço interativo com projetor interativo para vídeo conferências; um extenso parque de informática, incluindo 06 (seis) laboratórios de Informática fixos, sendo 1 com 35 computadores, 2 com 25 computadores, 1 com 44 computadores, 1 com 30 computadores e 1 com 15 computadores que atendem as necessidades institucionais considerando os aspectos de equipamentos, normas de segurança, espaço físico, acesso à internet, atualização de software, acessibilidade digital, acessibilidade física, condições ergonômicas, serviços, suporte e plano de atualização; terminais para pesquisa e consulta ao acervo na biblioteca da sede e dos polos.

Todos os laboratórios possuem software *Deep freezer*, mantêm as configurações dos computadores de uma rede imutáveis, evitando danos e economizando tempo de suporte, navegadores de internet, leitores de PDF e ferramentas de edição de texto, planilhas eletrônicas e apresentação de slides (Os laboratórios possuem softwares específicos de utilização de determinados cursos, conforme necessidades pedagógicas); acesso à internet wireless em todos os espaços da instituição na sede e polos; site institucional, perfil no Facebook, Twitter e Instagram, além de um canal no YouTube para manter a proximidade entre a IES e a comunidade acadêmica; acessibilidade em LIBRAS no site institucional; e Biblioteca Virtual contendo diversos links para revistas eletrônicas e bibliotecas virtuais



indicadas pelas coordenações de cursos juntamente com corpo docente: Domínio Público, SCIELO, Biblioteca Virtual de Saúde - BIREME e Portal Capes, Minha Biblioteca.

As Tecnologias da Informação e Comunicação - TICs são aliadas importantes no processo de inclusão e acessibilidade ao ensino superior das pessoas com deficiência e/ou necessidades educacionais especiais, incluindo aqueles com Transtorno do Espectro Autista (Lei 12.764/2012), facilitando a remoção de barreiras nas comunicações. O UNIPAC reconhece a importância dessas tecnologias no processo de acessibilidade, disponibilizando para seus alunos com deficiência e/ou necessidades educacionais especiais, além daqueles recursos gerais, outros mais específicos como: computadores na biblioteca; laboratórios, biblioteca e sala dos professores com programa DOSVOX, que transforma texto em áudio; App tradutor e intérprete de Libras; projetor multimídia e ou TV em todas as salas de aula e laboratórios; ambiente virtual de aprendizagem (plataforma *Blackboard*) que propicia recuperação de conteúdos e revisão de aulas; teclados ampliados e adaptados em Braille; régua Lupa para baixa visão.

Os alunos do curso de Publicidade e Propaganda têm acesso a documentos acadêmicos em meio digital através do Portal Acadêmico e do UNIPAC Mobile.

3.15 Ambiente Virtual de Aprendizagem

As Atividades-Extraclasse-Orientadas e os componentes curriculares *on-line* do Curso de Publicidade e Propaganda são oferecidos em ambiente virtual de aprendizagem (AVA) - plataforma *Blackboard*. A plataforma também é utilizada como suporte dos cursos presenciais na oferta dos cursos 100% a distância do UNIPAC.

A plataforma funciona integralmente via web, que garante ao aluno flexibilidade de acesso considerando-se a esfera temporal (qualquer dia e hora) e a esfera espacial/geográfica (de qualquer local), além de flexibilidade na organização dos estudos.

O *Blackboard* contém ferramentas de ensino, colaboração, avaliação e gestão. Foi preparada para integrar-se aos diversos sistemas de gestão da IES responsáveis pelos processos acadêmicos, inclusive pelo registro definitivo de notas. Reserva-se à plataforma de Educação a Distância a atribuição de operacionalizar os cursos e transferir os resultados (notas). A Plataforma segue os protocolos que garantem a manutenção, segurança, recursos e ferramentas necessárias para o pleno funcionamento da EaD, como:

I. Manutenção: A plataforma é mantida e hospedada em Data Center externo para o provimento de toda infraestrutura necessária: backup, suporte técnico 24x7, acessibilidade adequada e alta disponibilidade. À equipe de informática do setor de EaD compete o monitoramento, soluções de eventuais problemas e integração dos processos e dados junto ao sistema acadêmico.

II. Acesso e segurança: A plataforma permite autenticação e acesso por meio de login e senha pessoal. Os níveis de acesso e operação dentro do ambiente são determinados pelo setor de TI e Coordenação da EaD.



III. Recursos do AVA: Os principais recursos tecnológicos do AVA podem ser agrupados em categorias, a saber:

- a)** Informação e documentação: permite apresentar as informações institucionais do curso, veicular conteúdos e materiais didáticos, fazer upload e download de arquivos;
- b)** Comunicação e Suporte: possibilitam a comunicação e suporte síncrono e assíncrono para tratativas sobre atividades, uso do ambiente e comunicação com o professor.
- c)** Gerenciamento pedagógico e administrativo: permite acesso a todos conteúdos, atividades e avaliações das disciplinas nos cursos e às informações acadêmicas e de desempenho dos aprendizes, entre outros. A plataforma também permite desenvolver análises e resoluções de problemas dentro do ambiente.
- d)** Textos e Ferramentas de Orientação: objetivam o auxílio ao aluno na organização contínua dos estudos. Os textos de orientação são inseridos na área central do ambiente e organizados em páginas web de formato simples. Apresentam estruturas tais como: boas-vindas, orientações gerais, plano de ensino e planos de aulas.

O AVA ainda possui ferramentas de orientação como Calendário e Linha do tempo. O Calendário apresenta informações relevantes sobre eventos diversos dos cursos, onde inclui informações de futuras atividades a serem realizadas, prazos de entrega de atividades on-line, e permite a personalização das informações por dia, semana ou mês. A linha do tempo traz alertas e notificações e ajuda aos aprendizes na identificação e acompanhamento dos acontecimentos, atividades e suas atualizações dentro das disciplinas, além de facilitar o acesso direto para o evento ou atividade listada na linha do tempo.

A plataforma é responsiva e permite o uso de recursos de acessibilidade. Também permite ampla comunicação e interação entre aluno x aluno, aluno x tutor x professor, aluno x professor.

O AVA é avaliado pelos alunos, professores e tutores através dos instrumentos de coleta de dados da Avaliação Institucional e nas reuniões realizadas entre coordenação do NEO, coordenação de curso, professores e tutores podem ser apresentadas demandas sobre o tema, quando necessário.

3.16 Material Didático

Os princípios metodológicos da educação a distância do UNIPAC estão fundamentados na interação aluno/conhecimento-científico, mediada pelas tecnologias de informação e comunicação, bem como pelo processo de tutoria possibilitado pelo ambiente virtual de aprendizagem.

O propósito com a oferta dos componentes curriculares *on-line* nos cursos presenciais e com os cursos 100% a distância é formar alunos autônomos e cidadãos. O UNIPAC adota práticas de estudos com metodologias e atividades de aprendizagem que provocam em seus alunos o desenvolvimento da autoaprendizagem, estimulando a



autonomia intelectual e a articulação entre teoria e prática. Em cumprimento a sua missão, o UNIPAC concentra esforços para contribuir com a formação integral do indivíduo, despertando-lhe o senso crítico, o critério ético e a capacidade de julgar e agir corretamente, formando cidadãos conscientes, capacitados para a vida profissional e cívica, conforme as exigências da sociedade moderna.

Cada componente curricular possui um conjunto de materiais instrucionais que auxiliam no processo de construção do conhecimento e na interação entre os envolvidos. Esses materiais são planejados e escritos levando-se em consideração a bibliografia adequada às exigências de formação, aprofundamento e coerência teórica indicada no Plano de Aprendizagem (PA).

O início da produção ocorre quando o NDE e a Coordenação de Curso confeccionam a ementa ou procedem sua atualização. Na sequência o NEO verifica fornecedores disponíveis, seleciona o material e encaminha para validação pelo NDE e equipe multidisciplinar acerca da qualidade do material e atendimento da ementa, ou solicita confecção/correção, e, se aprovado solicita os links para disponibilização. Dando continuidade o setor de TI disponibiliza os links para o docente, que também se manifestará sobre a qualidade e adequação, se aprovado o material será disponibilizado para os alunos.

Caso o material não seja aprovado, será novamente devolvido para o fornecedor, solicitando alterações.

O UNIPAC atende aos critérios exigidos para a elaboração do material didático, uma vez que o material disponibilizado aos estudantes é confeccionado por profissionais da área, atendendo aos conteúdos curriculares do Projeto Pedagógico de cada curso da Instituição, devidamente revisados pelos docentes dos componentes curriculares. A equipe de profissionais que elabora o material é terceirizada, contratada como fornecedora de conteúdo digital e, para aquisição, foi celebrado Contrato de Prestação de Serviços, devidamente documentado. Atualmente, no curso de Publicidade e Propaganda são oferecidos 11 (onze) componentes curriculares *on-line*, sendo que, para algumas delas o material foi elaborado por professores da própria Instituição. A plataforma utilizada, bem como os conteúdos, possibilita que o professor do componente curricular também contribua com conteúdos e atividades. O material tem versão *offline* e possibilidade de salvar em pdf., além de unidades acessíveis para deficientes visuais e auditivos. O conteúdo é atualizado a cada 2 anos ou, por demanda apresentada pela Instituição. Cada componente curricular foi dividida em unidades de aprendizagem de acordo com a carga horária. A Unidade de Aprendizagem (UA) é composta por conteúdos e atividades criteriosamente selecionados que viabilizam ao aluno um papel ativo no processo de construção do conhecimento.

Assim, as unidades foram elaboradas tendo como ponto de partida uma atividade desafio que estimula o aluno ao estudo dos materiais didáticos que compõem a unidade. Os itens que compõem uma Unidade de Aprendizagem são:

I. Apresentação: Contém os Objetivos de Aprendizagem da unidade de aprendizagem em termos de conteúdos, habilidades e competências. Esses objetivos de aprendizagem servem como norteadores para a elaboração dos demais itens que



compõem a unidade. Os objetivos são precisos, passíveis de observação e mensuração. A elaboração de tais objetivos:

- a) delimita a tarefa, elimina a ambiguidade e facilita a interpretação;
- b) assegura a possibilidade de medição, de modo que a qualidade e a efetividade da experiência de aprendizado podem ser determinadas;
- c) permite que o professor e os alunos distingam as diferentes variedades ou classes de comportamentos possibilitando, então, que eles decidam qual estratégia de aprendizado tem maiores chances de sucesso; e
- d) fornece um sumário completo e sucinto do curso, que pode servir como estrutura conceitual ou “organizadores avançados” para o aprendizado.

II. Desafio de Aprendizagem: Desafiar é contextualizar a aprendizagem por meio de atividades que abordem conflitos reais, criando-se significado para o conhecimento adquirido. O objetivo do desafio não é encontrar a resposta pronta no texto e sim provocar e instigar o aluno para que ele se sinta motivado a realizá-la. Busca-se nesta atividade elaborar uma situação real e formular um problema a ser resolvido, isto é, proporcionar ao aluno uma análise para se resolver uma questão específica. Este desafio exige do aluno uma análise justificada que deve ser inserida em campo específico do AVA. Os seguintes itens constando desafio:

- a) descrição do desafio: descrição detalhada da atividade a ser realizada;
- b) orientação de resposta do aluno: explicação do que o aluno deve entregar como resultado do desafio; e
- c) padrão de resposta esperado: modelo padrão de resposta a ser entregue pelo aluno e que sirva de orientação para a correção da atividade.

III. Infográfico: É uma síntese gráfica, com o objetivo de orientar o aluno sobre os conteúdos disponibilizados no material. São elementos informativos que misturam textos e ilustrações para que possam transmitir visualmente uma informação.

IV. Conteúdo do livro: Cada unidade de aprendizagem é composta por um trecho do livro selecionado.

V. Video aula: Adicado professor é um vídeo que tem como conteúdo o tema da unidade de aprendizagem e tem por objetivo aproximar ainda mais o aluno desses conhecimentos, através de uma linguagem amigável e tranquila.

VI. Exercícios: São atividades objetivas que destacam os pontos principais do conteúdo. Estes exercícios reforçam e revisam, de forma objetiva, os conteúdos e as teorias trabalhadas na unidade de aprendizagem. São apresentados cinco exercícios de fixação. Cada exercício é apresentado e após a resolução pelo aluno a resposta correta é assinalada. Todas as opções de respostas possuem feedback.

VII. Saiba Mais: Permite a leitura complementar e mais profunda dos diversos assuntos abordados na unidade de aprendizagem. São artigos científicos, livros, textos, vídeos e outros materiais que estimulam a continuidade da leitura e o interesse de aprofundamento dos conteúdos. Com base nos princípios metodológicos expostos, os professores e tutores devem articular os conteúdos com as questões vivenciadas pelos alunos em sua vida profissional e social, relacionando os temas



trabalhados com as outras disciplinas, permitindo ao aluno compreender a interdisciplinaridade e a transdisciplinaridade, utilizando de técnicas que privilegiam a solução de problemas, integrando teoria e prática.

3.17 Procedimentos de Acompanhamento e de Avaliação e dos Processos de Ensino-Aprendizagem

A avaliação é uma tarefa didática essencial para o trabalho docente (LIBÂNEO, 1991).

Existem diversas concepções de avaliação da aprendizagem entre os estudiosos da área. Para o UNIPAC a avaliação deve ser considerada em uma perspectiva mais ampla, envolvendo a apreciação de aspectos qualitativos, não limitando-se somente à apreensão de conteúdos e tampouco aos resultados quantitativos obtidos pela aplicação de provas e testes. Devem cumprir as três funções didático-pedagógicas: diagnóstica, formativa e somativa.

- ✓ **Diagnóstica** – ocorre antes e durante o processo de aprendizagem, visando agrupar alunos de acordo com suas dificuldades no primeiro momento, e no final, identificar se houve, ou não, progresso em relação à assimilação dos conteúdos.
- ✓ **Formativa** – ocorre ao longo do processo de aprendizagem. Seu objetivo é a correção de falhas do processo educacional e a prescrição de medidas alternativas de recuperação das falhas de aprendizagem.
- ✓ **Somativa** - proporciona uma pontuação a partir dos conhecimentos e habilidades adquiridas. Tem função classificatória e seu objetivo é atribuir uma nota definitiva, tendo por base os níveis de aproveitamento que foram anteriormente estabelecidos.

Não se considera a prova, embora não a exclua, como o único instrumento válido e confiável de avaliação, uma vez que existem outras possibilidades. A avaliação é definida como um procedimento sistemático e abrangente em que se utilizam múltiplos instrumentos, tais como: questionários, provas escritas, provas orais, portfólios, apresentações, trabalhos em grupo, autoavaliação, etc., para avaliar a trajetória acadêmica e pessoal do estudante.

Cada aluno tem um estilo de aprendizagem próprio, isto é, tem características próprias de como recolhe a informação e a processa através de componentes sensoriais como a audição, visão e tato. Podendo utilizar mais de um ou, de forma preferencial, apenas um deles.

Os professores do UNIPAC no planejamento e elaboração dos instrumentos avaliativos devem se atentar ao perfil dos alunos, aos diferentes estilos de aprendizagem e às necessidades educacionais especiais que por ventura existam na turma.

Struyven, 2005 (citado por Garcia, 2009) defende que existe uma relação direta entre a avaliação e as formas de aprendizagem dos alunos da educação superior.

Figura 5 – Relação entre Avaliação e Formas de Aprendizagem na Educação Superior



De modo amplo, pode-se afirmar que existe relação entre as formas de avaliação adotadas pelos professores e as atitudes de aprendizagem apresentadas pelos alunos na graduação. Diferentes tipos de avaliação tendem a determinar a atitude de aprendizagem dos estudantes. (STRUYVEN et all, 2005, apud GARCIA, 2009)

Com base nessa afirmativa o UNIPAC vem investindo na formação dos professores para que se rompa em definitivo com o padrão de avaliação voltada somente à classificação, tendo a nota como aspecto principal e modifique sua postura e atuação em sala de aula.

Ao final de cada atividade avaliativa o professor realiza uma análise pedagógica para identificar o desempenho da turma/aluno a partir das competências e habilidades previstas para a respectiva atividade. Os resultados dessa análise subsidiam a elaboração de ações concretas para a melhoria da aprendizagem em função das avaliações realizadas.

O *feedback* das atividades avaliativas é considerado também no UNIPAC como momento de aprendizagem pelo aluno e deve ocorrer em todas as atividades realizadas pelos alunos.

O sistema de verificação de rendimento nos estudos dos componentes curriculares presenciais e *on-line* do campus é regulamentado pelo Regimento Geral e por Resolução do CONAS. Nos cursos a distância do UNIPAC, da sede e dos polos, a regulamentação do sistema de verificação de rendimento nos estudos também obedece ao Regimento Geral e à norma específica do CONAS.

É considerado aprovado em curso de graduação presencial o aluno que obtiver, concomitantemente, como resultado final 75% (setenta e cinco por cento) ou mais de frequência, nas disciplinas e 60% (sessenta por cento) ou mais dos pontos distribuídos, sendo que as referidas apurações se dão em cada disciplina presencial, ressalvados os componentes relacionados a seguir, cujo sistema de avaliação está disciplinado em regulamento específico: Atividades Complementares,



Prática de Ensino, Projeto Interdisciplinar ou Prática Profissional, Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso.

No curso de Publicidade e Propaganda, conforme Resolução CONAS n.005/2018, o sistema de avaliação é organizado da seguinte forma:

Em todas as disciplinas são distribuídos 100 (cem) pontos por semestre, sendo:

- primeira e segunda etapas valendo 30 pontos; e
- terceira etapa valendo 40 (quarenta) pontos.

A forma de distribuição dos pontos, dentro de cada etapa avaliativa, é normatizada pela Direção Acadêmica, em articulação com os coordenadores de curso, devendo-se, para tanto, adotar instrumentos avaliativos diversificados, observando o previsto no Regimento, inclusive, com a limitação de notas a serem aferidas, exclusivamente, por meio de provas dentro das etapas respectivas.

Para os alunos com necessidades especiais são disponibilizadas atividades avaliativas com o tamanho da fonte ampliada e compatível com leitor de tela; ampliação do tempo para alunos com deficiência intelectual, transtorno global do desenvolvimento e deficiência auditiva, e a flexibilidade de correção das avaliações.

Sempre que solicitado e, comprovada a necessidade, para realização de atividades avaliativas são disponibilizados profissionais especializados para acompanhamento dos alunos com necessidades educacionais especiais.

3.18 Número de vagas

O curso de Publicidade e Propaganda tem autorizadas 100 vagas anuais, com duas entradas semestrais e disponibiliza aos acadêmicos, salas de aulas ventiladas e adequadas à finalidade de ensino, como quadro branco, equipamentos e estrutura para realização de aulas teóricas e outras atividades de ensino aprendizagem.

Existem espaços físicos comuns que favorecem a acessibilidade e amplitude para demanda do curso. O atendimento da coordenação acontece no período vespertino e noturno conforme a demanda de atendimento. Os atendimentos de secretaria acontecem nos horários matutino, vespertino e noturno e, além de uma secretaria geral, o curso conta com uma secretaria de apoio nas coordenadorias. O corpo docente do curso de Publicidade e Propaganda conta com 27,3% de professores doutores, 45,4% mestres e 27,3% especialistas. Para atender a estrutura curricular do curso, estão disponibilizados os laboratórios especializados para procedimentos técnicos para preparação das aulas, regulamentos próprios, bem como normas de utilização e segurança, com objetivo de garantir seu bom funcionamento. Os laboratórios de informática estão equipados com computadores e com acesso a internet e apresentam condições adequadas às finalidades a que se destinam, com



dimensão, iluminação, ventilação, acessibilidade e limpeza que atendem a padrões adequados.

O número de vagas para o curso de Publicidade e Propaganda está fundamentado em estudos periódicos, quantitativos e qualitativos, e em pesquisas com a comunidade acadêmica, que comprovam sua adequação à dimensão do corpo docente (e tutorial, na modalidade a distância) e às condições de infraestrutura física e tecnológica para o ensino.

4 DIMENSÃO 2. CORPO DOCENTE E TUTORIAL

4.1 Núcleo Docente Estruturante – NDE

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) constitui órgão suplementar da estrutura do curso de Publicidade e Propaganda, com atribuições consultivas, propositivas e de assessoramento sobre matérias acadêmicas, vinculado ao Colegiado do Curso, subsidiando as deliberações deste nos processos de acompanhamento, consolidação e atualização do PPC, realizando estudos e atualização periódica, verificando o impacto do sistema de avaliação de aprendizagem na formação do estudante e analisando a adequação do perfil do egresso, considerando as DCN's e as novas demandas do mundo do trabalho.

O NDE é composto da seguinte forma:

I. o Coordenador do Curso, como seu presidente; e
II. pelo menos, mais 4 (quatro) professores pertencentes ao corpo docente do curso preferencialmente, garantindo-se a representatividade das áreas do curso e de docentes que participaram do projeto do curso.

Todos os professores membros do NDE atuam em regime de trabalho de tempo parcial ou integral e 80% possui titulação *stricto sensu*.

O Núcleo Docente Estruturante do Curso de Publicidade e Propaganda está regulamentado pela Resolução nº 01 de 17 de junho de 2010 e foi implantado em 23/05/2012. O Núcleo Docente Estruturante do Curso de Publicidade e Propaganda atualmente é composto pelos seguintes professores:

Quadro 10 – Composição do Núcleo Docente Estruturante

Professor (a)	Titulação
FELIPE ALVIM QUINET DE ANDRADE	Mestrado
HENRIQUE MORAES KOPKE	Mestrado
ALEXANDRE AUGUSTO DA COSTA	Mestrado
HELEN CAROLINE DE OLIVEIRA	Especialização
RICARDO MATOS DE ARAUJO RIOS	Doutorado



A indicação dos membros do NDE é feita pela Direção Acadêmica do Campus. As atribuições do NDE estão descritas em seu regulamento.

Conforme disposto no Regulamento, são atribuições do Núcleo Docente Estruturante (NDE): participar efetivamente da elaboração do Projeto Pedagógico do curso definindo sua concepção e fundamentos; participar efetivamente da construção do perfil profissional do egresso do curso; participar da revisão e atualização periódica do projeto pedagógico do curso para análise e aprovação do Colegiado de Curso; supervisionar as formas de avaliação e acompanhamento do curso definidas pelo Colegiado; analisar e avaliar os Planos de Ensino dos componentes curriculares; promover a integração horizontal e vertical do curso, respeitando os eixos estabelecidos pelo projeto pedagógico; acompanhar as atividades do corpo docente, encaminhando ao Colegiado de Curso sugestões para contratação e/ou substituição de docentes, quando necessário; planejar e acompanhar as atividades complementares e de extensão executadas pelo curso; produzir trabalhos científicos de interesse do curso.

Desta forma, o UNIPAC Barbacena investe na composição de um Núcleo Docente Estruturante com professores que possuam uma dedicação preferencial, cujo resultado será a construção de uma carreira assentada em valores acadêmicos, ou seja, titulação e produção científica, sendo garantidas estratégias de renovações parciais de seus membros de forma a assegurar a permanência de parte do grupo até o próximo ato regulatório do curso. Isso, com certeza, contribuirá para a estabilidade docente e o estímulo à permanência dos integrantes do Núcleo Docente Estruturante até o reconhecimento do curso, sendo garantido, entretanto, estratégias de renovação conforme pautado no regulamento do mesmo.

4.2 Equipe Multidisciplinar

A equipe multidisciplinar da EaD do UNIPAC é constituída por profissionais das diversas áreas do conhecimento e atende aos pressupostos dos Referenciais de Qualidade para Educação Superior a Distância do MEC/2007 e é composta por docentes, tutores e pessoal técnico-administrativo (coordenador pedagógico da EaD, coordenador de logística, coordenador de curso, revisores, equipe de TI, web designers e outros).

Os conteúdos digitais disponibilizados no AVA foram contratados de empresa terceirizada, especializada, com larga experiência e atuação no mercado, assim, a equipe multidisciplinar do UNIPAC auxilia na análise e validação desse material, bem como na disseminação de tecnologias, metodologias e recursos educacionais para os cursos.

São membros da equipe multidisciplinar:



Quadro 11 – Membros da Equipe Multidisciplinar

MEMBRO	FORMAÇÃO	FUNÇÃO
Gislene Marengo Cusin	Tecnóloga em Processamento de Dados; Especialista em Métodos Quantitativos Aplicados; Mestre em Ciência da Computação	Coordenadora de Ensino da Educação a Distância do UNIPAC
Wagner Ricardo Ribeiro	Graduado em Sistemas de Informação, especialista em Gestão de Pessoas, Administração de Redes Linux, MBA Executivo em Gestão de empresas e Marketing	Coordenador Administrativo e de Logística Educação a Distância do UNIPAC
Cléa Maria Carvalho Belo Souza	Licenciada em Letras; especialista em Educação e em Língua Portuguesa	Revisora
Luciana Leite Guião	Graduada em Fonoaudiologia e Pedagogia; especialista em Psicopedagogia Institucional e Clínica	Apoio virtual
Marcos Antônio Vigorito	Licenciado em Geografia; especialista em Gestão Ambiental de Empresas	Apoio presencial
André Luís de Carvalho	Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda	Editor e Revisor de Vídeos
Tiago Rafael Salvador	Graduado em Publicidade e Propaganda	Diagramador e Artes Gráficas
Luiz Fernando Pereira do Carmo	Graduado em Administração e Engenharia Civil; especialista em Marketing Digital	Web designer

4.3 Atuação do Coordenador

A coordenação de curso é o órgão executivo, responsável pela gestão das atividades acadêmico-pedagógicas relacionadas ao ensino, extensão e iniciação científica, na sua esfera de competência, obedecidas as determinações da Direção do campus e as normas do Regimento. O Coordenador de Curso é designado por ato da Direção do Campus.



A Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda é exercida atualmente pelo Professor Felipe Alvim Quinet de Andrade, que dedica 40 horas semanais às atividades de coordenação, cuja titulação informa-se a seguir:

- ✓ 2003 – Graduação em Administração de Empresas;
- ✓ 2005 – Especialização em Marketing;
- ✓ 2008 – Especialização em Gestão de Pequenos Negócios;
- ✓ 2011 – Especialização em Comunicação Empresarial;
- ✓ 2020 – Especialização em Liderança, Inovação e Gestão 3.0;
- ✓ 2021 – Mestrado em Administração de Empresas.
- ✓

O coordenador do curso tem consciência de que não deve atuar somente como gestor de recursos e articulador, mas também como gestor de potencialidades e oportunidades internas e externas. Portanto, ele é o primeiro a favorecer e implementar mudanças que aumentem a qualidade do aprendizado contínuo pelo fortalecimento da crítica e da criatividade de todas as pessoas envolvidas no processo, ou seja, alunos, docentes, funcionários, corpo administrativo, corpo financeiro, entre outros. Cabe a ele, também, incentivar a produção de conhecimentos, neste cenário global de intensas mudanças, por meio da pesquisa, e animar a comunidade acadêmica, para implementar ações solidárias que concretizem valores de responsabilidade social, justiça e ética. Do coordenador espera-se o desenvolvimento de várias atividades capazes de articular todos os setores e fortalecer a coalizão do trabalho em conjunto, para incrementar a qualidade, legitimidade e competitividade do curso, tornando-o um centro de eficiência, eficácia e efetividade rumo à busca da excelência.

A relação do coordenador com os alunos, professores, tutores e equipe multidisciplinar é avaliada, semestralmente, por meio de questionário que compõe a autoavaliação da Instituição. Os seus resultados são analisados pela CPA e compartilhados com a Direção do Campus e com o próprio coordenador com vistas a subsidiar a elaboração de um plano de ação.

Através do Plano de Ação disponibilizado pela IES, cuja elaboração se dá de forma coletiva, será possível identificar a atuação do Coordenador, o planejamento e gestão para o bom desenvolvimento do curso, bem como sua interatividade em relação à comunidade acadêmica (docentes, discentes e funcionários em geral) e ainda sua representatividade nos órgãos colegiados superiores uma vez que integra o Colegiado de Curso e o NDE como Presidente de ambos.

A Coordenação de Curso no UNIPAC tem representatividade assegurada nos conselhos superiores enquanto coordenador, docente e/ou técnico-administrativo:

- a) CONAS (Docentes, Discentes, Tutores e Técnico-administrativo);
- b) Colegiado de Curso (Docentes/tutores e Discentes);
- c) CPA (Docentes, Discentes e Técnico-administrativo);
- d) NDE (Coordenador e docentes).



4.4 Regime de Trabalho do Coordenador de Curso

O coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda atua em regime de trabalho de tempo integral sem DE.

O regime de trabalho do coordenador possibilita o atendimento integral da demanda, considerando a gestão do curso, a relação com os docentes, discentes, tutores e equipe multidisciplinar (quando for o caso) e a representatividade nos colegiados superiores.

Compete à Coordenação se manter atenta ao bom andamento de curso, conciliando atendimento a docentes e discentes e à parte administrativa, que também é de sua competência exclusiva.

Destacam-se as seguintes atribuições do coordenador na gestão e condução do curso:

- I.** dinamizar a filosofia educacional do curso e do UNIPAC;
- II.** atuar como elemento de articulação entre Direção, professores, alunos do curso e mercado profissional da área;
- III.** elaborar e/ou alterar o Projeto Pedagógico do Curso, bem como responder pela sua implementação, sempre com a colaboração do Núcleo Docente Estruturante, Colegiado do Curso e demais docentes, sob orientação da Direção Acadêmica;
- IV.** zelar pelo cumprimento das disposições legais e regimentais concernentes ao curso e aquelas emanadas dos colegiados superiores do UNIPAC;
- V.** acompanhar a edição de normas educacionais e comunicar qualquer alteração referente ao curso às instâncias superiores para a tomada de decisões, se for o caso;
- VI.** colaborar com a Direção Acadêmica, com a Direção Geral, e demais setores, na organização de processos de credenciamento ou recredenciamento da Instituição e organizar o processo de reconhecimento ou renovação de reconhecimento do curso de graduação sob sua responsabilidade;
- VII.** cooperar, na forma prevista nos instrumentos próprios, na aplicação de avaliações e diagnósticos sistemáticos, permanentes e participativos, especialmente, na Avaliação Institucional Interna realizada conforme periodização estabelecida, e na avaliação semestral dos docentes;
- VIII.** assessorar a Direção do Campus sempre que se fizer necessário;
- IX.** manter registro dos dados históricos dos cursos referentes às alterações curriculares, Planos de Aprendizagem e atividades desenvolvidas, sempre com cópia digital ao diretor acadêmico, bem como repassar a este toda a documentação quando encerrada suas atividades;
- X.** avaliar os resultados das atividades pedagógicas, índices de aprovações em avaliações internas e externas, cientificando-se dos problemas surgidos para aferir a eficácia dos métodos aplicados e providenciar reformulações adequadas no curso, quando for o caso;
- XI.** homogeneizar procedimentos e pronunciar-se acerca de todos os assuntos de natureza didático-pedagógica pertinentes ao curso, bem como supervisionar os planos de trabalho e os métodos de ensino aplicados pelos docentes, orientando-os sobre a execução e a seleção dos mesmos, e sobre o material didático a ser



utilizado para assegurar a eficiência do processo educativo;

XII. colaborar com a Direção e Secretaria do Campus no que tange ao cumprimento de calendário, prazo de entrega de notas e de Planos de Aprendizagem, assiduidade e pontualidade dos professores e, ainda, na organização de horários das aulas;

XIII. zelar pelo constante aperfeiçoamento do pessoal docente, incentivando-o a participar de programas de treinamento e capacitação para manter em bom nível o processo educativo, possibilitando, assim, o acompanhamento da evolução do ensino no país;

XIV. participar de programas de desenvolvimento institucional, prestar informações a alunos e professores e auxiliar na difusão de tecnologia específica para cumprir os propósitos do UNIPAC;

XV. orientar os discentes, sempre que necessário, sobre as normas deste Regimento e as regras do Estatuto;

XVI. zelar pela guarda e conservação dos bens sob sua responsabilidade, bem como cumprir e fazer cumprir normas internas de segurança, visando ao desenvolvimento das atividades;

XVII. elaborar, em conjunto com o NDE, as políticas, diretrizes e normatização do estágio do curso, trabalho de conclusão de curso e atividades complementares (quando houver), das estratégias e da abertura de frentes para sua realização, observada a legislação pertinente encaminhando, quando for o caso, ao Colegiado de Curso para aprovação;

XVIII. promover a divulgação das atividades e dos objetivos do curso, da Missão e dos Valores do UNIPAC;

XIX. gerenciar o curso, de modo geral, nas suas funções específicas, em colaboração com a Direção do Campus;

XX. orientar os docentes recém-contratados, especialmente na adequação dos conteúdos dos componentes sob a sua responsabilidade, para atingir o perfil previsto para o egresso do curso;

XXI. adequar o acervo bibliográfico ao Projeto Pedagógico do Curso considerando a sustentabilidade financeira; e

XXII. executar outras atividades correlatas, sempre que necessário.

A Coordenação realiza reuniões com os representantes de turma, marcadas com antecedência. Os discentes e docentes, de modo geral, têm amplo acesso à Coordenação do Curso.

4.5 Corpo Docente: Titulação e Regime de Trabalho

Em cumprimento à missão e valores do UNIPAC as matrizes curriculares dos cursos de graduação são organizadas para promover a relação entre as teorias essenciais e a prática profissional, a fim de formar os egressos com as competências necessárias para atenderem às demandas da sociedade e do mercado de trabalho. Os conteúdos curriculares são planejados por meio de ação colaborativa da coordenação de curso, NDE e em se tratando de componentes curriculares online, da equipe multidisciplinar, contando, ainda, com o apoio do corpo docente



que colaboram também na indicação de bibliografia atualizada e coerente com o perfil do egresso e conteúdos curriculares.

O corpo de docentes do UNIPAC Campus Barbacena é constituído por profissionais com qualificação e experiência profissional necessária para mediar o ensino-aprendizagem em ambiente presencial e virtual de aprendizagem.

A gestão dos percentuais de titulação e de regime de trabalho dos docentes fica a cargo do coordenador de curso e do NDE, respeitadas as exigências da legislação educacional, os objetivos e especificidades do curso, o mercado de trabalho e a sustentabilidade financeira do curso. A seleção do corpo docente é realizada por meio de banca.

Na seleção e contratação de docentes, além dos aspectos relacionados acima, é considerada a relação entre a experiência profissional e o perfil profissiográfico do egresso expresso no PPC. Respeitados os princípios mencionados busca-se manter equilíbrio entre a experiência profissional e a formação acadêmica dos docentes.

Os docentes são avaliados semestralmente e os resultados das avaliações são minuciosamente analisados pela CPA e Coordenação de Curso. O retorno individual dos resultados é feito pelo coordenador de curso para os professores e tutores do curso, através de documento contendo a análise individual do desempenho. As principais questões que avaliam o desempenho do professor em sala de aula consideram se as metodologias de ensino utilizadas no curso desafiam os alunos a aprofundar conhecimentos e desenvolver competências reflexivas e críticas; se os Planos de Aprendizagem são cumpridos em seus objetivos, conteúdos, atividades e avaliação; se o professor demonstra domínio dos conteúdos, clareza e objetividade em suas explicações e faz o encadeamento dos assuntos abordados em suas aulas; se o professor utiliza tecnologias da informação e comunicação (TIC) como estratégia de ensino; se após a correção das avaliações é dado feedback aos alunos; se as avaliações de aprendizagem realizadas durante o curso são compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados; se os trabalhos e/ou atividades da disciplina exigem do aluno consulta a diversas fontes de pesquisa (livros, sites, blogs, pesquisas de campo e outras); e se o professor apresenta exemplos contextualizados com relação a problemas práticos, de aplicação da teoria ministrada nas diferentes unidades curriculares em relação ao fazer profissional e se mantém atualizado com relação à interação conteúdo e prática.

Os resultados das avaliações subsidiam o plano de ação do coordenador e do NDE para melhoria do desempenho acadêmico.

O professor ao elaborar o Plano de Aprendizagem do componente curricular deve relacionar todas as aulas previstas, o conteúdo a ser ministrado em cada uma, as respectivas competências e habilidades, considerando o perfil do egresso e as DCN's do curso, as estratégias de ensinagem e o material de estudo. Esse planejamento prévio lhe possibilita prever também a interdisciplinaridade entre os conteúdos a serem trabalhados e com outros componentes curriculares.

Dos 11 docentes neste primeiro semestre de 2023, o IQCD do curso é 3,3.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

Quadro 12 – Titulação do Corpo Docente do Curso

DOCENTE	TITULAÇÃO
ALEXANDRE AUGUSTO DA COSTA	MESTRE
ALINE EMANUELLE PRADO	ESPECIALISTA
GISLENE CUSIN	MESTRE
FELIPE ALVIM QUINET DE ANDRADE	MESTRE
HELDER RODRIGUES PEREIRA	DOUTOR
HELEN CAROLINE DE OLIVEIRA	ESPECIALISTA
HENRIQUE MORAES KOPKE	MESTRE
ISRAEL IASBIK	MESTRE
IVANA MELHEM DEOUD	DOUTOR
JOSE BONIFACIO COUTO DE ANDRADA	ESPECIALISTA
RICARDO MATOS DE ARAUJO RIOS	DOUTOR

Fonte: Setor de Recursos Humanos / Sistema RM - TOTYS

O corpo docente do curso de Publicidade e Propaganda possui regime de trabalho adequado às exigências e permite o atendimento integral da demanda existente, considerando a dedicação à docência, o atendimento aos discentes, a participação no colegiado, o planejamento didático e a preparação e correção das avaliações de aprendizagem.

O curso de Publicidade e Propaganda possui um corpo docente com 11 (onze) professores, conforme quadro demonstrativo abaixo que retrata os percentuais de regime de trabalho.

O docente tem, entre outras atribuições estatutárias, ministrar aulas e conteúdos curriculares, elaborar o plano de aprendizagem, elaborar e corrigir as atividades avaliativas. Os professores contratados em regime de tempo integral podem atuar em trabalhos de extensão, planejamento, avaliação, gestão e outros.

No início de cada semestre letivo é realizada reunião entre a direção, coordenação de curso e docentes para apresentação de informações pedagógicas e institucionais; discussão de propostas e orientação para elaboração do planejamento docente. São também realizadas capacitações docentes através de workshops, oficinas e outras modalidades.

No UNIPAC Campus Barbacena o docente tem representação nos seguintes órgãos colegiados:

- CONSUN - órgão consultivo e deliberativo superior do UNIPAC;
- CONAS - órgão de orientação, coordenação e supervisão do ensino, da iniciação científica e da extensão em todo o UNIPAC;
- Colegiado de Curso - órgão consultivo, normativo e deliberativo em questões



referentes às atividades de ensino, extensão e iniciação científica, podendo ser ouvido pela Direção do Campus, sempre que necessário.

O corpo docente tem, ainda, participação na Comissão Própria de Avaliação (CPA) e no Núcleo Docente Estruturante (NDE).

A Instituição acompanha o trabalho docente de diversas formas, quais sejam: Plano de Aprendizagem, Ouvidoria, Avaliação Docente, Grupos Focais com os discentes, análise dos resultados dos alunos. Os resultados dessas análises estão registrados e compõem a pasta individual do professor. Ademais, tais resultados são insumos que subsidiam o planejamento da gestão do curso e do UNIPAC com vistas à proposição de ações de melhoria.

4.6 Experiência Profissional do Docente

O curso de Publicidade e Propaganda mantém o seu quadro docente de forma a atender as exigências legais referentes à experiência profissional, sendo que, dos 11 professores atuantes no curso, todos possuem experiência profissional em outras atividades fora da docência conforme se verifica abaixo:

Quadro 13 – Experiência Profissional dos Professores do Curso

DOCENTE	TEMPO DE EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL (em anos)
ALEXANDRE AUGUSTO DA COSTA	16
ALINE EMANUELLE PRADO	18
GISLENE MARENKO CUSIN	24
FELIPE ALVIM QUINET DE ANDRADE	20
HELDER RODRIGUES PEREIRA	36
HELEN CAROLINE DE OLIVEIRA	15
HENRIQUE MORAES KOPKE	18
ISRAEL IASBIK	15
IVANA MELHEM DEOUD	35
JOSE BONIFACIO COUTO DE ANDRADA	8
RICARDO MATOS DE ARAUJO RIOS	17

De acordo com a tabela acima, denota-se que o corpo docente do curso de Publicidade é formado por 11 professores com larga experiência profissional, sendo que todos eles possuem 8 anos ou mais de experiência profissional fora do magistério superior.

Eles atuam em diferentes cenários profissionais do mundo do trabalho como Consultores Empresariais, Assessores de Marketing,



Fotógrafo, Radialista, Assessora de Imprensa, Empresário, entre outros; que contribuem para a apresentação de exemplos contextualizados com relação a problemas práticos, de aplicação da teoria ministrada em diferentes unidades curriculares em relação ao fazer profissional, bem como para sua atualização contínua em relação às constantes e diversificadas demandas do mundo do trabalho.

O contexto da educação superior não comporta em seu seio um ensino tradicional amparado em pressupostos do aluno recipiente. As constantes transformações nos impelem à valorização dos princípios andragógicos, “como a autonomia do sujeito da aprendizagem, a valorização da experiência pessoal no processo educativo, a aprendizagem compartilhada entre os aprendizes e o professor facilitador, como ingredientes para qualificarem o ensino superior”. (VOGT, 2007, p. 72)

O professor assume o papel de mediador no processo de aprendizagem. O UNIPAC, para fazer frente às exigências atuais, oferece cursos de capacitação pedagógica com o objetivo de capacitar os seus docentes para o uso de metodologias numa concepção crítico-reflexiva, que relacionem a teoria e prática e busquem conduzir os discentes a novos contextos, relacionando-os às experiências da prática profissional.

4.7 Experiência no Exercício da Docência Superior

Os docentes do curso possuem experiência no exercício da docência superior que lhes permitem promover ações e identificar as dificuldades dos alunos, expondo o conteúdo em linguagem acessível e aderente ao perfil das turmas e apresentando exemplos contextualizados. Os docentes têm capacidade para elaborar atividades específicas para a promoção da aprendizagem de alunos com dificuldade, bem como realizar avaliações diagnósticas, formativas e somativas. O Curso de Publicidade e Propaganda possui um total de 11 professores, destes todos possuem experiência de magistério superior, conforme se verifica do quadro abaixo.

Quadro 14 – Experiência no Exercício da Docência Superior

DOCENTE	TEMPO DE EXERCÍCIO NA DOCÊNCIA SUPERIOR (em anos)
ALEXANDRE AUGUSTO DA COSTA	5,6
ALINE EMANUELLE PRADO	3
GISLENE MARENKO CUSIN	20
FELIPE ALVIM QUINET DE ANDRADE	3,1
HELDER RODRIGUES PEREIRA	20
HELEN CAROLINE DE OLIVEIRA	4



HENRIQUE MORAES KOPKE	12
ISRAEL IASBIK	22
IVANA MELHEM DEOUD	35
JOSE BONIFACIO COUTO DE ANDRADA	6
RICARDO MATOS DE ARAUJO RIOS	5,6

A experiência do corpo docente reflete-se, ainda, nas ações realizadas junto às atividades docentes, inerentes ao seu desempenho como mediador no processo de ensino-aprendizagem, compreendendo o desenvolvimento de ações e atividades que possibilitam a identificação das dificuldades dos alunos, seja por atividades pedagógicas e metodológicas empregadas na sala de aula, seja por mecanismos inovadores presentes nas tecnologias de informação e comunicação (TICs), tais como o ensino adaptativo.

Os docentes ainda realizam atividades que proporcionam a aprendizagem junto aos alunos por meio das avaliações formativas e somativas, contribuindo para o desenvolvimento das competências necessárias e presentes no perfil profissional do futuro egresso.

Essas ações auxiliam o professor a refletir sobre sua prática docente, indicando necessidades de redefinição ou difusão de boas práticas e ações

pedagógicas junto ao corpo docente do curso, durante as reuniões de colegiado. Em sintonia com os conceitos acadêmicos adotados, o curso de Publicidade e Propaganda incentivará seus docentes a buscarem estratégias de ensino-aprendizagem por meio de metodologias ativas que desenvolvam competências e habilidades necessárias ao egresso que se quer formar, como possibilidade de desenvolvimento do pensamento, da autoanálise e da autoaprendizagem, essenciais à empregabilidade.

Por meio de situações propostas, didaticamente concebidas e organizadas para promover aprendizagens significativas e funcionais, o alvo a ser alcançado constitui-se na geração das competências profissionais gerais e técnicas. Dessa forma, o modelo acadêmico proposto considera que a sala de aula é um espaço de aprendizado dialógico, baseando-se em situações da realidade profissional e situações-problema que instiguem reflexão e ação.

Assim, o docente do curso de Publicidade e Propaganda utilizará a metodologia e as ferramentas metodológicas que permitam a exposição e apresentação do conteúdo com o uso de linguagem condizente ao aluno do, fomentando a apresentação da realidade profissional ante seu contexto locorregional, por meio da resolução de situações-problema alinhadas aos conteúdos presentes nas diversas disciplinas do curso.

Entre as competências elencadas pela IES, a liderança se destaca, uma vez que o docente é o mediador do processo de ensino-aprendizagem, desempenhando também o papel de incentivador junto às conquistas dos alunos. Com o propósito de atualização e desenvolvimento profissional, ao se dedicar à produção acadêmico-



científica, o corpo docente poderá ser reconhecido e recompensado com promoções internas, observando sua titulação, produção e desenvolvimento de atividades acadêmicas junto à IES.

4.8 Experiência no Exercício da Docência na Educação a Distância

Em 2012 o UNIPAC deu início à educação *on-line* (disciplinas semipresenciais) nos cursos de graduação do campus Barbacena.

O UNIPAC corrobora com o entendimento de Moran (2003) acerca da necessidade de transcender o modelo de educação a distância, comumente utilizado, e adotou nos projetos pedagógicos dos cursos de graduação a concepção de educação *on-line*, como forma de preservação dos benefícios sociais, afetivos e cognitivos da interação e colaboração característicos da educação presencial. Moran define educação *on-line* (EOL) como

conjunto de ações de ensino-aprendizagem desenvolvidas por meios telemáticos, como a internet, a video conferência e a teleconferência. Ele sustenta que a educação on-line acontece cada vez mais em situações bem amplas e diferentes, da educação infantil até a pós-graduação, dos cursos regulares aos corporativos. Abrange desde cursos totalmente virtuais, sem contato físico – passando por cursos semi presenciais- até cursos presenciais com atividades complementares fora de sala de aula, pela internet. Moran conclui que a educação a distância é um conceito menos amplo que o de educação on-line, exemplificando que um curso por correspondência é a distância, mas não é on-line. (MORAN, 2003, pag.39)

É preciso transcender a concepção do professor transmissor de informações, pois para essa tarefa o computador se faz tão ou até mais eficiente. O que buscamos é a ressignificação desse professor de modo a torná-lo “um agente organizador, dinamizador e orientador da construção do conhecimento por parte do aluno e de sua própria autoaprendizagem contínua” (LAGO, NOVA & ALVES, 2002, p.7).

O modelo que nos propomos a construir visa à valorização da interatividade e o uso de tecnologias digitais favorecendo novas formas de acesso à informação, novos estilos de pensar, raciocinar e novas dinâmicas no processo de construção do conhecimento.

Atualmente, no curso de Publicidade e Propaganda são oferecidas 11 (onze) componentes curriculares *on-line*. Dos 11 professores que atuam no curso, 4 (quatro) possuem experiência docente da docência na educação a distância, conforme se verifica abaixo:

Quadro 15 – Tempo de Experiência no Exercício da Docência na Educação a Distância

DOCENTE	TEMPO DE EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA DOCÊNCIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (em anos)
Israel Iasbik	5 anos
Ivana Melhem Deoud	7 anos



José Bonifácio Couto de Andrade	6 anos
Helder Rodrigues Pereira	9 anos

Por tudo isso, é possível afirmar que a experiência do corpo docente do curso de Publicidade e Propaganda do UNIPAC Campus Barbacena no exercício da docência na educação a distância permite identificar as dificuldades dos discentes, expor o conteúdo em linguagem aderente às características da turma, apresentar exemplos contextualizados com os conteúdos dos componentes curriculares e elaborar atividades específicas para a promoção da aprendizagem de discentes com dificuldades e avaliações diagnósticas, formativas e somativas utilizando os resultados para redefinição de sua prática docente no período, exerce liderança e é reconhecido por sua atuação e produção.

A plataforma utilizada para os componentes curriculares *on-line* dos cursos presenciais e para os cursos a distância, bem como os materiais, possibilitam que o professor contribua com conteúdos e atividades para a promoção da aprendizagem.

4.9 Experiência no Exercício da Tutoria na Educação a Distância

A experiência do corpo tutorial do UNIPAC permite fornecer suporte às atividades dos docentes, realizar mediação pedagógica junto aos discentes, demonstrar inequívoca qualidade no relacionamento com os estudantes, incrementar processos de ensino aprendizagem e orientar os alunos, sugerindo atividades e leituras complementares que auxiliam sua formação.

Como foi dito anteriormente, a partir de 2012 o UNIPAC adotou a concepção de educação *on-line*. Nessa concepção, o professor dos componentes curriculares passa a ser professor-tutor. Machado & Machado (2004) embasadas nos trabalhos de Perrenoud (2000) e Almeida (2001) apresentam a redefinição do papel do professor de componente curricular *on-line*

“mais do que ensinar, trata-se de fazer aprender (...), concentrando-se na criação, na gestão e na regulação das situações de aprendizagem” (Perrenoud, 2000:139). O professor-tutor atua como mediador, facilitador, incentivador, investigador do conhecimento, da própria prática e da aprendizagem individual e grupal (Almeida, 2001). (MACHADO & MACHADO, 2004, p.6)

Todo o processo de ensino-aprendizagem dos componentes curriculares no UNIPAC é conduzido, mediado por um professor-tutor, com formação e experiência na área de atuação e devidamente capacitado a atuar, tanto em ambiente presencial de aprendizagem, como no virtual. No contexto atual 9% professores-tutores são doutores, 41% mestres e 50% especialistas, 4 deles são autores de material didático. O quadro abaixo comprova a experiência dos professores-tutores na educação à distância.



Quadro 16 - Tempo de Experiência no Exercício da Tutoria na Educação a Distância

PROFESSOR-TUTOR	TEMPO DE EXPERIÊNCIA NO EXERCÍCIO DA TUTORIA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (em anos)
Israel Iasbik	5 anos
Ivana Melhem Deoud	7 anos
José Bonifácio Couto de Andrade	6 anos
Helder Rodrigues Pereira	9 anos

Por todo o exposto, é possível afirmar que a experiência do corpo tutorial permite fornecer suporte às atividades dos docentes, realizar mediação pedagógica junto aos discentes, demonstrar inequívoca qualidade no relacionamento com os estudantes, incrementando processos de ensino aprendizagem, e orientar os alunos, sugerindo atividades e leituras complementares que auxiliam sua formação.

Essas informações são passíveis de constatação por meio dos resultados da avaliação do tutor realizada pelos alunos, docentes responsáveis pelas disciplinas e coordenação de curso.

Os princípios metodológicos da educação a distância do UNIPAC estão fundamentados na interação aluno/conhecimento-científico, mediada pelas tecnologias de informação e comunicação, bem como pelo processo de tutoria possibilitado pelo ambiente virtual de aprendizagem (AVA).

A mediação pedagógica junto aos discentes ocorre por meio do AVA que dispõe de ferramentas que favorecem a interação entre aluno/tutor e aluno/aluno. E, ainda, auxiliam na estruturação da informação, como por exemplo: acesso a material paradidático, repositório para arquivos, ambiente para discussões assíncronas e síncronas, entre outras.

4.10 Atuação do Colegiado de Curso ou Equivalente

A atuação do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda está regulamentada e institucionalizada, possui representatividade dos segmentos docente, tutorial e discente:

- I.** Coordenador do curso, como presidente;
- II.** 30% (trinta por cento) dos docentes do curso com regime de trabalho de maior duração;
- III.1** (um) representante dos tutores; e
- IV.** 1 (um) representante do corpo discente do curso. O representante discente tem mandato de 2 (dois) semestres consecutivos o qual poderá ser renovado por igual período.

O Coordenador de Curso é também Presidente do
161



Colegiado. As reuniões ocorrem ordinariamente, 1 (uma) vez por semestre e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo Presidente, sendo suas reuniões e as decisões associadas registradas em atas, que após aprovação são assinadas pelos presentes e arquivadas para fins de registro documental da coordenação do curso. Na ata da reunião deve constar, além da pauta e de liberações, a indicação dos responsáveis pelos encaminhamentos/execução dos processos e o prazo final para apresentação da conclusão da atividade. No Google Drive, após o término de cada reunião, é disponibilizada planilha para acompanhamento das execuções e contribuições de outros membros do Colegiado, não responsáveis diretamente pela ação, caso seja necessário.

Esse procedimento é realizado para as reuniões ordinárias e extraordinárias.

Quadro 17 – Formulário de Acompanhamento e Execução das Deliberações de Reunião do Colegiado de Curso

QUADRO DE ACOMPANHAMENTO DAS DELIBERAÇÕES DO COLEGIADO						
Assunto	Deliberação Colegiada	Encaminhamento	Responsável	Data de Finalização	Contribuições	Status
Calendário Letivo	Aprovado	-	Graziela Braga	04/02/2020	-	Finalizado
Ampliação de Convênios para Estágio	Aprovado	Realização de Aproximações com empresas e instituições.	Felipe Alvim	17/03/2020	-	Em desenvolvimento
Adaptação ao Ensino Remoto das Atividades do Curso	Aprovado	-	Felipe Alvim	04/05/2020	-	Finalizado
Calendário Letivo	Aprovado	-	Felipe Alvim	03/08/2020	-	Finalizado
Atividades de Extensão/Eventos	Aprovado	Desenvolvimento de Eventos e Ações de Extensão.	Felipe Alvim	22/09/2020	-	Finalizado
Indicação Banca de TCC e Validação de Atividades Complementares	Aprovado	-	Felipe Alvim	10/11/2020		Finalizado
Calendário Letivo	Aprovado	-	Felipe Alvim	02/02/2021		Finalizado
Avaliação	Aprovado		Felipe Alvim	07/08/2021		Finalizado



Diagnóstico						
Projetos de Extensão	Aprovado	Desenvolvimento de atividades de extensão.	Felipe Alvim	22/12/2021		Finalizado
Calendário Letivo	Aprovado	-	Felipe Alvim	11/02/2022		Finalizado
Projetos de Extensão	Aprovado	Desenvolvimento de atividades de extensão.	Felipe Alvim	05/08/2022		Finalizado
PPC	Aprovado	Atualização do Documento.	Felipe Alvim	10/02/2023		Finalizado

O Colegiado do Curso pauta suas ações no Regimento Geral do UNIPAC e tem como finalidade maior fazer cumprir o Projeto Pedagógico do Curso cuidando para que os objetivos previstos sejam de fato alcançados em conformidade com o perfil de egresso estabelecido no PPC, no PDI e em consonância com as DCN's. O Colegiado do Curso de Publicidade e Propaganda tem a seguinte composição:

Quadro 18 – Composição do Colegiado de Curso

NOME	SEGMENTO QUE REPRESENTA
ALEXANDRE AUGUSTO DA COSTA	Corpo Docente
FELIPE ALVIM QUINET DE ANDRADE	Corpo Docente
HELEN CAROLINE DE OLIVEIRA	Corpo Docente
HENRIQUE MORAES KOPKE	Corpo Docente
RICARDO MATOS DE ARAUJO RIOS	Corpo Docente
HELDER RODRIGUES PEREIRA	Representante Tutores
BIANCA FABIANA DE MIRANDA	Representante Discente

Semestralmente o Colegiado realiza a sua autoavaliação para implementação ou ajuste de práticas de gestão. A autoavaliação tem como base as atribuições definidas em Estatuto e Regimento da Instituição.

4.11 Titulação e Formação do Corpo de Tutores do Curso

O UNIPAC adota a concepção de educação *on-line*. Nessa concepção, o professor dos componentes curriculares passa a ser também professor-tutor.



Neste semestre, atuam 4 (quatro) professores-tutores no curso, a saber:

Quadro 19 - Titulação e formação do corpo de tutores do curso.

Nome	Graduação	Especialização	Experiência (em anos)
Israel Iasbik	Engenharia Civil	Mestre	15
Ivana Melhen Deoud	Letras	Doutor	35
Helder Rodrigues Pereira	Filosofia	Doutor	36
José Bonifácio Couto de Andrada	Economia e Direito	Especialista	5,5

4.12 Experiência do Corpo de Tutores em Educação a Distância

A experiência em EaD e a titulação dos professores-tutores dos componentes curriculares dos cursos presenciais e dos tutores dos cursos *on-line* do UNIPAC possibilita que identifiquem as dificuldades dos discentes, exponham o conteúdo em linguagem aderente às características da turma, apresentem exemplos contextualizados com os conteúdos dos componentes curriculares e elaborem atividades específicas, em colaboração com os docentes, para a promoção da aprendizagem de alunos com dificuldades.

O professor-tutor e o tutor virtual são elementos estratégicos entre o ambiente virtual e o aluno. Eles acompanham e mediam o processo de aprendizagem do aluno e ajudam os alunos a compreenderem os materiais do curso através de discussões e explicações, bem como auxiliam nas dúvidas em relação às atividades a serem realizadas. O processo de promoção de interação e os feedbacks das correções das atividades têm papel significativo no contexto de aprendizagem virtual.

O AVA, onde se realiza o processo de mediação pedagógica nos componentes curriculares e nos cursos *on-line* a distância, conta com ferramentas que possibilitam uma experiência de aprendizagem mais envolvente, interativa e colaborativa entre os atores. Ademais, fornece relatórios visuais e didáticos, com gráficos de fácil compreensão, para medir ações de desenvolvimento dos alunos, o que contribui no processo de identificação dos alunos com dificuldades.

Como já foi dito anteriormente, a plataforma utilizada e os conteúdos digitais utilizados nos componentes curriculares e nos cursos *on-line* UNIPAC foram contratados de empresa terceirizada, todavia, possibilitam que os professores e tutores contribuam com conteúdos, atividades e materiais apropriados ao perfil da turma e específicos para promoção da aprendizagem dos alunos com dificuldades.

4.13 Interação entre Tutores, Docentes e Coordenadores de Curso a Distância

A comunicação e interação se apresentam como



elementos chaves no planejamento, execução e avaliação de todo processo ensino-aprendizagem. Impactam direta e indiretamente no aprendizado do aluno, podendo levar um curso ao sucesso ou ao fracasso.

O ambiente virtual de aprendizagem (AVA) utilizado para oferta dos componentes curriculares e dos cursos *on-line* do UNIPAC dispõe de ferramentas que favorecem a interação dos participantes e possibilita também a ampla comunicação e interação entre coordenador de curso e tutor virtual; professor do componente curricular e tutor virtual; coordenador de curso e professor do componente curricular e; coordenador da EaD e Coordenador de Curso.

Possibilita, ainda, a comunicação, tanto síncrona (em tempo-real), como assíncrona (em momentos diferentes), que pode ser estabelecida quer na perspectiva *one-to-one* (de um indivíduo para outro), *one-to-many* (de um para muitos) ou *many-to-many* (entre muitos indivíduos). São utilizados ainda para comunicação aplicativos e outros recursos.

A dimensão comunicacional assume papel de destaque no contexto virtual, segundo Freire “é indispensável que, para o ato comunicativo ser eficiente, haja um acordo entre os sujeitos comunicantes, de forma que a linguagem de um seja percebida dentro de um quadro significativo comum ao outro”.

O contexto da educação virtual exige o

pensar sobre o papel da comunicação no contexto de trabalho das equipes multifuncionais e multidisciplinares, sobre a utilização de meios de comunicação e a eficácia da comunicação entre os atores, sejam eles alunos, professores, tutores ou coordenadores. Somos levados ao campo da gestão da comunicação (SARTORI, 2005, citada por Nobre, 2008).

O processo de comunicação e interação¹⁵ entre os atores¹⁶ do processo de gestão nos cursos *on-line* no UNIPAC se efetiva conforme descrição abaixo:

¹⁵ O modelo de comunicação e interação dos atores da gestão da EaD no UNIPAC foi inspirado no CEFET-ES

¹⁶ Coordenador da EaD, Coordenador de Curso, Professor da Disciplina, Tutor Presencial e Tutor Virtual.

Interação Professor-Tutor x Tutor Virtual

Por ser o gestor do conhecimento, o professor-tutor, é o responsável pela realização e pela qualidade da mediação do processo de aprendizagem entre tutor virtual e aluno em um determinado componente curricular. É ele quem define as atividades que serão realizadas, as avaliações, os critérios. As reuniões entre os professores das disciplinas e os tutores virtuais podem ocorrer de forma presencial e virtual.

As reuniões presenciais são uma alternativa possível considerando o fato de que grande parte dos tutores virtuais está localizada na Sede. No AVA existe uma sala denominada “Sala TRÊS” que possibilita a troca de



ideais para a correção de questões, citam problemas encontrados, compartilham experiências, entre outros. As reuniões ocorridas presencialmente são agendadas através de enquetes na sala. O acompanhamento do desempenho dos alunos é realizado pelo professor-tutor através de relatórios entregues pelo tutor virtual ao final de cada atividade realizada pelo grupo de alunos sob sua responsabilidade. O professor-tutor também faz o acompanhamento do desempenho do tutor virtual através dos relatórios que o AVA produz. Além disso, avalia a atuação do tutor virtual no AVA fazendo amostragens nas salas de cada tutor para verificar, por exemplo, o tempo de resposta do mesmo aos questionamentos dos alunos, a qualidade das respostas e seu o grau de acerto, a forma de expressão, o português utilizado etc.

A comunicação e interação entre o professor-tutor e os tutores virtuais possibilitam a adequação do conteúdo e/ou a flexibilização de alguma atividade e/ou avaliação de modo a garantir a aprendizagem.

Interação Coordenador de Curso x Professor-tutor

A comunicação e interação entre o coordenador de curso e professor-tutor é favorecida pela possibilidade de reuniões presenciais, vez que grande parte dos professores-tutores está no mesmo local.

Ainda assim, no AVA, existe uma sala denominada de “Sala DOIS” na qual comunicados e trocas de arquivos e documentos fiquem ali registrados. Nesta sala são realizadas as trocas de ideias, sugestões, discussão sobre: os materiais das

disciplinas; objetos de aprendizagem; as avaliações e desempenhos dos alunos; a necessidade de se adotar alguma medida frente aos problemas identificados de aprendizagem dos alunos ou sobre a própria estrutura e organização da disciplina; a atuação e desempenho no AVA dos tutores virtuais entre outros.

Interação Coordenador da EaD x Coordenador de Curso

A comunicação e a interação entre a Coordenação da EaD e Coordenação de Curso podem acontecer de várias formas. Mesmo assim, existe no AVA a “Sala UM” onde são agendados os encontros presenciais, disponibilizados os resumos dos assuntos discutidos em reuniões e as decisões. Neste espaço também ocorrem, por meio de chat, encontros mais imediatos entre os participantes da Sala e encontros assíncronos, por meio de fóruns de discussão. Este espaço é utilizado ainda para disponibilizar materiais, arquivos em pdf, apresentações, podcast, vídeos e outros.

O acesso às salas virtuais só é permitido aos usuários cadastrados.

4.14 Produção Científica, Cultural, Artística ou Tecnológica

As políticas e as práticas de iniciação científica, inovação tecnológica e de desenvolvimento artístico e cultural são elementos



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

constitutivos do UNIPAC. A iniciação científica revela-se como um princípio educativo, formativo e científico, que é fomentado centrando-se na produção do conhecimento e na sua aplicação, de modo a estreitar a relação da Instituição com a sociedade.

O UNIPAC promove ações de incentivo à difusão das produções acadêmicas, sejam elas científicas, didático-pedagógicas, tecnológicas, artísticas ou culturais.

No curso de Publicidade e Propaganda mais de 50% dos docentes, possuem no mínimo, 9 produção nos últimos 3 anos.

Quadro 20 - Produção científica, cultural, artística ou tecnológica do corpo docente de Publicidade e Propaganda

NOME COMPLETO	CPF	TITULAÇÃO MÁXIMA	REGIME TRABALHO	VÍNCULO EMPREGATÍCIO	Tempo de vínculo interrumpido do docente com o curso * (MÊS)	Docente com formação/capacitação/experiência pedagógica? (SIM OU NÃO)	Artigos publicados em periódicos científicos na área	Artigos publicados em periódicos científicos em outras áreas	Livros ou capítulos em livros publicados na área	Livros ou capítulos em livros publicados em outras áreas	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 Augusto da Costa	067.102.896-05	Mestre	Parcial	CLT	67	Sim	0	0	9	0	6	6	0	0	0	11	6
Aline Emanuelle Prado	059.096.286-82	Especialista	Integral	CLT	36	Sim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0
Gislene Marengo Cusin	249.495.528-99	Mestre	Integral	CLT	62	Sim	0	0	0	9	0	0	0	0	0	2	7



Felipe Alvim Quinet de Andrade	013.067.336-69	Mestre	Integral	CLT	38	Sim	0	0	0	0	1	0	0	1	0	11	9
Helder Rodrigues Pereira	579.999.296-20	Doutor	Parcial	CLT	48	Sim	0	2	0	0	0	1	0	0	0	14	24
Helen Caroline de Oliveira	087.645.936-06	Especialista	Parcial	CLT	50	Sim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1
Henrique Moraes Kopke	040.911.306-90	Mestre	Parcial	CLT	44	sim	0	0	0	0	2	0	0	0	0	7	16
Israel Iasbik	975.543.596-49	Mestre	Integral	CLT	48	Sim	0	0	0	9	0	0	0	0	0	6	13
Ivana Melhem Deoud	571.846.406-59	Doutora	Horista	CLT	48	Sim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
José Bonifácio Couto de Andrade	088.573.156-57	Especialista	Parcial	CLT	48	Sim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ricardo Matos de Araújo Rios	079.934.116-96	Doutor	Parcial	CLT	67	Sim	5	0	16	0	24	10	3	1	0	14	7

5 DIMENSÃO 3 INFRAESTRUTURA

5.1 A Infraestrutura

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos de Barbacena, funciona em um imóvel próprio, com uma área de aproximadamente 196.000 m² e 15.000 m² de área contruída, com excelentes instalações, localizado na Rodovia MG 338 - Km 12 - Bairro Colônia Rodrigo Silva de Barbacena - MG.

O Campus dispõe de amplas salas de aula, sala de professores, sala de coordenadores, auditório, laboratórios de informáticas, Clínica Escola, Policlínica de Veterinária, cantina com área de convivência para os alunos,

biblioteca, secretaria, entre outras instalações administrativos e educacionais e estacionamento próprio, que atendem de forma excelente as necessidades educacionais da Ies, tudo isso reunido uma ampla área de convivência, bastante arborizada, causando impacto estético e bem-estar psicológico.

Todos os espaços da IES possuem cobertura Wi-Fi. As dependências encontram-se dentro do padrão de qualidade exigido pela Lei de Acessibilidade nº 13.146/2015, sendo que o acesso às salas de aula, bem como a circulação pelo Campus, é sinalizado por pisos táteis e orientação em braile. Há rampas em espaços que necessitam de deslocamento vertical.

5.2 Espaço de Trabalho para Docentes em Tempo Integral

Os espaços de trabalho para docentes em tempo integral viabilizam ações acadêmicas, como planejamento didático-pedagógico, atendem às necessidades institucionais, possuem recursos de tecnologias da informação e comunicação apropriados, garantem privacidade para uso dos recursos, para o atendimento a discentes e orientandos, e para a guarda de material e equipamentos pessoais, com segurança.

168 São disponibilizados computadores com acesso à



internet, impressora e recursos para registro acadêmico em quantidade e qualidade suficientes, com softwares atualizados que permitem ações diversas, entre elas, edição e formatação de materiais e conteúdos, bem como *webcam*. Possuem armários fechados que permitem a guarda de material com segurança, ventilação iluminação, acústica e acessibilidade adequados.

A manutenção do espaço é realizada por uma equipe de limpeza, objetivando a conservação e manutenção diária do espaço na IES.

5.3 Espaço de Trabalho para o Coordenador

O espaço de trabalho para o coordenador viabiliza as ações acadêmico-administrativas, possui equipamentos adequados, atende às necessidades institucionais, permite o atendimento de indivíduos ou grupos com privacidade e dispõe de infraestrutura tecnológica diferenciada, que possibilita formas distintas de trabalho, cumprindo as normas de acessibilidade e ergonomia. Dispõe de apoio técnico-administrativo próprio, com quatro funcionários de apoio, em todos os turnos, e espaço para a guarda de equipamentos e materiais. Atende eficientemente no tocante ao espaço, ventilação, acessibilidade, conforto, iluminação e acústica apropriadas aos seus fins, são limpos diariamente por uma equipe especializada, gerando locais com comodidade necessária às atividades desenvolvidas.

5.4 Sala Coletiva de Professores

A sala coletiva de professores viabiliza o trabalho docente, possui recursos de tecnologias da informação e comunicação apropriados para o quantitativo de docentes, permite o descanso e atividades de lazer e integração e dispõe de apoio técnico-administrativo próprio, com quatro funcionários de apoio, em todos os turnos, e espaço para a guarda de equipamentos e materiais, com escaninhos individuais. Atende eficientemente no tocante ao espaço, ventilação, acessibilidade, conforto, iluminação e acústica apropriadas aos seus fins, são limpos diariamente por uma equipe especializada, gerando locais com comodidade necessária às atividades desenvolvidas. Os professores contam com sala devidamente equipada com mesa, cadeiras, computadores, impressora, acesso à internet e cozinha integrada.

5.5 Salas de Aula

As salas de aula atendem às necessidades institucionais e do curso, sendo salas de 70m² e 140m² apresentando manutenção periódica,



conforto, limpeza, conservação e manutenção diárias, ventilação, iluminação e acústica adequadas, disponibilidade de recursos de tecnologias da informação e comunicação, tais como, data show e computador com internet e algumas dispõe de lousa digital, proporcionando que as atividades sejam desenvolvidas com a flexibilidade relacionada às configurações espaciais, oportunizando distintas situações de ensino-aprendizagem. Todas as salas dispõe de rampas de acessibilidade, lugares demarcados para cadeirantes com mobiliário específico.

A manutenção do espaço é realizada por uma equipe de limpeza, objetivando a conservação e manutenção diária do espaço na IES.

5.6 Acesso dos Alunos a Equipamentos de Informática

A estrutura tecnológica atende às necessidades Institucionais tendo em vista a capacidade de armazenamento e segurança das informações, capacidade de processamento, tecnologia aplicada em diversas áreas da instituição, seguridade de disponibilidade, estabilidade da rede elétrica, redundância e contingência de serviços, acordo de nível de serviços - SLA, estando com toda infraestrutura disponível 24 horas, 7 dias por semana. Normas como a ISO 20000 nos norteiam nos serviços relativos a infraestrutura tecnológica para que haja excelência na entrega do produto final ao usuário.

Servidores e disponibilidade 24 x 7

Com o objetivo em manter os sistemas e aplicações disponibilizados 24x7, o UNIPAC possui servidores de alta capacidade, baseado em sistemas de Alta Disponibilidade - HA (High Availability) em plataformas redundantes.

A infraestrutura conta em sua maioria com Servidores IBM SystemX3550M4, com processadores Six-coreIntelXeonE2620, tendo atualmente de 32 à 64 GB de memória em cada servidor, sendo expansível até 384GB, fontes de energia de 550W e 750W, sendo Hot Swap e redundante, interfaces de rede gigabit, Discos Rígidos SAS de até 10K RPM. Todos os servidores possuem sistema de detecção e alertas de problemas.

Os servidores são clusterizados (sistema de cluster para alta disponibilidade) com discos em arquitetura RAID para garantia e agilidade das aplicações em tempo integral, sob sistemas de alta disponibilidade.

Tais recursos e metodologias garantem que os sistemas fiquem operantes 24 horas por dia, 7 dias na semana. A instituição possui políticas de segurança de acesso a informação e disponibilidade de dados garantidas pelo Setor de Informática da IES, além de determinar responsabilidades e responsáveis por acessos físicos aos recursos de infraestrutura.

A sala dos servidores é ampla e devidamente refrigerada. Aparelhos de ar condicionado funcionam em tempo integral contando com um sistema de redundância e centrais de alerta caso a temperatura da sala ultrapasse um limite pré-estabelecido.



Estabilidade da rede elétrica e disponibilidade 24 x 7

A infraestrutura da rede elétrica é estabilizada, protegida com para-raios e aterramento, além de DPS bipolar. Há a garantia de funcionamento 24 x 7 devido a seus no breaks e gerador de alta capacidade. Para situações emergenciais, há o estabelecimento de uma política de procedimentos para o caso de indisponibilidade geral de energia que inclui o acionamento automático dos geradores, além do acionamento da empresa fornecedora de energia local.

Backup

Os backups da infraestrutura são feitos diariamente de forma automatizada na Google Cloud, em storages próprios fora da Instituição e também backups físicos full e diferenciais gravados em mídia e armazenados em locais interno e externo a Instituição, de acesso seguro, fácil e de rápida recuperação.

Internet e disponibilidade 24 X 7

O UNIPAC conta com links de internet de alta velocidade, com transmissão por meio de fibra ótica, links estes dedicados e com um sistema de redundância de sinal que garante acesso à internet 24x7. São 2 links de fornecedores diferentes, sendo um de 50MB e outro de 100MB. Serviços de load balance são adotados, garantindo que cada usuário tenha uma navegação confortável e que atenda toda sua demanda.

Os usuários têm acesso a rede mundial tanto através dos computadores ligados à rede cabeada quanto à rede sem fio, disponibilizada através de serviço de hotspot distribuída através de Mikrotik e pontos de acesso que garantem cobertura em todo o campus, garantindo o acesso a quaisquer recursos da internet. A rede wireless ainda permite a conexão à internet de visitantes da IES.

Acordo de Nível de Serviço - SLA

Para a contribuição na execução da estratégia da Instituição, há a necessidade da previsão de Acordos de Nível de Serviço - SLA, dos serviços de TI ofertados pelo UNIPAC.

Os Acordos de Nível e Serviço - SLA são previstos para os serviços internos e compactuado com fornecedores prestadores de serviços e TI externos. Tais acordos são parte integrante e podem ser verificados no plano de contingência, redundância e expansão do UNIPAC.

Segurança da Informação



Para segurança, confidencialidade, integridade, disponibilidade e autenticidade da rede e dos dados, é utilizado um servidor de Firewall físico de rede que gerencia todos acessos da rede, restringindo e liberando acessos através de IP e portas, armazenando logs de acesso, antivírus sempre atualizado, Active Directory para aplicação das políticas de grupos de segurança e possibilitar acesso para todos usuários cadastrados de acordo com seu perfil, acessível apenas através de senhas pessoais; balanceamento de rede, bloqueios e liberações de acessos que asseguram consulta a conteúdos que condizem com os fins da Instituição; o Windows Server Update Services (Wsus) garante a atualização constante do sistema operacional Windows nas máquinas do parque tecnológico, o que é constantemente supervisionado por funcionários do setor. Há uma separação física e lógica através de cabeamento, switches, Firewall e VLANs dos links de internet para o corpo administrativo, discente e docente, o que contribui para a segurança do tráfego de dados da rede.

Os sistemas disponibilizados pelo UNIPAC utilizam-se de criptografias a modo evitar a leitura de dados por terceiros ou pessoas não autorizadas, os sites possuem certificação SSL garantindo a privacidade e integridade dos dados e das aplicações que se comunicam pela internet.

Todos os processos de desenvolvimento são inicialmente realizados em ambiente de testes e mantido através de um sistema de controle de versões GIT.

Os serviços de disponibilização de conteúdos para alunos são contratados de terceiros, e possuem garantia de acordo de nível de serviço – SLA, tanto no que se refere a estrutura de armazenamento quanto dos serviços de ambiente e banco de dados. A IES utiliza as plataformas virtuais Blackboard e Moodle, ambas hospedadas em servidores em nuvem que garantem o acesso *full time* para a população discente e docente da instituição.

Plano de Contingência

O Plano de contingência é um planejamento de respostas e procedimentos a serem adotados em situação de crise, para a mitigação dos efeitos negativos e restabelecimento do cenário anterior à crise.

Visando a agilidade e segurança para evitar estes riscos e crise, existe um plano de contingência que abrange a infraestrutura tecnológica. Esse plano tem como objetivo reduzir os impactos e danos caso enfrente algum problema. O plano de contingência foi criado a partir da análise de risco e de chamados advindos do sistema de Help Desk, que orientou as ações de prevenção e ação das maiores frequências de problemas que impactam na área de infraestrutura: necessidade de manutenção e instalação de hardwares, falhas técnicas, suporte na utilização dos sistemas, entre outros.

A infraestrutura tecnológica para os cursos em EaD está sendo organizada considerando os dois primeiros anos dos cursos de Administração e Pedagogia e o primeiro ano dos cursos superiores tecnológicos, bem como o número de vagas para os cursos definido no quadro 12 deste PDI.



Infraestrutura e Execução e Suporte

A capacidade em oferecer serviços tecnológicos com qualidade aos alunos e funcionários do UNIPAC, depende de uma infraestrutura tecnológica sólida, baseando nos princípios da segurança da Informação.

Para atender as necessidades institucionais observando especificamente naquilo que se refere à disponibilidade de serviços previstos, assim como meios apropriados para a oferta e para prevenir, evitar falhas, instabilidade, inoperância, restabelecer e recuperar serviços tecnológicos disponibilizados, problemas de acesso e demais dúvidas, o UNIPAC conta com uma equipe de sustentação da infraestrutura de execução e suporte.

O conjunto da equipe é preparada para atuar no desenvolvimento de pequenas aplicações, gerenciamento dos servidores e serviços, na manutenção de equipamentos, redes física e de internet, instalação e atualização de softwares, monitoramento de disponibilidade de serviços em tempo real, backup, banco de dados, prontos para agir em casos de falhas físicas e lógicas, além de suporte ao usuário, problemas de acesso, dificuldades de navegação e demais dúvidas.

A infraestrutura de execução e suporte atende as necessidades institucionais, contando com funcionários capacitados e atualizados. A reciclagem e treinamento são feitos constantemente, visando a excelência da oferta dos serviços previstos e suporte aos usuários.

Há plano de contingência, redundância e expansão nos quais constituem um conjunto de medidas, procedimentos e ações a serem executadas em caráter preventivo ou emergencial.

O Plano de Contingência, redundância e expansão do UNIPAC visa a garantia da qualidade e entrega dos serviços prestados pelo UNIPAC e é o documento norteador para que a equipe de sustentação da infraestrutura de execução e suporte possa trabalhar e executar suas funções para o atendimento das necessidades institucionais.

O parque tecnológico conta com cerca de 379 computadores dos quais 205 equipamentos são destinados exclusivamente para alunos, além de 70 computadores disponíveis em sala de aula como recursos didáticos.

A infraestrutura tecnológica conta com 2 links de internet de alta velocidade, de fornecedores diferentes, em funcionamento redundante que garante disponibilidade de acesso à rede internet e funcionamento 24 x 7.

É utilizado programas de monitoramento e inventariado de computadores para levantamento relativos aos equipamentos, rede, softwares e hardware. Dessa forma é possível atuar mais rapidamente caso seja necessária a troca do equipamento, além de remoção, instalação ou manutenção de softwares diversos.

É utilizado um serviço de HelpDesk (GLPI Sistema HelpDesk OpenSource) ao usuário do corpo administrativo e docente. A plataforma conta com o suporte certificado da Servicedesk Brasil em parceria com a TECLIB. O serviço é 100% via



web possibilitando assim a abertura de chamados pelo usuário de qualquer lugar e para quaisquer solicitações envolvendo a área de TI. O Software pode também gerenciar ativos e serviços, provendo aos gestores informações “on time” de seus recursos físicos e humanos. Os chamados são acompanhados e analisados pelos gestores para traçar um plano de manutenção preventiva e desenvolvimento do plano de contingência.

A integração dos sistemas de monitoramento e inventariado com o sistema de HelpDesk permite identificar sistemas, meios e computadores com maiores índices de chamados a fim de alinhar um plano de manutenção preditiva e preventiva para que aquele problema não volte a ocorrer, além de facilitar o mapeamento de necessidades de treinamento ou tutorias a novos usuários do sistema.

A equipe de manutenção e suporte ainda conta com equipamentos em status de reserva e backup, que podem ser utilizados quando da necessidade de substituição emergencial de computadores, que podem ser customizados conforme o perfil do usuário e setor para onde serão destinados.

Normas e políticas são aplicadas para a manutenção e conservação de equipamentos, suporte ao usuário, instalação de infraestrutura, aquisição de equipamentos, dentre outros pontos relativos a execução dos serviços da equipe de infraestrutura e suporte. Normas como a NBR 14.565 são tidas como base para montagem da estrutura de rede.

Plano de Expansão e Atualização dos Equipamentos

O UNIPAC possui um plano de expansão e atualização de equipamentos. A expansão da infraestrutura tecnológica se baseia nas metas estabelecidas no Plano

de Desenvolvimento Institucional e no planejamento do orçamento anual estabelecido pela Entidade Mantenedora, envolvendo a compra de equipamentos, softwares e mobiliários, construção de prédios e redimensionamentos de espaços existentes.

Para o orçamento anual, a Direção do Campus, articulado com as Coordenações de curso e Coordenação de EAD, ao final de cada ano, especificam os equipamentos necessários a serem adquiridos no ano seguinte e caso necessário solicitam o apoio de um técnico especializado à Entidade Mantenedora.

A atualização e expansão de equipamentos para as atividades do UNIPAC Campus Barbacena e seus cursos não previstas no orçamento anual é feita a partir do pedido do setor de TI ou coordenações de cursos e Coordenação de EAD, mediante a aprovação da Pró-reitoria de Ensino, Assuntos Acadêmicos e Institucionais e pelo setor financeiro, que deve levar em consideração a necessidade de aquisição do produto e o fato de que o processamento eletrônico das informações, bem como os equipamentos atualizados e um ambiente virtual de aprendizagem funcional é de vital importância para a realização dos trabalhos da EaD, não podendo faltar equipamento atualizado para esse fim.

O pedido de aquisição de novos recursos para os



Laboratórios também pode ser feito pelos professores perante às coordenações, que devem justificar a utilidade do referido equipamento para sua(s) disciplina(s).

As tecnologias a serem utilizadas pelo UNIPAC são sempre analisadas e testadas tornando seguras e eficazes às atividades, em especial o ambiente virtual de aprendizagem, o sistema de controle e registro acadêmico e os equipamentos para interação com os alunos. A tecnologia de hardware e software está presente em vários setores e é utilizada para agilizar e melhorar a qualidade das atividades acadêmicas e institucionais nas atividades presenciais e EaD.

Tendo em vista que os equipamentos de informática se tornam rapidamente obsoletos, o hardware dos setores e Laboratórios são atualizados de acordo com a necessidade. A atualização consiste na troca de um ou mais componentes do computador por componentes de melhor desempenho.

A aquisição/expansão de novos hardwares para alguns setores como a Sala de Aprendizagem Ativa, Sala de Habilidades, Biblioteca e os Laboratórios de Informática, está vinculada à quantidade de alunos matriculados na instituição e necessidades de cada curso. No caso de criação de novos cursos, setores ou ampliação de algum, o responsável pelo TI deverá indicar a quantidade e capacidade dos referidos recursos a serem instalados em cada um.

A ampliação e melhoria da rede de informação do UNIPAC leva em conta a demanda apresentada face à abertura de novas turmas dos cursos existentes e daqueles a serem criados, bem como as atividades da EaD na instituição. Há um plano anual orçamentário que prevê em investimentos em equipamentos, programas, softwares e tecnologias educacionais informatizadas.

A instituição, portanto, tem previsto a atualização e expansão de equipamentos envolvidos nas atividades dos cursos presenciais e a distância e faz a previsão de recursos específicos para essa finalidade, demonstrando plena

capacidade para sua execução. Os recursos necessários para a expansão e atualização de equipamentos, serão supridos com recursos provenientes da receita distribuídos conforme critérios estabelecidos pela Mantenedora, após a solicitação da Instituição e atendendo ao planejamento existente.

A atualização e expansão tecnológica é o caminho mais seguro para a garantia do desenvolvimento das atividades do UNIPAC.

Recursos de Tecnologias de Informação e Comunicação

A revolução tecnológica trouxe grandes avanços e impactos significativos no modo de vida das pessoas, com a globalização e os avanços científicos e tecnológicos o mundo mudou seus processos e sua maneira de produzir, se comunicar e se informar.

Essas transformações há muito vêm impactando as pessoas e, consequentemente, o processo educativo, exigindo mudanças tanto na concepção de educação quanto nos meios para promovê-la. Na era da informação e comunicação



as relações aluno/professor/tutor/instituição/família/sociedades tão em constantes transformações, se constituindo tema emergente na educação e, em função disso, as instituições de ensino vem se adaptando a este contexto.

O sucesso na aplicação das Tecnologias de Informação e Comunicação – TICs como forma de inovação e significação com vistas à qualidade do processo ensino-aprendizagem, passa também pela formação continuada dos professores e este, talvez, seja o desafio mais urgente na renovação da linguagem pedagógica.

É uma preocupação constante no UNIPAC a renovação tecnológica e a implantando das TICs no processo ensino-aprendizagem, em especial na modalidade EaD, assim como a capacitação docente, reconhecendo que estas proporcionam aos alunos e professores um ambiente de ensino aprendizagem mais interativo, conectado, dinâmico e integrador, auxiliando na construção de competências fundamentais para sua inserção em um mundo cada vez mais tecnológico.

Considerando isso, o UNIPAC Barbacena conta com Tecnologias da Informação e Comunicação em sua sede e polos de apoio presencial com variados recursos.

Se tratando a tecnologia da informação para as ações acadêmico-administrativas, o UNIPAC conta com o ERP Totvs RM - Enterprise Resource Planning ou Sistema Integrado de Gestão Empresarial, um sistema robusto líder no mercado brasileiro. O Totvs RM integra diversos módulos e atividades como Registro Acadêmico, Financeiro, RH e Fiscal do UNIPAC.

O UNIPAC Campus Barbacena conta também com um dos LMS mais renomados do mundo, a Blackboard Learn, líder mundial em tecnologias educacionais, onde possibilita otimizar todos os aspectos da experiência de aprendizagem, estimulando o aprendizado colaborativo, o mesmo oferece uma navegação simplificada, intuitiva e dinâmica, criação de conteúdos, comunicação, integrações, mensurações e controle.

Uma plataforma virtual e inovadora utilizada é a Secretaria Digital, criada para racionalizar e padronizar procedimentos técnicos e administrativos adotados na efetivação de registro e guarda de documentos que envolve a gestão diária da administração da Faculdade, professores e alunos. A Secretaria Digital é basicamente uma ferramenta de gestão de documentos, onde através de um serviço de digitalização e a ferramenta de gestão online, armazena toda a documentação dos alunos de forma segura e de fácil acesso permitindo consultas rápidas e eficazes aos documentos.

Após a digitalização, os documentos são indexados e conferidos para que seja armazenado em classificações de acordo com cada tipo de documento, e para cada classificação são atribuídos campos de pesquisa para fácil recuperação e visualização dos mesmos. A Secretaria Digital atende as exigências da Portaria de nº 315, de 04 de abril de 2018 do Ministério da Educação – MEC.

Para atendimento e suporte técnico ou qualquer tipo de solicitação de suporte ou manutenção dos setores administrativos da Instituição, é utilizado o sistema GLPI. O software possibilita documentar o ciclo de vida de requisições e enviar notificações via e-mail para usuários e gestores



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

sobre o andamento da solicitação aberta. O GLPI contribui para que o UNIPAC se organize e demonstre transparência e efetividade para os seus colaboradores.

Para a garantia da acessibilidade comunicacional, a interatividade entre os membros da comunidade acadêmica é feita através de diversos formatos e possibilidades, seja ela através do aplicativo APP Mobile para uma comunicação ágil, fácil e sem barreiras, Portal Educacional, Ambiente Virtual de Aprendizagem, WhatsApp institucional, Facebook, Instagram, além do site institucional.

As Tecnologias da Informação e Comunicação - TICs são aliadas importantes no processo de inclusão e acessibilidade ao ensino superior das pessoas com deficiência e/ou necessidades educacionais especiais, incluindo aqueles com Transtorno do Espectro Autista (Lei 12.764/2012), facilitando a remoção de barreiras nas comunicações.

O UNIPAC Campus Barbacena reconhece a importância dessas tecnologias no processo de acessibilidade, disponibilizando para seus alunos com deficiência e/ou necessidades educacionais especiais, além daqueles recursos gerais, outros mais específicos.

Para a acessibilidade digital também se faz necessário eliminar as barreiras na comunicação, sendo assim, o UNIPAC disponibiliza em seus recursos de tecnologias de informação e comunicação, tecnologias assistivas e adaptativas para promover uma maior independência e acessibilidade a seus usuários nas informações.

No site institucional, seu principal veículo de comunicação, a comunicação pode ser realizada com suporte às principais línguas utilizadas no mundo, evitando assim barreiras na comunicação para usuários de outros países ou estrangeiros, há também condições ampliação e ajustes no tamanho da fonte/texto e contraste do site, facilitando a comunicação para os portadores de baixa visão, além de um poderoso intérprete em libras para auxiliar os portadores de baixa audição ou

surdez com conhecimento na linguagem dos sinais. O site também possui uma assistência auditiva, facilitado e permitindo que seja executado os conteúdos de forma audível.

Nos computadores dos laboratórios, biblioteca, sala dos professores são disponibilizados recursos específicos para deficientes visuais, como o programa DOSVOX, que permite transformar todo texto em conteúdo audível, além lupa e teclados ampliados com fontes destacadas e em Braile, facilitando a interatividade e comunicação com as pessoas de baixa visão ou cegas.

O UNIPAC Campus Barbacena utiliza recursos de tecnologia da informação como projetores multimídia e computadores em cada sala de aula; TVs; lousa digital; aparelhos de viva voz auricular; caixas de som, sons portáteis; espaço interativo com projetor interativo; um extenso parque de informática e laboratórios, 04 (quatro) laboratórios de Informática fixos com um total de 160 computadores, considerando que foi adquirido recentemente um laboratório exclusivo para EAD com 40 computadores, que atendem as necessidades institucionais considerando os aspectos de equipamentos, normas de segurança, espaço físico, acesso à internet, atualização de software, acessibilidade digital,



acessibilidade física, condições, serviços, suporte e plano de atualização ; além de 35 terminais para realização de pesquisa e consulta ao acervo na biblioteca da sede e dos polos.

Todos os laboratórios possuem navegadores de internet, leitores de PDF e ferramentas de edição de texto, planilhas eletrônicas e apresentação de slides, além de softwares específicos conforme necessidades pedagógicas de cada curso. Software de congelamento do computador são utilizados, possibilitando que todas as alterações indesejadas sejam apagadas, mantendo a integridade dos softwares e suas configurações, dispensando análises posteriores e desinstalação manual de aplicativos evitando danos e economizando tempo de suporte.

Há também acesso à internet wireless em todos os espaços da instituição na sede e polos; Biblioteca Virtual contendo diversos links para revistas eletrônicas e bibliotecas virtuais indicadas pelas coordenações de cursos juntamente com corpo docente: Domínio Público, SCIELO, Biblioteca Virtual de Saúde – BIREME e Portal Capes, Biblioteca Digital do Grupo A, além de um canal de atendimento especializado para manter a proximidade entre a IES e a comunidade acadêmica.

Ambiente Virtual de Aprendizagem

Especificamente para atender ao modelo pedagógico de Educação a Distância do UNIPAC é utilizada uma plataforma LMS (Learning Management System) de acesso e funcionamento integral via web, que garante ao aluno flexibilidade de acesso considerando-se a esfera temporal (qualquer dia e hora) e a esfera espacial/geográfica (de qualquer local), além de flexibilidade na organização dos estudos. Trata-se da plataforma Blackboard, um Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA que, originalmente, contém ferramentas de ensino, colaboração, avaliação e gestão. Foi preparada para integrar-se aos diversos sistemas de gestão da IES responsáveis pelos processos acadêmicos, inclusive pelo registro definitivo de notas.

Com a integração entre o AVA e Sistema de Registro Acadêmico, criou-se um ambiente onde o aluno possa acessar todos os recursos para o ensino aprendizagem e também aos registros acadêmicos permitindo diversas consultas como notas, extrato financeiro, emissão de boletos, expedição de documentos, além de uma área para comunicação com a instituição.

Reserva-se à plataforma de Educação a Distância a atribuição de operacionalizar os cursos no tocante a acesso à conteúdos, interação aluno X professor X tutor, proposição de atividades de aprendizagem, acompanhamento do desempenho do aluno e transferência dos resultados (notas). A Plataforma segue protocolos que garantem a manutenção, segurança, recursos e ferramentas necessárias para o pleno funcionamento da EaD, como:

I. Manutenção: A plataforma é mantida e hospedada em Data Center externo para o provimento de toda infraestrutura necessária: backup, suporte técnico 24x7, acessibilidade adequada e alta disponibilidade. À equipe de informática do setor de EaD compete o monitoramento, soluções de eventuais



problemas e integração dos processos e dados junto ao sistema acadêmico.

II. Acesso e segurança: A plataforma permite autenticação e acesso por meio de login e senha pessoal. Os níveis de acesso e operação dentro do ambiente são determinados pelo setor de TI e Coordenação da EaD.

III. Recursos do AVA: Os principais recursos tecnológicos do AVA podem ser agrupados em categorias, a saber:

- a)** Informação e documentação: permite apresentar as informações institucionais do curso, veicular conteúdos e materiais didáticos, fazer upload e download de arquivos;
- b)** Comunicação e Suporte: possibilitam a comunicação e suporte síncrono e assíncrono para tratativas sobre atividades, uso do ambiente e comunicação com o professor.
- c)** Gerenciamento pedagógico e administrativo: permite acesso a todos conteúdos, atividades e avaliações das disciplinas nos cursos e às informações acadêmicas e de desempenho dos aprendizes, entre outros. A plataforma também permite desenvolver análises e resoluções de problemas dentro do ambiente.
- d)** Textos e Ferramentas de Orientação: objetivam o auxílio ao aluno na organização contínua dos estudos. Os textos de orientação são inseridos na área central do ambiente e organizados em páginas web de formato simples. Apresentam estruturas tais como: boas-vindas, orientações gerais, plano de ensino e planos de aulas.

O AVA ainda possui ferramentas de orientação como Calendário e Linha do tempo. O Calendário apresenta informações relevantes sobre eventos diversos dos cursos, onde inclui informações de futuras atividades a serem realizadas, prazos de entrega de atividades on-line, e permite a personalização das informações por dia, semana ou mês. A Linha do tempo traz alertas e notificações e ajuda aos aprendizes na identificação e acompanhamento dos acontecimentos, atividades e suas atualizações dentro das disciplinas, além de facilitar o acesso direto para o evento ou atividade listada na Linha do tempo.

A plataforma é responsiva e permite o uso de recursos de acessibilidade. Também permite ampla comunicação e interação entre aluno x aluno, aluno x tutor x professor, aluno x professor."

5.7 Biblioteca

A Biblioteca São Tomás de Aquino é o órgão suplementar que dá suporte à realização das atividades acadêmico-pedagógicas, destinada aos professores e alunos, organizada de modo a atender aos objetivos da Instituição, funcionando diariamente, durante os períodos de trabalho escolar e no decorrer das férias, no horário estabelecido em seu Regulamento. Ocupa um espaço físico de 553m² e está devidamente informatizada para fornecer informações rápidas e precisas a seus usuários. Tal procedimento oferece as vantagens de disseminação seletiva da informação, obtenção de dados para avaliação quantitativa do acervo, controle de empréstimos, etc. O programa de automação utilizado é o



software Personal Home Library (PHL), sistema este desenvolvido especificamente para a administração, organização e disponibilização de acervos e serviços através da Internet com bases de dados no padrão CDS/ISIS® UNESCO. O Sistema permite ao usuário o acesso aos serviços e catálogos das Bibliotecas da Rede e integra, em tempo real, os catálogos às rotinas de controle e oferece ao usuário recursos de buscas, reservas e renovações, sem se deslocar de sua casa ou ambiente de trabalho.

Para o acervo físico, a Biblioteca adota padrões internacionais para o tratamento e organização da informação utilizando as normas de catalogação AACR2; a Classificação Decimal de Direito para o acervo da área jurídica; a Classificação Decimal Dewey (CDD) para as demais áreas e a Tabela Cutter-Sanborn para a notação de autor. O formato de saída dos catálogos é de acordo com a Norma NBR/6023 da ABNT. O sistema contém dados da descrição física das obras, do seu conteúdo e os dados patrimoniais.

O acervo virtual é disponibilizado através da assinatura da biblioteca digital MINHA BIBLIOTECA, de uso restrito para a comunidade acadêmica, com acesso através de login e senha, podendo ser acessado via página da biblioteca da IES e pelo AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem).

Para a indexação recurso informacionais online é utilizado o DeCs (Descritores em Ciências da Saúde) e para as demais áreas utiliza-se o vocabulário controlado da Fundação da Biblioteca Nacional (FBN).

Considerando a necessidade de salvaguardar o acervo físico, bem como proporcionar a segurança e a estabilidade dos serviços oferecidos pela biblioteca digital MINHA BIBLIOTECA, a Biblioteca disponibiliza um Plano de Contingência em que é previsto, primordialmente, a sustentabilidade dos serviços ofertados.

Na sua infraestrutura, a Biblioteca possui setor de atendimento aos usuários, cabines de estudo individuais e salas de estudo em grupo e os ambientes respeitam os padrões arquitetônicos de dimensão, iluminação, acústica, ventilação e acessibilidade e são higienizados regularmente por equipe especializada.

5.7.1 Acessibilidade

Atenta às demandas específicas das pessoas com necessidades especiais, a Biblioteca promove atendimento para:

- I.** Alunos com deficiência física: adequação e adaptação do acesso às dependências da Instituição com instalação de piso tátil.
- II.** Alunos com deficiência visual: um computador com o programa (Dosvox) que permite que um texto seja transformado em arquivo audível e transferível para os endereços eletrônicos dos usuários, possibilitando-lhes fazer uso dos mesmos no momento de sua conveniência. O software possibilita que deficientes visuais utilizem um microcomputador comum (PC) para desempenhar uma série de tarefas, adquirindo assim independência nas atividades. É disponibilizado ainda um teclado em braile.



III. Alunos com deficiência auditiva: é disponibilizado um computador com o software VLibras destinado a deficientes auditivos. O VLibras traduz automaticamente conteúdos digitais (texto, áudio e vídeo) para a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) tonando computadores, dispositivos móveis e plataformas Web acessíveis para pessoas surdas.

5.7.2 Recursos eletrônicos

E-books (MINHA BIBLIOTECA)

A biblioteca digital Minha Biblioteca, de uso restrito para a comunidade acadêmica, com acesso através de login e senha, é formada pelas principais editoras de livros acadêmicos do Brasil oferecendo às instituições de ensino superior uma plataforma prática e inovadora para acesso digital a conteúdos técnico-científicos de qualidade. Através dela, alunos e professores têm acesso a milhares de títulos acadêmicos entre as diversas áreas do conhecimento.

A Minha Biblioteca conta atualmente com aproximadamente 11.379 títulos permitindo aos usuários o acesso remoto ininterrupto, 24 horas por dia, ilimitado e simultâneo, através de computador, tablets e dispositivos móveis conectados na Internet.

Esta plataforma disponibiliza diversos recursos como: seleção de trechos, compartilhamento de conteúdo por e-mail, navegação intuitiva com pesquisas realizadas por título, autor, ISBN e termos. A leitura dos e-books pode ser feita por figuras, blocos de notas e sumário. Diversas ferramentas interativas são disponibilizadas como: o modo de realce, redimensionamento de texto com zoom, impressão de páginas (limitada), criação de anotações todas com direito a serem compartilhadas com colegas, grupo de trabalho, professor etc.

Base de dados BibLiv

Bases de dados que possui milhares de livros eletrônicos (e-Books) compilados, contemplando todas as áreas do conhecimento da humanidade, disponíveis em acesso aberto, para consulta e download, gratuitamente. Os conteúdos desses e-books podem ser acessados dentro ou fora da instituição, por toda a comunidade do UNIPAC e pelo público externo.

Periódicos eletrônicos

O Centro Universitário Presidente Antônio Carlos aderiu algumas prerrogativas da Declaração de Budapeste (BOAI - Budapest Open Access Initiative - 2002), entre elas a disseminação de periódicos científicos de livre acesso (Open Archive).



O acesso aberto é uma reação às novas possibilidades oferecidas pela Internet em que a produção científica é disponibilizada livremente, permitindo a qualquer usuário ler, fazer download, copiar, distribuir, imprimir, pesquisar, referenciar o texto integral dos artigos, indexá-los ou usá-los para qualquer outro fim legal, sem barreiras financeiras, legais ou técnicas. A única restrição de reprodução ou distribuição, obedecendo o direito autoral, é garantir a integridade do trabalho dando o reconhecimento aos autores através das citações das fontes.

Nesse contexto, a instituição disponibiliza na página da Rede de Bibliotecas (www.unipac.br/biblioteca) diversas informações científicas desenvolvidas por pares e patrocinadas por agências de fomento e instituições de pesquisas como: periódicos científicos, Bases de Dados como a BIREME, PUBMED, Bibliotecas Virtuais, Repositórios de Teses e Dissertações quais são considerados fontes de informação científicas, contemplando todas as áreas do conhecimento da humanidade.

Repositório Institucional da FUPAC

O Repositório Institucional é o instrumento oficial para coleta, organização, disseminação e preservação de todo o conhecimento produzido pelas Instituições mantidas pela FUPAC.

Através desse repositório, docentes, pesquisadores, alunos de graduação, pós-graduação e servidores técnico-administrativos dessas Instituições devem depositar seus resultados de pesquisas, de modo a:

- ✓ proporcionar acesso aberto e público à produção científica e intelectual, propiciando o aumento de sua visibilidade, acessibilidade e difusão;
- ✓ facilitar a gestão e o acesso à informação sobre a produção científica e intelectual produzidas pela Instituição;

- ✓ integrar-se a um conjunto de iniciativas nacionais e internacionais, por meio de padrões e protocolos de integração qualificados e normalizados.

5.7.3 Política de desenvolvimento e gestão dos acervos físico e digital

O referido documento visa estabelecer o planejamento na expansão dos acervos físico e digital, bem como na sua atualização, sendo um instrumento de apoio aos coordenadores de curso, NDE, pesquisadores, corpo docente e bibliotecário. Todas estas ações são realizadas através de recurso orçamentário, conforme previsão de investimentos, além de permuta e doações de materiais.

As aquisições dos acervos físico e virtual e a indexação das bases de dados temáticas, periódicos eletrônicos, encyclopédias, dicionários e demais outras fontes de informações científicas são selecionadas pelo



NDE e pelo Coordenador do curso, juntamente com o Bibliotecário.

Para a garantia da qualidade do processo de atualização e renovação dos acervos, o Centro Universitário Presidente Antônio Carlos considera vários aspectos os quais estão descritos no referido documento que será apresentado *in Loco*.

5.7.4 Bibliografia básica por Unidade Curricular (UC)

O acervo físico do curso está tombado e informatizado. O acervo virtual possui contrato que garante o acesso ininterrupto pelos usuários e ambos os acervos estão registrados em nome da IES.

O acervo da bibliografia básica é adequado em relação às unidades curriculares e aos conteúdos descritos no PPC e está atualizado, considerando a natureza das UC. Da mesma forma, está referendado por relatório de adequação, assinado pelo NDE, comprovando a compatibilidade, em cada bibliografia básica da UC, entre o número de vagas autorizadas (do próprio curso e de outros que utilizem os títulos) e a quantidade de exemplares por título (ou assinatura de acesso) disponível no acervo.

Nos casos dos títulos virtuais, há garantia de acesso físico na IES, com instalações e recursos tecnológicos que atendem à demanda e à oferta ininterrupta via internet, bem como de ferramentas de acessibilidade e de soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem.

O acervo possui acesso virtual aos periódicos especializados que complementam o conteúdo administrado nas UC.

O acervo é gerenciado de modo a atualizar a quantidade de exemplares e/ou assinaturas de acesso mais demandadas, sendo adotado plano de contingência para a garantia do acesso e do serviço.

Para a atualização das bibliografias básicas e complementares, a bibliotecária do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos emite relatório do acervo do curso de acordo com o disposto em seu Projeto Pedagógico - PPC, encaminhando o mesmo ao coordenador do curso para apreciação, sempre nas primeiras quinzenas dos meses de fevereiro e agosto do ano de sua atualização. O relatório deve conter a quantidade de exemplares e ano de publicação de cada obra que compõe a referência bibliográfica do Curso em processo de atualização.

Cabe ao coordenador de curso realizar, dentro do período de 30 (trinta) dias, consulta pública aos docentes e discentes de seu curso, permitindo sugestões para aquisição de obras atualizadas e de novas obras, necessárias ao desenvolvimento das competências e habilidades descritas no Plano de Aprendizagem de cada componente curricular. Os coordenadores de curso devem incentivar seus docentes e discentes a fazerem sugestões, esclarecendo que as mesmas serão encaminhadas ao NDE para validação e, posteriormente, ao Colegiado de Curso para



homologação.

O coordenador de curso apresenta, respectivamente, ao Núcleo Docente Estruturante – NDE e ao Colegiado de Curso para deliberação sobre:

- I.** Lista de sugestões de compra para a atualização de bibliografias;
- II.** Lista de sugestão para aquisição de novas obras;
- III.** Lista de sugestão para aquisição devido à alteração curricular, quando houver;
- IV.** Lista de sugestão para aquisição para atender a implantação de novos cursos;

A aquisição de obras para atualização de bibliografias é deferida quando ocorrerem inovações doutrinárias, normativas e legislativas.

A sugestão para aquisição de novas obras é deferida quando esta for acompanhada de justificativa para análise de sua relevância para o curso, observadas as prioridades para alocação de recursos.

O coordenador de curso, após o processo de consulta e as considerações e validação do NDE, consolida a lista de sugestão para aquisição das obras. A lista consolidada deve ser remetida à Direção Acadêmica, para aprovação e esta, posteriormente ao bibliotecário para análise e alinhamentos das referências indicadas. Em seguida deve ser encaminhada ao setor de compras da UNIPAC com as devidas justificativas para que proceda a cotação. O setor de compras remete a cotação com as justificativas à Direção Geral, em, no máximo, 30 (trinta) dias contados do recebimento da lista consolidada, para aprovação da compra.

O bibliotecário comunica ao coordenador de curso o recebimento das obras, através de lista das novas aquisições, para inclusão no PPC e nos planos de aprendizagem. O coordenador de curso, juntamente com o bibliotecário, deve divulgar amplamente o recebimento das obras aos discentes e docentes.

5.7.5 Bibliografia complementar por Unidade Curricular (UC)

O acervo da bibliografia complementar do curso de Publicidade e Propaganda é adequado em relação às unidades curriculares e aos conteúdos descritos no PPC e está atualizado, considerando a natureza das UC.

Da mesma forma, está referendado por relatório de adequação, assinado pelo NDE, comprovando a compatibilidade, em cada bibliografia complementar da UC, entre o número de vagas autorizadas (do próprio curso e de outros que utilizem os títulos) e a quantidade de exemplares por título (ou assinatura de acesso) disponível no acervo.

Nos casos dos títulos virtuais, há garantia de acesso físico na IES, com instalações e recursos tecnológicos que atendem à demanda



e à oferta ininterrupta via internet, bem como de ferramentas de acessibilidade e de soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem.

O acervo possui exemplares, ou assinaturas de acesso virtual, de periódicos especializados que complementam o conteúdo administrado nas UC.

O acervo é gerenciado de modo a atualizar a quantidade de exemplares e/ou assinaturas de acesso mais demandadas, sendo adotado plano de contingência para a garantia do acesso e do serviço.

5.8 Laboratórios Didáticos de Formação Básica

O UNIPAC Campus Barbacena dispõe de 6 laboratórios especializados para atender ao curso de Publicidade e Propaganda com equipamentos em quantidades necessárias ao seu bom funcionamento.

Os laboratórios especializados contam com procedimentos técnicos para preparação das aulas, regulamentos próprios, bem como normas de utilização e segurança, com objetivo de garantir seu bom funcionamento.

Os laboratórios didáticos atendem às necessidades do curso, de acordo com o PPC e com as respectivas normas de funcionamento, utilização e segurança, apresentam conforto, manutenção periódica, serviços de apoio técnico e disponibilidade de recursos de tecnologias da informação e comunicação adequados às atividades a serem desenvolvidas, e possuem quantidade de insumos, materiais e equipamentos condizentes com os espaços físicos e o número de vagas, havendo, ainda, avaliação periódica quanto às demandas, aos serviços prestados e à qualidade dos laboratórios.

O quadro abaixo expressa a relação dos laboratórios especializados utilizados pelo curso:



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 21 – Laboratório de Multimídia - LABCOM

Laboratório de Multimídia - LABCOM								
CURSOS(S): Publicidade e Propaganda								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	
Laboratório de Multimídia - LABCOM	1	126,8m ²	Horário de funcionamento: 13h30min às 22h	4 Câmera Fotográfica Nikon D3100 1 Flash VILTROXJY680A 1 Lente Nikon 70-300mm 1 Microfone SHURESU200 1 Microfone LYCOSML48 2 Microfone VOKAL 2 Filmadora PANASONIC 4.0MiniDV 2 Tripé Manfrotto 1 Tripé VELBONDF60 2 Iluminador Retangular 1 Suporte Microfone VECTOR 1 Suporte Microfone Articulado 2 Refletor Studio Light 1 Mini Refletor p/Externa 1 Refletor ATEX 1 Aparelho de Fax 1 Mesa de Som BEHRINGERMX2004-A 10 Adobe Creative Cloud (Assinaturas) 1 Mesa de Luz para Desenho 1 Retroprojetor 1 Linha telefônica	Para o desenvolvimento das aulas práticas neste Laboratório os alunos são divididos em pequenos grupos, de acordo com o material disponível para um determinado número de alunos permitindo, dessa forma, uma perfeita integração entre os materiais e equipamentos disponíveis no laboratório, sem prejuízo ao bom acompanhamento da aula	50 alunos	10 Mesas para computador 01 Mesa com 03 gavetas Cor: Cinza 01 Armário de fórmica Cor: Cinza 01 Arquivo de fórmica Cor: Cinza 4 mesas de reunião redonda 08 Banquetas 10 Cadeiras almofadadas (Azul) 02 Mesas de reunião retangular 01 Quadro de aviso 01 Grampeador 02 Armários de Aço 01 Bancada gravação/estúdio 02 Poltronas para banca da gravação 02 Cestos de Lixo	

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 22 – Laboratório de Informática I

Laboratório de Informática I (Bloco II)								
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática I	1	43,7m ²	Horário de Funcionamento: 8h às 22h.	15 15 15 15 1 1 1 2 * Gabinetes Configuração (HD 500 GB, Memória 2GB, Pentium Dual Core E5700, DVDRW) Teclados Mouses Monitores de LED 18,5" Ventiladores de Teto Ar Condicionado Rack Switch Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, AdobeReaderDC, AutoCad 2016 e 7ZIP.	01/01	25 alunos	5 20 1 1 1	Bancadas de Fórmica Cadeiras de Curvim Quadro de Fórmica Lixeira de Madeira Lixeira de plástico

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 23 - Relação Específico do Funcionário Marcos para Atendimento ao Aluno

Relação específico do funcionário Marcos para atendimento ao aluno								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática I	1	43,7m ²	Horário de atendimento: 9h às 13h e 18h às 22h	1	Gabinetes Configuração (HD 500 GB, Memória 2GB, Pentium Dual Core E5700, DVDRW)	01/01	1	Armário aquivo de madeira
				1	Teclados		1	Armário de aço duas portas
				1	Mouses		1	Mesa de escritório com três gavetas
				1	Monitores de LED 18,5"		1	Mesas para impressora
				1	Impressora		1	Lixeira de plástico
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, AdobeReaderDC, AutoCad 2016 e 7ZIP.		2	Cadeira almofadada giratória com rodinhas

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 24 – Laboratório de Habilidades

Laboratório de Habilidades (BLOCO III)									
CURSO(S): Administração Presencial e EAD, Pedagogia (EAD), Tecnólogo em Gestão de RH (EAD), Tecnólogo em Logística (EAD), Tecnólogo em Finanças (EAD), Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda.									
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local.									
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO Próprio.									
ID	QT	AT	CO	RE		RE/A	CA	DM	
Laboratório de Habilidades (BLOCO III)	1	70 m ²	Horário de Funcionamento: 8h às 22h.	6	Notebooks Intel Core I5, 4gb Ram, HD 500GB	01/Grupo	36 alunos.	6	Mesas projetadas para habilidades e reuniões
				6	Teclados			36	Cadeiras giratória almofadadas com rodinhas
				6	Mouses			1	Quadro branco, grande, em todas lateral da sala
				6	Suportes para Ergonomia de Notebooks			1	Lixeira
				6	Tvs 43"				
				2	Ventiladores de Teto.				
				1	Switchs.				
				1	Rack				
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 10 Pro, Pacote MicrosoftOffice 2013, Adobe Reader DC e 7ZIP, Alterdata.				

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 25 – Laboratório de Informática II

Laboratório de Informática II (Bloco II)								
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática II	1			30	Gabinetes Configuração (HD 500 GB, Memória 2GB, Pentium Dual Core E5700, DVDRW)			
				31	Gabinetes com configurações diferentes			
				61	Teclados		24	Bancadas de Fórmica
				61	Mouses		2	Lixeira de madeira
				61	Monitores de LED	01/01	103	Cadeiras de curvim ou almofadada
				3	Switchs.		10	Quadro de cultura argentina
				1	Rack		1	Cadeira almofadada giratória com rodinhas
				5	Ventiladores de Teto.		1	Mesa modelo aparador
				1	Mesas com 04 caixa modelo DPS Profissional Powered mixer		2	Caixas skinner
				1	Microfone sem fio modelo vocal UHF Receiver RE-96			
				1	Data show HDMI			
				1	Ar Condicionado			
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, Adobe Reader DC, 7ZIP, Ledware, Receita NET, Programas de Imposto de Renda e Receita Federal, Autocad 2016, Microsoft Visio, Microsoft Project, MySql, SqlExpress 2012, Dev c++, Eclipse sdk, OpenProjeto, Enterprise Architect, IDE Eclipse, Codblocks, Astah-Community, NotePad++, simulador de Autômatos, KNIME, Swipl, Google Earth, Global Mappere softwareR.			

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m2); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 26 – Laboratório de Informática III

Laboratório de Informática III (Bloco III)								
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática III	1	70m ²	Conforme agendamento de aulas práticas	45	Computadores Intel I5, 8gb Ram, HD 500Gb e 1TB	01/01	44 alunos	2
				45	Teclados			8
				45	Mouses			2
				45	Monitores de LED 19,5"			1
				1	Rack			
				1	Data show HDMI			
				1	Lousa digital 83"			
				2	Switchs			
				1	Roteador			
				2	Ventilador de parede			
				2	Ventiladores de Teto			
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, Adobe Reader DC, 7ZIP, Ledware, Receita NET, Programas de Imposto de Renda e Receita Federal, Autocad 2016, Microsoft Visio, Microsoft Project, MySQL, SqlExpress 2012, Dev c++, Eclipse sdk, OpenProjet, Enterprise Architect, IDE Eclipse, Cdblocks, Astah-Community, NotePad++, Simulador de Autômatos, KNIME, Swipl, Google Earth, Global Mappere softwareR.			
ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m2); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.								



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 27 – Sala Aprendizagem Ativa

Sala Aprendizagem Ativa (Bloco II)									
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.									
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local									
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio									
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM		
Sala Aprendizagem Ativa (BLOCO II)	1	140 m ²	Horário de Funcionamento: 8h às 22h	1	Gabinete Configuração (HD320GB, Memória 2GB, Dual Core E5400, DVDRW)	01/Grupo	100alunos	10	Mesas projetadas para habilidades e reuniões
				1	Teclados			100	Cadeiras giratória almofadadas com rodinhas
				1	Mouse			1	Quadro branco, grande, em toda lateral da sala
				4	Roteadores			1	Lixeira
				12	Caixas Acústicas Teto Som Ambiente Arandela			1	Mesa de MDF tipo professor com armário
				100	Tabletes				
				1	Mesa som com GVB modelo IW602D-USB				
				1	Microfone sem fio modelo JWLU-8017				
				6	Data show HDMI				
				2	Splitter HDMI4X1				
				2	Ar condicionado komeco modelo KOP60FCG4				
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, Adobe Reader DC e 7ZIP				

ID = Identificação da instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



5.9 Laboratórios Didáticos de Formação Específica

Os laboratórios didáticos atendem às necessidades do curso, de acordo com o PPC e com as respectivas normas de funcionamento, utilização e segurança, apresentam conforto, manutenção periódica, serviços de apoio técnico e disponibilidade de recursos de tecnologias da informação e comunicação adequados às atividades a serem desenvolvidas, e possuem quantidade de insumos, materiais e equipamentos condizentes como espaços físicos e o número de vagas, havendo, ainda, avaliação periódica quanto às demandas, aos serviços prestados e à qualidade dos laboratórios.

O UNIPAC Campus Barbacena dispõe de 06 laboratórios para atender às disciplinas específicas do curso de Publicidade e Propaganda com equipamentos em quantidades necessárias ao bom funcionamento das aulas práticas desenvolvidas ao longo do curso. Os laboratórios contam com procedimentos técnicos para preparação das aulas, regulamentos próprios, bem como normas de utilização e biossegurança, com objetivo de garantir seu bom funcionamento.

Para que as atividades práticas possam ser desenvolvidas, ao longo do ano são realizadas atividades de manutenção preventiva e corretiva dos equipamentos, bem como a aquisição de materiais necessários para a preparação e realização das atividades práticas de ensino previstas nas disciplinas que compõem o Projeto Pedagógico do Curso.

Segue abaixo a listagem dos laboratórios de formação específica:



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 28 – Laboratório de Multimídia - LABCOM

Laboratório de Multimídia - LABCOM								
CURSOS(S): Publicidade e Propaganda								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	
Laboratório de Multimídia - LABCOM	1	126,8m ²	Horário de funcionamento: 13h30min às 22h	4 Câmera Fotográfica Nikon D3100 1 Flash VILTROXJY680A 1 Lente Nikon 70-300mm 1 Microfone SHURESU200 1 Microfone LYCOSML48 2 Microfone VOKAL 2 Filmadora PANASONIC 4.0MiniDV 2 Tripé Manfrotto 1 Tripé VELBONDF60 2 Iluminador Retangular 1 Suporte Microfone VECTOR 1 Suporte Microfone Articulado 2 Refletor Studio Light 1 Mini Refletor p/Externa 1 Refletor ATEX 1 Aparelho de Fax 1 Mesa de Som BEHRINGERMX2004-A 10 Adobe Creative Cloud (Assinaturas) 1 Mesa de Luz para Desenho 1 Retroprojetor 1 Linha telefônica	Para o desenvolvimento das aulas práticas neste Laboratório os alunos são divididos em pequenos grupos, de acordo com o material disponível para um determinado número de alunos permitindo, dessa forma, uma perfeita integração entre os materiais e equipamentos disponíveis no laboratório, sem prejuízo ao bom acompanhamento da aula	50 alunos	10 Mesas para computador 01 Mesa com 03 gavetas Cor: Cinza 01 Armário de fórmica Cor: Cinza 01 Arquivo de fórmica Cor: Cinza 4 mesas de reunião redonda 08 Banquetas 10 Cadeiras almofadadas (Azul) 02 Mesas de reunião retangular 01 Quadro de aviso 01 Grampeador 02 Armários de Aço 01 Bancada gravação/estúdio 02 Poltronas para banca da gravação 02 Cestos de Lixo	

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 29 - Laboratório de Informática

Laboratório de Informática I (Bloco II)									
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.									
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local									
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio									
ID	QT	AT	CO	RE		RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática I	1	43,7m ²	Horário de Funcionamento: 8h às 22h.	15	Gabinetes Configuração (HD 500 GB, Memória 2GB, Pentium Dual Core E5700, DVDRW)	01/01	25 alunos	5	Bancadas de Fórmica
				15	Teclados			20	Cadeiras de Curvim
				15	Mouses			1	Quadro de Fórmica
				15	Monitores de LED 18,5"			1	Lixeira de Madeira
				1	Ventiladores de Teto			1	Lixeira de plástico
				1	Ar Condicionado				
				1	Rack				
				2	Switch				
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, AdobeReaderDC, AutoCad 2016 e 7ZIP.				



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 30 - Relação Específico do Funcionário Marcos para Atendimento ao Aluno

Relação específico do funcionário Marcos para atendimento ao aluno									
ID	QT	AT	CO	RE		RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática I	1	43,7m ²	Horário de atendimento: 9h às 13h e 18h às 22h	1	Gabinetes Configuração (HD 500 GB, Memória 2GB, Pentium Dual Core E5700, DVDRW)	01/01		1	Armário aquivo de madeira
				1	Teclados			1	Armário de aço duas portas
				1	Mouses			1	Mesa de escritório com três gavetas
				1	Monitores de LED 18,5"			1	Mesas para impressora
				1	Impressora			1	Lixeira de plástico
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, AdobeReaderDC, AutoCad 2016 e 7ZIP.			2	Cadeira almofadada giratória com rodinhas



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 31 – Laboratório de Habilidades

Laboratório de Habilidades (BLOCO III)								
CURSO(S): Administração Presencial e EAD, Pedagogia (EAD), Tecnólogo em Gestão de RH (EAD), Tecnólogo em Logística (EAD), Tecnólogo em Finanças (EAD), Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda.								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local.								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO Próprio.								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	
Laboratório de Habilidades (BLOCO III)	1	70 m ²	Horário de Funcionamento: 8h às 22h.	6 Notebooks Intel Core I5, 4gb Ram, HD 500GB 6 Teclados 6 Mouses 6 Suportes para Ergonomia de Notebooks 6 Tvs 43" 2 Ventiladores de Teto. 1 Switchs. 1 Rack * Softwares usados/licenciados: Windows 10 Pro, Pacote MicrosoftOffice 2013, Adobe Reader DC e 7ZIP, Alterdata.	01/Grupo	36 alunos.	6 Mesas projetadas para habilidades e reuniões 36 Cadeiras giratória almoçadas com rodinhas 1 Quadro branco, grande, em todas laterais da sala 1 Lixeira	

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 32 – Laboratório de Informática II

Laboratório de Informática II (Bloco II)								
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.								
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local								
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio								
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática II	1			30	Gabinetes Configuração (HD 500 GB, Memória 2GB, Pentium Dual Core E5700, DVDRW)			
				31	Gabinetes com configurações diferentes			
				61	Teclados		24	Bancadas de Fórmica
				61	Mouses		2	Lixeira de madeira
				61	Monitores de LED	01/01	103	Cadeiras de curvim ou almofadada
				3	Switchs.		10	Quadro de cultura argentina
				1	Rack		1	Cadeira almofadada giratória com rodinhas
				5	Ventiladores de Teto.		1	Mesa modelo aparador
				1	Mesas com 04 caixa modelo DPS Profissional Powered mixer		2	Caixas skinner
				1	Microfone sem fio modelo vocal UHF Receiver RE-96			
				1	Data show HDMI			
				1	Ar Condicionado			
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, Adobe Reader DC, 7ZIP, Ledware, Receita NET, Programas de Imposto de Renda e Receita Federal, Autocad 2016, Microsoft Visio, Microsoft Project, MySQL, SqlExpress 2012, Dev c++, Eclipse sdk, OpenProjeto, Enterprise Architect, IDE Eclipse, Codblocks, Astah-Community, NotePad++, simulador de Autômatos, KNIME, Swipl, Google Earth, Global Mapper softwareR.			

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m2); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 33 – Laboratório de Informática III

Laboratório de Informática III (Bloco III)									
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.									
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local									
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio									
ID	QT	AT	CO	RE		RE/A	CA	DM	ID
Laboratório de Informática III	1	70m ²	Conforme agendamento de aulas práticas	45	Computadores Intel I5, 8gb Ram, HD 500Gb e 1TB	01/01	44 alunos	2	Quadro
				45	Teclados			8	Bancadas
				45	Mouses			2	Lixeiras plásticas
				45	Monitores de LED 19,5"			1	Mesas do professor
				1	Rack				
				1	Data show HDMI				
				1	Lousa digital 83"				
				2	Switchs				
				1	Roteador				
				2	Ventilador de parede				
				2	Ventiladores de Teto				
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, Adobe Reader DC, 7ZIP, Ledware, Receita NET, Programas de Imposto de Renda e Receita Federal, Autocad 2016, Microsoft Visio, Microsoft Project, MySQL, SqlExpress 2012, Dev c++, Eclipse sdk, OpenProjeto, Enterprise Architect, IDE Eclipse, Codeblocks, Astah-Community, NotePad++, Simulador de Autômatos, KNIME, Swipl, Google Earth, Global Mapper e softwareR.				



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos

UNIPAC Barbacena

Quadro 34 – Sala Aprendizagem Ativa

Sala Aprendizagem Ativa (Bloco II)									
CURSO(S): Administração, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Direito, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo e Medicina veterinária.									
Os Procedimentos Operacionais Padrões (POP) encontram-se no local									
DISPONIBILIDADE DO LABORATÓRIO: Próprio									
ID	QT	AT	CO	RE	RE/A	CA	DM		
Sala Aprendizagem Ativa (BLOCO II)	1	140 m ²	Horário de Funcionamento: 8h às 22h	1	Gabinete Configuração (HD320GB, Memória 2GB, Dual Core E5400, DVDRW)	01/Grupo	100alunos	10	Mesas projetadas para habilidades e reuniões
				1	Teclados			100	Cadeiras giratória almofadadas com rodinhas
				1	Mouses			1	Quadro branco, grande, em toda lateral da sala
				4	Roteadores			1	Lixeira
				12	Caixas Acústicas Teto Som Ambiente Arandela			1	Mesa de MDF tipo professor com armário
				100	Tabletes				
				1	Mesa som com GVB modelo IW602D-USB				
				1	Microfone sem fio modelo JWLU-8017				
				6	Data show HDMI				
				2	Splitter HDMI4X1				
				2	Ar condicionado komeco modelo KOP60FCG4				
				*	Softwares usados/licenciados: Windows 7 Professional, Pacote Microsoft Office 2013, Adobe Reader DC e 7ZIP				

ID = Identificação da Instalação; QT = Quantidade; AT = Área Total (m²); CO = Complemento; RE = Recursos Específicos; RE/A = Relação Equipamento/Aluno; CA = Capacidade; DM = Descrição do Mobiliário.



5.10 Processo de Controle de Produção ou Distribuição de Material Didático (Logística)

Os princípios metodológicos da educação a distância do UNIPAC estão fundamentados na interação aluno/conhecimento-científico mediada pelas tecnologias de informação e comunicação, bem como pelo processo de tutoria possibilitado por um ambiente virtual de aprendizagem. O propósito com a educação *on-line* é formar alunos autônomos e cidadãos. O UNIPAC adota práticas de estudos com metodologias e atividades de aprendizagem que provocam em seus alunos o desenvolvimento da autoaprendizagem, estimulando a autonomia intelectual e a articulação entre teoria e prática.

Em função de sua missão, o UNIPAC concentra esforços para contribuir com a formação integral do indivíduo, despertando-lhe o senso crítico, o critério ético e a capacidade de julgar e agir corretamente, formando cidadãos conscientes, capacitados para a vida profissional e cívica, conforme as exigências da sociedade moderna.

As Atividades-Extraclasse-Orientadas e os componentes curriculares *on-line* do curso de Publicidade e Propaganda são oferecidas em ambiente virtual de aprendizagem (AVA) - plataforma *Blackboard*. A plataforma também é utilizada como suporte dos componentes curriculares presenciais e para oferta dos cursos *on-line* do UNIPAC.

A plataforma funciona integralmente via web, que garante ao aluno flexibilidade de acesso considerando-se a esfera temporal (qualquer dia e hora) e a esfera espacial/geográfica (de qualquer local), além de flexibilidade na organização dos estudos.

Atualmente, no curso de Publicidade e Propaganda são oferecidos 14 componentes curriculares *on-line*. Cada componente curricular disponibilizado no *Blackboard* possui um conjunto de materiais instrucionais que auxiliam no processo de construção do conhecimento e na interação entre os envolvidos. Esses materiais são planejados e escritos levando em consideração a bibliografia adequada às exigências de formação, aprofundamento e coerência teórica e indicada no plano de aprendizagem do componente curricular. O início da produção ocorre quando o NDE e Coordenação de Curso confeccionam a ementa ou procedem a sua atualização. Na sequência, o Núcleo de EaD verifica fornecedores disponíveis, seleciona o material e encaminha para validação pelo NDE e equipe multidisciplinar acerca da qualidade do material e atendimento da ementa, ou solicita confecção/correção, se aprovado solicita os links para disponibilização. Ato seguinte, o setor de TI disponibiliza os links para o docente, que também se manifestará sobre a qualidade e adequação, se aprovado o material será disponibilizado para os alunos. Caso o material não seja aprovado, o mesmo é novamente devolvido para o fornecedor, solicitando alterações.

O material didático foi confeccionado por profissionais da área, atendendo



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

aos conteúdos curriculares do Projeto Pedagógico de cada curso do UNIPAC Barbacena, devidamente revisado pelos docentes dos respectivos componentes curriculares. A equipe de profissionais que elaborou o material é terceirizada, contratada como fornecedora de conteúdo digital. Foi celebrado Contrato de Prestação de Serviços, devidamente documentado.

A plataforma utilizada, bem como o conteúdo digital possibilitam que o professor da disciplina também contribua com conteúdos e atividades. O material tem versão *off-line* pode ser salvo em pdf. Existem unidades acessíveis para deficientes visuais e auditivos e o conteúdo é atualizado a cada 2 (dois) anos ou por demanda apresentada pela Instituição.

Cada disciplina foi dividida em unidades de aprendizagem de acordo com a carga horária. A Unidade de Aprendizagem (UA) é composta por conteúdos e atividades criteriosamente selecionados que viabilizam ao aluno um papel ativo no processo de construção do conhecimento. Assim, as unidades foram elaboradas tendo como ponto de partida uma atividade desafio que estimula o aluno ao estudo dos materiais didáticos que compõem a unidade.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A melhoria da qualidade dos cursos de graduação implica, entre outros fatores, a atualização permanente do Projeto Pedagógico e pela sua articulação com os diferentes setores da sociedade.

Isto deve ocorrer porque o Projeto Pedagógico, levando em conta limites e possibilidades, busca, na sua dinamização, proporcionar, de modo geral, o cumprimento da missão da Ies. Esta, como Instituição inserida no contexto da sociedade, evidência o seu ato pedagógico pela sua atuação no ensino, na extensão e na iniciação científica.

Ainda, torna-se importante destacar, nesse contexto, a atuação dos profissionais que dinamizam o currículo dos cursos pela atuação engajada na aprendizagem do aluno/pessoa, a qual concorre e possibilita a sua formação na educação superior de graduação. Isso guarda relação de sentido com o conceito de expressões utilizadas no meio educacional, tais como, "aprender a aprender", saber pensar. Essas expressões vêm ao encontro de tendências apontadas no cenário do mundo contemporâneo, diante da sociedade em transformação constante, onde o lidar com o futuro implica dispensar atenção e esforços redobrados para a aprendizagem dos alunos.

Com isso, o trabalho com as novas gerações, em termos de capacidade para transformar, requer que o professor propicie condições, recursos conceituais e habilidades investigativas aos alunos, para possibilitar-lhes o saber pensar criticamente, para entender as várias facetas do mundo concreto. Essa prática, segundo ABUD (2001), precisa de uma compreensão ampliada e não de um dogmatismo imposto por noções científicas tidas como verdades imutáveis: deve-se considerar que a ciência é relativa, mutável, como, também, é o mundo social.

Nesse contexto, o Curso de Publibidade e Propaganda enfatiza as competências e habilidades inerentes à profissão, para possibilitar o enfrentamento das inúmeras questões demandadas pela realidade contemporânea. Também, acompanha e avalia todas as atividades previstas no Projeto Pedagógico levam-nos à reflexão, com base em dados concretos, sobre como o Curso está organizado, possibilitando a revisão da prática e a correção dos rumos.

Desse modo o Projeto Pedagógico orienta a busca de respostas concretas às questões do curso. Daí sua validade como processo de autoavaliação, devendo o mesmo ser entendido como documento flexível e dinâmico.



REFERÊNCIAS

- COUTINHO, Clara; LISBÔA, Eliana. SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, DO CONHECIMENTO E DA APRENDIZAGEM: DESAFIOS PARA EDUCAÇÃO NO SÉCULO XXI. In: Revista de Educação, Vol. XVIII, nº1, 2011. Disponível em http://revista.educ.ie.ulisboa.pt/arquivo/vol_XVIII_1/artigo1.pdf. Acesso em: 28 de agosto de 2018.
- DOROCINSKI, Solange Inês (2002). Teoria da aprendizagem significativa segundo Ausubel. In: Revista PEC, Curitiba, v.2, n.1, p.37-42.
- FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa. 31. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996. 148p.
- MALVESTIT, L. Tutoria em cursos pela internet. Disponível em: www.abed.org.br/congresso2005. Acesso em: 06 de abril de 2021.
- NOBRE, Isaura Alcina et all. Comunicação e interação entre os atores responsáveis pela gestão EAD – experiência do Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas em EAD – CEFETES. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2008/tc/55200853510pm.pdf>. Acesso em: 06 de abril de 2021.
- PELIZZARI, Adriana; KRIEGL, Maria de Lurdes; BARON, Márcia Pirih; FINCK, Nelcy Teresinha Lubi ; SARAIVA, Mônica Peixeiro. O CONHECIMENTO DO ESTILO DE APRENDIZAGEM DO ALUNO COMO FERRAMENTA DE ENSINO.
- SARTORI, Ademilde S. Gestão da Comunicação: Relações entre Educação e Comunicação na Educação a Distância citado por Nobre, Isaura Alcina et all. Comunicação e interação entre os atores responsáveis pela gestão EAD experiência do Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas em EAD CEFETES. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2008/tc/55200853510pm.pdf>. Acesso em: 04 de setembro de 2018.
- VOGT, Maria SaletiLock (2007). Os princípios andragógicos no contexto do processo ensino-aprendizagem da Fisioterapia. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/5300/1/TESE%20-Maria%20Saleti%20Lock%20Vogt.pdf>. Acesso em: 06 de abril de 2021.

ASPECTOS DA ACESSIBILIDADE PLENA

ESPECTRO DA ACESSIBILIDADE	DEFINIÇÕES	PRÁTICAS E EXEMPLOS RELACIONADOS ÀS IES
Acessibilidade atitudinal	<p>Refere-se à percepção do outro sem preconceitos, estigmas, estereótipos e discriminações. Todos os demais tipos de acessibilidade estão relacionados a essa, pois é a atitude da pessoa que impulsiona a remoção de barreiras.</p>	<p>Essa acessibilidade pode ser notada quando existe, por parte dos gestores institucionais, o interesse em implementar ações e projetos relacionados à acessibilidade em toda a sua amplitude. A priorização de recursos para essas ações é um indicativo da existência de acessibilidade atitudinal.</p>
Acessibilidade arquitetônica (também conhecida como física)	<p>Eliminação das barreiras ambientais físicas nas residências, nos edifícios, nos espaços e equipamentos urbanos.</p>	<p>Os exemplos mais comuns de acessibilidade arquitetônica são a presença de rampas, banheiros adaptados, elevadores adaptados, piso tátil, entre outras.</p>
Acessibilidade metodológica (também conhecida como pedagógica)	<p>Ausência de barreiras nas metodologias e técnicas de estudo. Está relacionada diretamente à concepção subjacente à atuação docente: a forma como os professores concebem conhecimento, aprendizagem, avaliação e inclusão educacional irá determinar, ou não, a remoção das barreiras pedagógicas.</p>	<p>É possível notar a acessibilidade metodológica nas salas de aula quando os professores promovem processos de diversificação curricular, flexibilização do tempo e utilização de recursos para viabilizar a aprendizagem de estudantes com deficiência, como por exemplo: pranchas de comunicação, texto impresso e ampliado, softwares ampliadores de comunicação alternativa, leitores de tela, entre outros recursos.</p>



Centro Universitário Presidente Antônio Carlos UNIPAC Barbacena

Acessibilidade Programática	Eliminação de barreiras presentes nas políticas públicas (leis, decretos, portarias, normas, regulamentos, entre outros).	Ocorre quando a IES promove processos de sensibilização que envolvem a informação, o conhecimento e a aplicação dos dispositivos legais e políticas relacionadas à inclusão e à acessibilidade de estudantes com deficiência na educação superior. Muitas vezes esses estudantes não têm conhecimento dos seus direitos e, em razão disso, não vislumbram a possibilidade de acessar a universidade. Essa acessibilidade se expressa, também, toda vez que novas leis, decretos, portarias são criadas com o objetivo de fazer avançar os direitos humanos em todos os seus âmbitos.
Acessibilidade instrumental	Superação das barreiras nos instrumentos, utensílios e ferramentas de estudo (escolar), de trabalho (profissional), de lazer e recreação (comunitária, turística, esportiva).	Esse tipo de acessibilidade envolve todas as demais e sua materialidade reflete a qualidade do processo de inclusão plena do estudante na educação superior.
Acessibilidade nas comunicações	É a acessibilidade que elimina barreiras na comunicação interpessoal (face a face, língua de sinais), escrita (jornal, revista, livro, carta, apostila etc., incluindo textos em braile, uso do computador portátil) e virtual (acessibilidade digital).	Um dos exemplos de acessibilidade nas comunicações é a presença do intérprete na sala de aula em consonância com a Lei de Libras – e Decreto de Acessibilidade.
Acessibilidade digital	Direito de eliminação de barreiras na disponibilidade de comunicação, de acesso físico, de equipamentos e programas adequados, de conteúdo e apresentação da informação em formatos alternativos.	Evidencia-se a existência dessa acessibilidade quando a IES possui os acervos bibliográficos dos cursos em formato acessível ao estudante com deficiência (prioritariamente os de leitura obrigatória) e utiliza diferentes recursos e ajudas técnicas para que o estudante tenha acesso a informação e ao conhecimento independentemente de sua deficiência.

Fonte: Referenciais de Acessibilidade na Educação Superior e a Avaliação in loco do SINAES, 2013.