PROJETO DE AUTORIZAÇÃO DE FUNCIONAMENTO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

formato presencial – *Campus São Bento do Sul*

Aprovado pelo Conselho Universitário em 25/09/2025.

Criação: Resolução nº 17/2025/Consun

Autorização de Funcionamento: Parecer nº 007/2025/Consun

2025

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE MÍDIAS SOCIAIS E DIGITAIS

REITOR

Alexandre Cidral

VICE-REITORA

Therezinha Maria Novais de Oliveira

PRÓ-REITOR DE ENSINO

Eduardo Silva

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS

Patrícia Esther Fendrich Magri

PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO

Paulo Henrique Condeixa de França

DIRETORA DO *CAMPUS* SÃO BENTO DO SUL

Liandra Pereira

2025

Elaboração

Reitoria

Vice-Reitoria

Pró-Reitoria de Ensino

Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação e Inovação

Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais – São Bento do Sul

SUMÁRIO

1 DADOS GERAIS DA INSTITUIÇÃO 8

1.1 Mantenedora 8

1.2 Mantida 9

1.3 Missão, visão e valores da Univille 10

1.4 Dados socioeconômicos da região 12

1.5 Breve histórico da Furj/Univille 23

1.6 Corpo dirigente 33

1.7 Estrutura organizacional 35

1.7.1 Fundação Educacional da Região de Joinville 37

1.7.2 Universidade da Região de Joinville 38

1.7.2.2 Reitoria 44

1.7.2.3 Campi e unidades 44

1.7.2.4 Cursos de graduação e programas de pós-graduação *stricto sensu* 45

1.7.2.5 Órgãos complementares e suplementares 46

1.7.2.6 Educação a Distância (Unidade Ead - UNEaD) 47

1.8 Planejamento Estratégico Institucional (PEI) 48

1.8.1 A estratégia 49

1.8.3 Integração do Planejamento Estratégico Institucional com o Curso 51

2 DADOS GERAIS DO CURSO 52

2.1 Denominação do curso 52

2.1.1 Titularidade 52

2.2 Endereço de funcionamento do curso 52

2.3 Ordenamentos legais do curso 53

2.4 Formato de Oferta 53

2.5 Número de vagas autorizadas 53
2.6 Conceito Enade e Conceito Preliminar de Curso 53
2.7 Período (turno) de funcionamento 54
2.8 Carga horária total do curso 54
2.9 Regime e duração 54
2.10 Tempo de integralização 54
2.11 Formas de ingresso 54
3. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA 56
3.1 Política institucional de ensino de graduação 56
3.2 Política institucional de extensão 59
3.3 Política institucional de pesquisa 63
3.4 Histórico do curso 66
3.5 Justificativa da necessidade social do curso (contexto educacional) 67
3.6 Proposta filosófica da Instituição e do curso 69
3.6.1 Educação para o século XXI 70
3.6.2 Universidade 77
3.6.3 Concepção filosófica específica do curso 79
3.7 Objetivos do curso 79
3.7.1 Objetivo geral do curso 79
3.7.2 Objetivos específicos do curso 80
3.8 Perfil profissional do egresso e campo de atuação 81
3.8.1 Perfil do Egresso 81
3.8.2 Campo de atuação profissional 82
3.9 Estrutura curricular e conteúdos curriculares 83
3.9.1 Matriz curricular 84
3.9.2 Ementas e referencial bibliográfico 87
3.9.3 Integralização do curso 125
3.9.4 Abordagem dos temas transversais: educação ambiental, educação das relações étnico-raciais e educação em direitos humanos 125

3.9.5 Atividades extracurriculares 128
3.10 Metodologia de ensino-aprendizagem 130
3.11 Inovação pedagógica e curricular 133
3.12 Flexibilização curricular 135
3.13 Procedimentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem 136
3.14 Apoio ao discente 138
3.14.1 Central de Relacionamento com o Estudante 139
3.14.2 Central de Atendimento Acadêmico 141
3.14.3 Programas de bolsa de estudo 141
3.14.4 Assessoria Internacional 142
3.14.5 Diretório Central dos Estudantes e representação estudantil 143
3.14.6 Coordenação ou área 144
3.14.8 Outros serviços oferecidos 145
3.15 Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa 147
3.16 Tecnologias de informação e comunicação no processo de ensino e aprendizagem 148
3.19 Ambiente Virtual de Aprendizagem 153
3.20 Material didático 154
3.21 Número de vagas 157
4. GESTÃO DO CURSO E PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO 160
4.1 Gestão do curso 160
4.2 Colegiado do curso 161
4.3 Coordenação do curso 162
4.4 Núcleo Docente Estruturante do curso 164
4.5 Equipe multidisciplinar 165
4.6 Corpo docente do curso 166
5 INFRAESTRUTURA 167
5.1 Campus São Bento do Sul 168

5.1.1 Sala/gabinetes de trabalho para professores de tempo integral.....173

5.2 Espaço de trabalho para coordenação do curso e serviços acadêmicos.....173

5.3 Espaço para os professores do curso (sala dos professores).....173

5.4 Acesso dos alunos a equipamentos de informática 174

5.5 Biblioteca – Sistema de Bibliotecas da Univille (Sibiville).....180

5.5.1 Espaço físico, horário e Pessoal administrativo 181

5.5.2 Acervo 183

5.5.3 Serviços prestados/formas de acesso e utilização 184

5.5.2 Acesso a bases de dados 185

5.5.3 Biblioteca virtual Minha Biblioteca.....186

5.5.7 Acervo específico do curso 186

5.6 Laboratórios didáticos especializados: quantidade, qualidade e serviços.....187

REFERÊNCIAS 190

1 DADOS GERAIS DA INSTITUIÇÃO

1.1 Mantenedora

Denominação

Fundação Educacional da Região de Joinville – FURJ

CNPJ: 84.714.682/0001-94

Registro no Cartório Adilson Pereira dos Anjos do Estatuto e suas alterações:

a. Estatuto da FURJ protocolo 21640, livro protocolo 7A, livro registro 1.º, fls. 002, Registro 2 em 25/5/1995;

b. Primeira alteração, protocolo 70379, livro protocolo 48A, livro registro 9A, fls. 104, Registro 1304 em 14/3/2000;

c. Segunda alteração, protocolo 121985, livro protocolo A92 em 21/12/2005;

d. Terceira alteração, protocolo 178434, livro protocolo 140 em 6/6/2008;

e. Quarta alteração, protocolo 190166, livro protocolo A062, fls. 147, Registro 15289 em 9/4/2015.

Atos legais da mantenedora

a. Lei Municipal n.º 871 de 17 de julho de 1967 – autoriza o Prefeito a constituir a Fundação Joinvilense de Ensino (Fundaje);

b. Lei n.º 1.174 de 22 de dezembro de 1972 – transforma a Fundaje em Fundação

c. Universitária do Norte Catarinense (Func);

d. Lei n.º 1.423 de 22 de dezembro de 1975 – modifica a denominação da Func para Fundação Educacional da Região de Joinville (FURJ).

Endereço da mantenedora

Rua Paulo Malschitzki, n.º 10 – Zona Industrial Norte

CEP 89219-710 – Joinville – SC

Telefone: (47) 3461-9201 www.univille.br

1.2 Mantida

Denominação

Universidade da Região de Joinville – Univille

Atos legais da mantida

a. Credenciamento: Decreto Presidencial s/ n.º de 14/8/1996;

b. A última avaliação externa que manteve o credenciamento como Universidade: Portaria MEC 524, de 9 de junho de 2020 publicada no Diário Oficial da União nº 111 de 12 de junho de 2020 retificada no Diário Oficial da União nº 129 de 8 de julho de 2020.

Endereços

Campus Joinville

Rua Paulo Malschitzki, n.º 10 – Zona Industrial Norte

CEP 89219-710 – Joinville – SC

Telefone: (47) 3461-9067

Campus São Bento do Sul

Rua Norberto Eduardo Weihermann, n.º 230 – Bairro Colonial

CEP 89288-385 – São Bento do Sul – SC

Telefone: (47) 3631-9100

Unidade Centro – Joinville

Rua Ministro Calógeras, n.º 439 – Centro

CEP 89202-207 – Joinville – SC

Telefone: (47) 3422-3021

Unidade São Francisco do Sul

Rodovia Duque de Caxias, n.º 6.365 – km 8 – Bairro Iperoba

CEP 89240-000 – São Francisco do Sul – SC

Telefone: (47) 3471-3800

1.3 Missão, visão e valores da Univille

Missão

Promover, enquanto universidade comunitária, formação humanística, científica e profissional para a sociedade por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, comprometida com a sustentabilidade socioambiental.

Visão

Ser reconhecida nacionalmente como uma universidade comunitária, sustentável, inovadora, empreendedora, internacionalizada e de referência em ensino, pesquisa e extensão.

Valores institucionais

Ética

Construção de relacionamentos pautados na transparência, honestidade e respeito aos direitos humanos promovem o exercício da cidadania e da democracia.

Cidadania

Participação democrática, proatividade e comprometimento promovem o desenvolvimento pessoal e o bem-estar social.

Integração

Ação cooperativa e colaborativa com as comunidades interna e externa constrói o bem comum.

Inovação

Gerar e transformar conhecimento científico e tecnológico em soluções sustentáveis e aplicáveis contribui para o desenvolvimento socioeconômico.

Empreendedorismo

Relacionar-se com a capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços e negócios.

Responsabilidade socioambiental

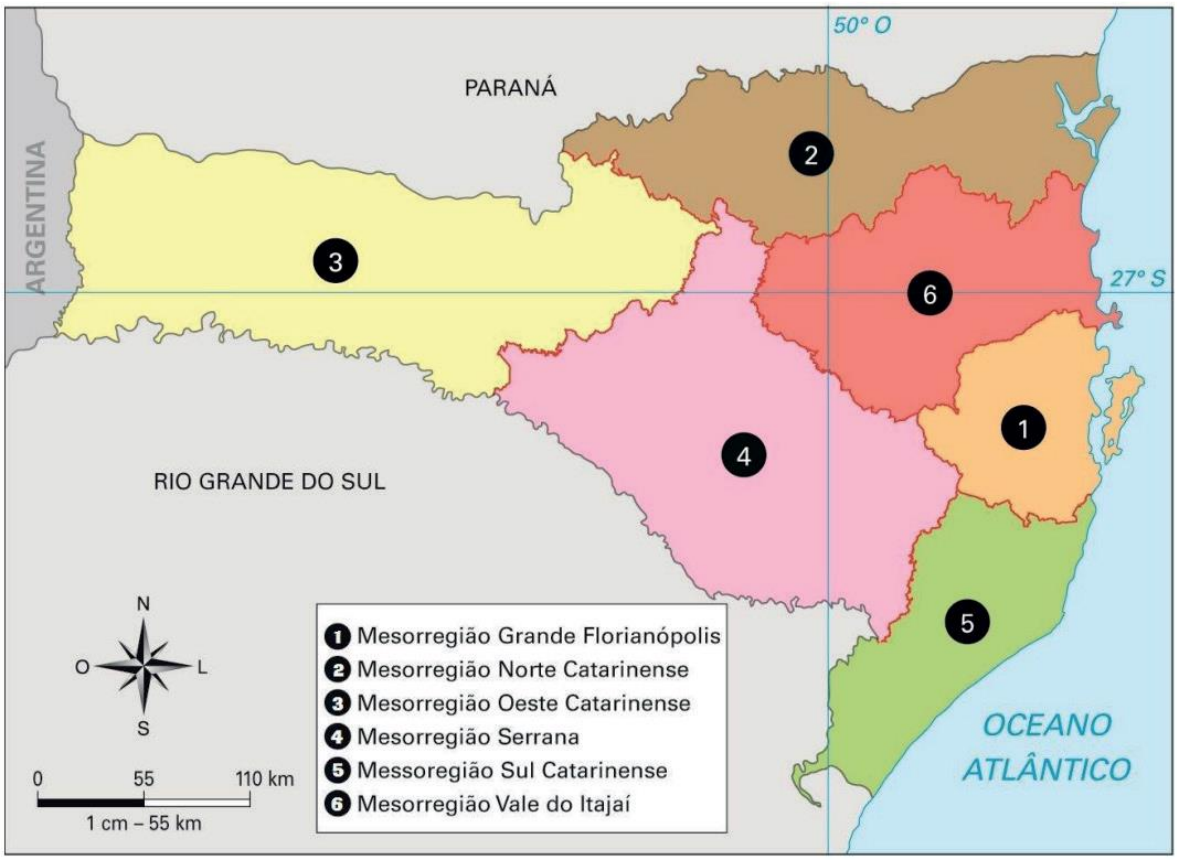
Gestão de recursos e ações comprometidas com o equilíbrio socioambiental favorecem a qualidade de vida.

1.4 Dados socioeconômicos da região

Do ponto de vista geográfico, o norte catarinense (figura 1) possui uma rica mistura de relevos, climas, vegetações e recursos hídricos. Tais aspectos ganham importância quando articulados à história da ocupação humana, especialmente na microrregião de Joinville, que remonta a 6 mil anos (BANDEIRA; OLIVEIRA; SANTOS, 2009). Conforme pesquisas arqueológicas desenvolvidas por profissionais que atuam na Univille e no Museu Arqueológico de Sambaqui de Joinville, até o momento foram identificados 150 sítios de tipologia sambaqui, isto é, formações de conchas construídas por povos que habitaram o litoral do Brasil no período pré-colonial (BANDEIRA, 2005). Também de acordo com pesquisas históricas e antropológicas, no século XVI predominavam na região grupos tupis-guaranis (BANDEIRA, 2004), os quais foram paulatinamente desaparecendo ou se deslocando de maneira fragmentada, à medida que portugueses e vicentistas empreenderam a conquista do território, valendo-se do trabalho de africanos combinado com o antigo sistema colonial. Contudo, no século XIX, parte da área foi transformada em terras dotais quando Dona Francisca, irmã de D. Pedro II, se casou com o filho do Rei da França (Luís Felipe I), o Príncipe de Joinville, Francisco Fernando de Orleans.

Em 1849, mediante a assinatura de um contrato, o Príncipe e a Princesa de Joinville cederam à Sociedade Colonizadora de Hamburgo 8 léguas quadradas dessas terras para que fossem colonizadas com imigrantes germânicos. Oficialmente, a fundação de Joinville começou com a chegada da primeira leva de imigrantes europeus em 9 de março de 1851.

Figura 1 – Estado de Santa Catarina e suas mesorregiões



Fonte: IBGE (2024g)

O estabelecimento desses imigrantes obedeceu a um modelo distinto em relação ao que prevaleceu nas demais regiões do Brasil que também receberam imigrantes europeus em meados do século XIX. Enquanto os imigrantes enviados para as lavouras de café, principalmente no estado de São Paulo, trabalhavam em um regime de semisservidão, os que se dirigiam à Colônia Dona Francisca adquiriam lotes de terra com certa facilidade, o que lhes proporcionava relativa autonomia para desenvolver suas atividades. No lugar da exploração (monocultura escravista) ocorreu uma colonização fundamentada na pequena propriedade (policultura), baseada no trabalho familiar, decorrendo daí o rápido aparecimento do núcleo urbano, voltado à comercialização e exportação de excedentes, bem como à importação de outros gêneros.

Em termos sociológicos, podem-se apontar três categorias de imigrantes que se instalaram na Colônia Dona Francisca: os camponeses, os artesãos e os intelectuais que fugiram da Europa após se envolverem em movimentos revolucionários pela unificação

da Alemanha em 1848. Isso explica a prematura diversificação das suas atividades econômicas, bem como a rápida criação de instituições religiosas, educacionais, políticas e culturais ainda na primeira década de imigração europeia para a região. Dessa forma, a então Colônia Dona Francisca, que fora projetada para constituir-se na maior colônia agrícola da América do Sul, foi emancipada em 1888, tornando-se o município de Joinville e transformando-se em um dos principais polos políticos e econômicos do sul do Brasil.

Já na década de 1960 o desenvolvimento econômico tornou Joinville a cidade polo da região norte catarinense. Foi nesse processo que Joinville passou a receber migrantes oriundos de diferentes cidades brasileiras, especialmente do norte do Paraná, o que acabou por torná-la no censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 1981 a cidade mais populosa do estado de Santa Catarina, superando a capital Florianópolis.

Nas últimas décadas do século XX, a abertura econômica brasileira produziu efeitos de toda ordem na vida urbana e no quadro econômico da cidade, entre os quais se destacam a mudança do perfil das indústrias e o desenvolvimento de um projeto levado a cabo pelo poder municipal voltado a transformar Joinville em cidade de eventos e turismo. Para tanto, o poder público valeu-se da existência de uma série de manifestações e de equipamentos culturais (criados em diferentes momentos da história local) para diversificar a economia e fomentar emprego e renda na área de serviços e de hospitalidade.

Por fim, cabe assinalar nesta breve escrita sobre a história da região a própria criação da Univille. Conforme Coelho e Sossai (2015), a iniciativa para implantar o primeiro curso de ensino superior da região foi justificada em 1965 como resposta a um problema de “desproporcionalidade convincente”, pois em Santa Catarina havia apenas uma universidade, na capital Florianópolis. Tornava-se, pois, imperativo que Joinville, com suas indústrias e tendo atingido o maior índice de crescimento populacional catarinense entre 1960 e 1964, contasse com cursos superiores para atender às demandas crescentes tanto de recursos humanos de seu complexo industrial quanto de

professores para a educação básica, que àquela altura registrava um aumento de 16,8% de escolares ao ano.

Assim, para atender às expectativas desenvolvimentistas do período, até a década de 1980 foram criados vários cursos de graduação nas áreas de ciências humanas e sociais aplicadas. Registram-se também: os esforços envidados pelo poder municipal no que tange à construção do campus que atualmente é a sede da Univille, inaugurado em 1975; a alteração da denominação da Fundação Joinvilense de Ensino para Fundação Universitária do Norte Catarinense e, posteriormente, Fundação Educacional da Região de Joinville (reforçando o seu caráter regional); e o aumento da subvenção orçamentária da Prefeitura destinada à manutenção de suas atividades, o que atualmente não mais ocorre.

Já no princípio dos anos 1980 as comunidades interna e externa iniciaram os debates sobre a transformação da Furj em universidade, o que se concretizou por meio do credenciamento da Univille em 1996, conforme consta no histórico institucional que integra o primeiro capítulo do PDI 2022-2026.

1.4.1 Aspectos socioeconômicos

A mesorregião norte catarinense dispõe de uma área de 15.937,767 km^2 e uma população estimada para 2021 de 1.435.570 habitantes, conforme IBGE (2021g). Nessa área estão localizados 26 municípios de Santa Catarina agrupados em três microrregiões: a Microrregião de Canoinhas, a Microrregião de Joinville e a Microrregião de São Bento do Sul.

Atualmente a Universidade dispõe de unidades e *campi* nos municípios de Joinville, São Bento do Sul e São Francisco do Sul e polos nos municípios de Joinville, São Bento do Sul, São Francisco do Sul, Araquari, Barra Velha, Guaramirim, Itapoá, Jaraguá do Sul e Massaranduba (figura 2), além de um polo em Guaratuba, no Paraná.

1.4.1.1 Joinville (SC)

O município de Joinville foi fundado em 9 de março de 1851, com a chegada dos primeiros imigrantes da Alemanha, Suíça e Noruega, a bordo da barca Colon.

Localizada na Região Sul do país, Joinville é o maior município catarinense, configurando-se como o terceiro polo industrial da Região Sul. Está entre os 15 maiores arrecadadores de tributos e taxas municipais, estaduais e federais, concentrando grande parte da atividade econômica na indústria, com destaque para os setores metalomecânico, têxtil, plástico, metalúrgico, químico e farmacêutico (SEPUD, 2020).

É o município polo da microrregião nordeste do estado de Santa Catarina, responsável por cerca de 20% das exportações catarinenses. Em 2020 ficou na 48.ª posição entre os maiores municípios exportadores do Brasil e em 2.º lugar no Estado, apesar do desempenho negativo de 8,8% em relação ao ano de 2019 (FAZCOMEX, 2021).

Entre os produtos exportados por Joinville, a maior parte (39%) é de peças destinadas a motores. O valor acumulado atingiu os U$ 234,54 milhões em 2019, o que representou queda de 2,8% em comparação com o exportado no mesmo período de 2020. Outra grande parte da exportação de Joinville (23%) é de bombas de ar de vácuo, compressores de ar e ventiladores. O valor atinge os U$ 139,33 milhões, mas também apresentou queda de 8% em comparação com as exportações do mesmo período de 2018. Ainda, destacam-se as partes e acessórios para automóveis (6,9%), equivalentes a U$ 41,89 milhões, e refrigeradores, *freezers*, aparelhos para produção de frio e bombas de calor (4,1%), equivalentes a U$ 24,73 milhões (FIESC, 2020).

Segundo o IBGE (2021l), Joinville estima ter uma população de 604.708 pessoas em 2021, o que corresponde a uma densidade demográfica de 457 hab./km^2. Ficou em 1.º lugar no *ranking* do produto interno bruto (PIB) de Santa Catarina em 2018, com o valor de quase R$ 31 bilhões. O gráfico 1 mostra o PIB do município de 2002 a 2018, a preços correntes em milhões de R$.

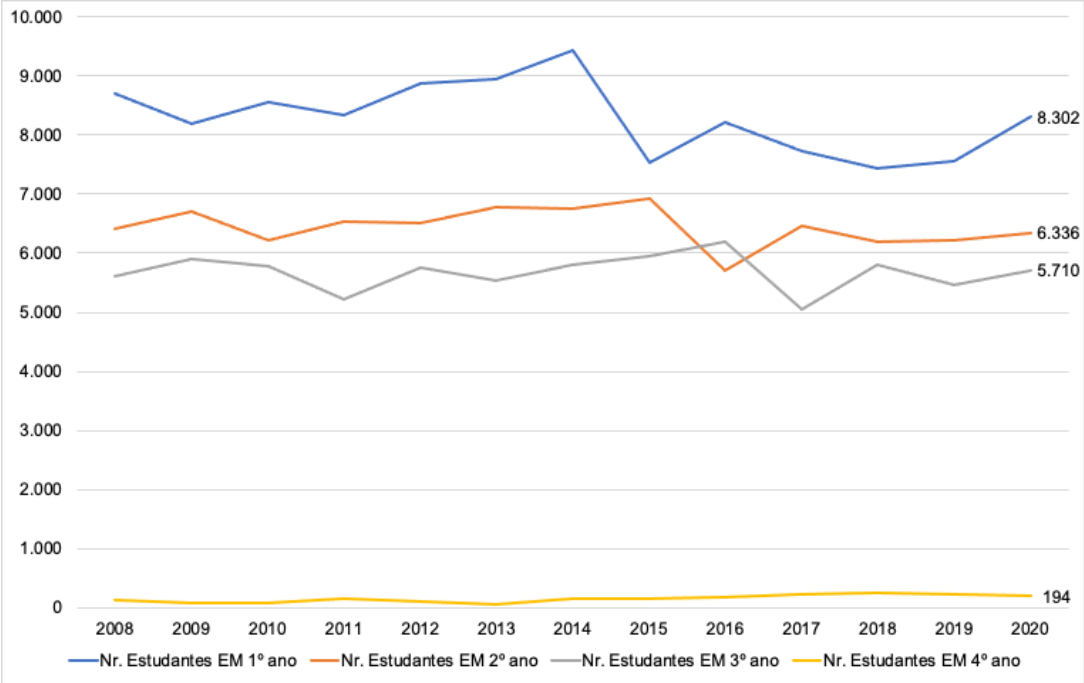
Entre as empresas que estão no município, 9 delas se configuram como as maiores do Brasil: Tupy (metalurgia), Tigre (plásticos e borrachas), Clamed Farmácias (comércio varejista), Mexichem Brasil (plásticos e borrachas), Schulz (mecânica), Scherer (comércio

varejista), Krona (plásticos e borrachas), Döhler (têxtil, couro e vestuário) e Multilog (transportes e logística). Ainda, considerando a Região Sul, em Joinville estão instaladas 19 das 500 maiores empresas, segundo a Revista Amanhã (JOINVILLE, 2021).

Deve-se destacar que Joinville mantém um índice alto de ocupação dos seus residentes, apesar de este ter apresentado, entre 2015 e 2017, uma queda. Contudo, em relação a números absolutos, observa-se um crescimento contínuo, passando de 192 mil (2014) para 249 mil (2019). O índice de ocupação é considerado alto, tendo em vista que a média do período é de 40%. No ano de 2008 Joinville tinha registrado no IBGE (2021l) 19.042 empresas, passando para 25.336 empresas em 2019. No que concerne a renda e ocupação, observa-se no gráfico 4 a média do salário mensal familiar, no período de 2008 a 2020.

Quanto ao número de estudantes no ensino médio, o gráfico 1 apresenta o total de alunos matriculados em relação ao período letivo e à evolução nos últimos anos.

Gráfico 1 – Estudantes do ensino médio – número de alunos matriculados por ano – 2008 a 2020 – Joinville (SC).



Fonte: IBGE (2021l)

O gráfico 1 evidencia que ocorreu pequena variação no número de estudantes matriculados no ensino médio, ficando o total de matrículas na média de 20.500 alunos. O ano de 2020 apresentou 8.302 alunos no 1.º ano, 6.336 no 2.º ano, 5.710 no 3.º ano (ensino médio) e 194 alunos no 4.º ano, cursos de ensino técnico.

1.4.1.2 São Bento do Sul (SC)

O munícipio de São Bento do Sul, localizado no nordeste catarinense, começou a ser formado após a Cia. Colonizadora, com sede em Hamburgo, na Alemanha, enviar colonos para as terras da Colônia Dona Francisca (hoje Joinville). Em 1873, após não haver mais terras disponíveis, um grupo subiu a Serra Geral a pé em direção ao planalto catarinense. Após chegarem às margens do Riacho São Bento, construíram o primeiro assentamento, e logo após partiram para abrir os primeiros caminhos na mata, sempre ao longo do Riacho São Bento. Os colonos, vindos da Áustria, Bavária, Polônia, Saxônia, Tchecoslováquia e de outras partes do Brasil, encontraram uma densa floresta, povoada por inúmeros animais e pássaros, e decidiram construir uma réplica da pátria que haviam deixado (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BENTO DO SUL, 2021).

Segundo a Prefeitura de São Bento do Sul (2021), em 21 de maio de 1883, pela Lei Provincial n.º 1030 de Santa Catarina, foi criado oficialmente o município de São Bento do Sul, instalado em 30 de janeiro de 1884.

Desde suas origens, São Bento do Sul foi uma grande produtora de móveis em madeira, amparada basicamente por suas densas florestas; destaca-se o fato de ter sido a primeira cidade catarinense a exportar móveis, segundo Kutach (2014).

Segundo o IBGE (2021o), São Bento do Sul estima ter uma população de 86.317 pessoas em 2021, o que corresponde a uma densidade demográfica de 149 hab./km^2. Ficou em 19.º lugar no *ranking* do PIB de Santa Catarina em 2018, com o valor de quase R$ 3,19 bilhões.

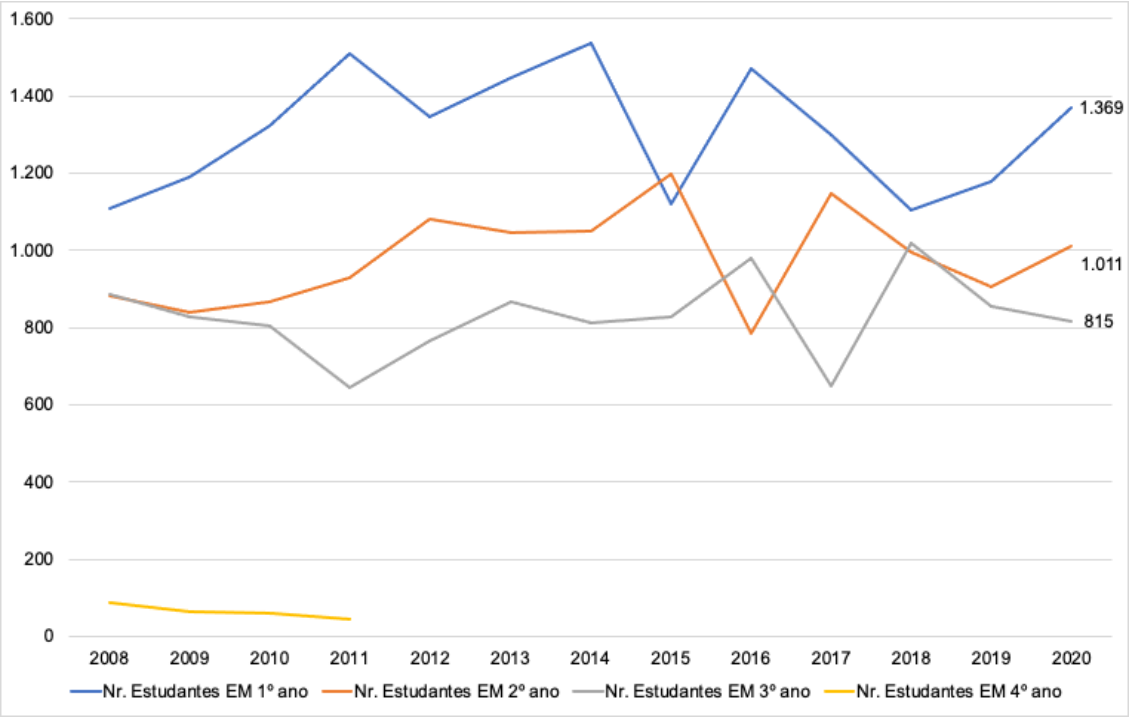
O PIB de São Bento do Sul apresentou um crescimento contínuo e constante entre os anos de 2002 e 2014, passando de R$ 875 milhões (2002) para R$ 3,12 bilhões (2014). São Bento do Sul, assim como ocorreu com outros municípios cuja atividade econômica é bastante diversificada, recebe todos os estímulos e as interferências negativas oriundas do desempenho econômico do Brasil, assim como da economia internacional. Por isso, como a economia brasileira sofreu uma queda em 2015 e 2016, observa-se que o baixo desempenho nacional interferiu no desempenho de São Bento do Sul, com a queda no PIB. Verifica-se a retomada da economia a partir de 2017, voltando ao patamar do PIB de R$ 3,19 bilhões em 2019.

São Bento do Sul é o 8.º exportador de Santa Catarina. As indústrias da cidade venderam ao mercado internacional 1,6% do total exportado no estado. Os produtos mais comercializados foram móveis (43,5% de participação em Santa Catarina), tubos e perfis ocos de ferro ou aço (80,4% do estado) e madeira serrada (9,1% de participação em Santa Catarina). O faturamento das indústrias de São Bento do Sul, Campo Alegre e Rio Negrinho alcançou US$ 165,161 milhões, o que representa um crescimento de 30% se comparado aos US$ 126,664 milhões exportados em 2017 (FIESC, 2020).

Uma matriz econômica diversificada, como a de São Bento do Sul, acompanhando a tendência mundial de crescimento econômico na área de serviços, viabiliza novos empreendimentos, gerando renda superior com o emprego de mão de obra qualificada, especialmente na área de inovação tecnológica, por meio da consolidação do Parque Científico e Tecnológico (ACISBS, 2021).

E, em relação ao número de estudantes no ensino médio, o gráfico 2 apresenta o total de alunos matriculados em relação ao período letivo e à evolução nos últimos anos.

Gráfico 2 – Estudantes do ensino médio – n.º de alunos matriculados por ano – 2008 a 2020 – São Bento do Sul (SC)



Fonte: IBGE (2021o)

Nota-se no gráfico 2 que ocorreu pouca variação no número de estudantes matriculados no ensino médio, ficando o total de matrículas na média de 3.000 alunos. O ano de 2020 apresentou 1.369 alunos no 1.º ano, 1.011 no 2.º ano e 815 no 3.º ano do ensino médio.

1.4.1.3 São Francisco do Sul (SC)

São Francisco do Sul é a terceira cidade mais antiga do Brasil – a ilha foi descoberta em 1504. Em 15 de abril de 1847 recebeu o título de cidade. Com a construção da rede ferroviária, a região teve um forte impulso de desenvolvimento. A importância dos trens para a economia de São Francisco do Sul mantém-se até hoje, já que neles os produtos do município são transportados até o porto. No século XX a localização do porto mudou, permitindo maior movimento de navios (SEBRAE, 2019g).

Em princípio a região foi colonizada e povoada como posição estratégica de controle territorial do Império. Nas suas terras foi instaurada uma monocultura escravista para cultivo de mandioca e produção de farinha, e sua maior parte era destinada ao centro imperial. A tradição marítima e pesqueira desenvolveu-se na produção de peixe seco. Com o fim do ciclo agrário, que coincide com a abolição da escravatura, ocorreu o surgimento da atividade portuária na primeira década do século XX. As primeiras instalações aduaneiras encontravam-se no perímetro do atual Centro Histórico. A partir da segunda metade do século passado, com as novas instalações, a atividade portuária estabeleceu-se como principal atividade econômica do município (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FRANCISCO DO SUL, 2021).

São Francisco do Sul destaca-se, economicamente, pela presença do quinto maior porto brasileiro em movimentação de contêineres, cuja atividade responde por mais de 70% da renda do município, com significativos reflexos para o turismo, comércio e serviços (SEBRAE, 2019g).

Segundo o IBGE (2021p), São Francisco do Sul estima ter uma população de 54.751 pessoas em 2021, o que corresponde a uma densidade demográfica de 85 hab/km^2. Ficou em 14.º lugar no *ranking* do PIB de Santa Catarina em 2018, com o valor de quase R$ 4,1 bilhões.

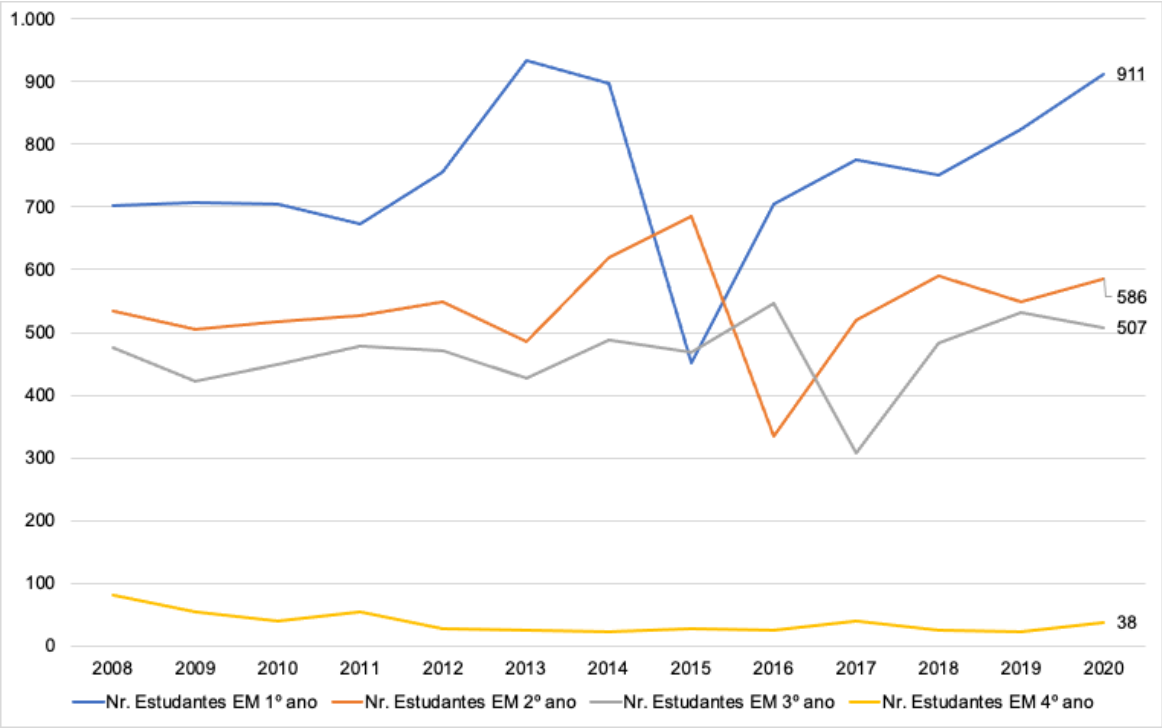
Um fator determinante para o crescimento do PIB de São Francisco do Sul é o seu porto e as demais atividades econômicas relacionadas a ele. Em 2019 o Porto de São Francisco do Sul consolidou-se como o maior em movimentação de cargas em Santa Catarina. É considerado pela Agência Nacional de Transportes Aquaviários (Antaq) o 6.º em qualidade ambiental entre os portos públicos do país e o 7.º maior do Brasil em volume de carga geral. Além disso, ocupa a quinta posição nacional em movimentação de fertilizantes (PORTO DE SÃO FRANCISCO DO SUL, 2021).

Um dos grandes obstáculos que a cidade enfrenta é o acesso. Em uma entrevista para a colunista Estella Benetti (2019), do jornal NSC Total, o então prefeito afirmou que enquanto não houver a duplicação da BR-280 a cidade segue sofrendo impactos, como contêineres que não realizam mais o segmento para o Porto de São Francisco do Sul por

conta do estrangulamento da BR-280. Relata nessa mesma entrevista que a cidade não consegue competir com os portos das cidades de Itapoá e Navegantes, pois, como o porto é público, os gastos são relativamente maiores do que nas cidades com porto privado. O prefeito ainda diz que, apesar dessa dificuldade com a BR-280, o porto não sofre grandes impactos econômicos; já o turismo, sim. São Francisco do Sul possui uma série de projetos de novos portos, projetos esses referentes a três terminais graneleiros, à unidade de regaseificação de gás natural TGS e ao Porto Brasil Sul. Existe uma série de novas lojas, como a Havan, a qual foi inaugurada em agosto de 2019, e novos supermercados, como Komprão, Preceiro, Angeloni, intensificando a atividade de serviço/comércio.

Em relação ao número de estudantes no ensino médio, o gráfico 3 apresenta o total de alunos matriculados em relação ao período letivo e à evolução nos últimos anos.

Gráfico 3 – Estudantes do ensino médio – n.º de alunos matriculados por ano – 2008 a 2020 – São Francisco do Sul (SC)



Fonte: IBGE (2021p)

O gráfico 3 apresenta o número de estudantes matriculados no ensino médio, e é possível notar que o número de alunos matriculados no 1.º ano vem apresentando

crescimento a partir de 2015 após ter registrado queda em relação a 2013. O ano de 2020 apresentou 911 alunos no 1.º ano, 586 no 2.º ano, 507 no 3.º ano e 38 no 4.º ano do ensino médio (este último corresponde ao ensino técnico).

1.5 Breve histórico da Furj/Univille

A história da Universidade da Região de Joinville (Univille) confunde-se com a história da educação superior no norte catarinense. A implantação da Faculdade de Ciências Econômicas em 1965, que tinha como mantenedora a Comunidade Evangélica Luterana e atualmente é um dos cursos de graduação da Univille, deu início a essa história. Em 1967, a Lei Municipal n.º 871/67, de 17 de julho, originou a Fundação Joinvilense de Ensino (Fundaje), com o objetivo de criar e manter unidades de ensino superior. Segundo Coelho e Sossai (2015), em 1971 o nome Fundaje foi alterado para Fundação Universitária do Norte Catarinense (Func), pela Lei n.º 1.174/71, de 22 de dezembro. Em 1975, todas as unidades da fundação foram transferidas para o Campus Universitário, em uma área do bairro Bom Retiro (atualmente pertencente à Zona Industrial Norte), e passaram a constituir a Fundação Educacional da Região de Joinville (Furj), segundo a Lei Municipal n.º 1.423/75, de 22 de dezembro de 1975, que modificou sua denominação e alterou sua estrutura organizacional. Atualmente a Furj é a mantenedora da Univille.

Ao longo dos mais de 55 anos de atuação, a Instituição desenvolveu-se pelos esforços da comunidade e do poder público dos municípios em que atua, com o intuito de oportunizar aos jovens da região o acesso à educação superior. Os principais fatos da trajetória de desenvolvimento da Universidade estão ilustrados na linha do tempo apresentada na figura 4 e estão descritos nesta seção do PDI 2022-2026.

Em 1977 a educação básica começou a ser oferecida pela Instituição, em unidade específica denominada Colégio de Aplicação, que em 2001 passou a funcionar em sede própria, com a denominação de Colégio Univille.

Em 1982 a área de ensino da Furj estendeu sua atuação até Jaraguá do Sul, com o curso de Ciências Econômicas, e, no ano seguinte, também com o curso de Ciências

Contábeis. Em 2019 a Univille criou o polo de educação a distância (EaD) em Jaraguá do Sul.

Em 1984 começou a ofertar o curso de Administração de Empresas em São Bento do Sul. Em 1993 houve expansão na atuação da Univille na cidade, com a instalação do campus, embora as atividades pedagógicas dos cursos continuassem a ser desenvolvidas em espaços locados. Em março de 1998 a sede própria foi inaugurada. No ano seguinte houve a construção do Centro de Estudos e Pesquisas Ambientais (Cepa) Rugendas, em área localizada fora da região urbana de São Bento do Sul. Em 2006 foi criado o Colégio Univille no Campus São Bento do Sul, com o intuito de oferecer o ensino médio. A partir de 2012 o colégio passou a ofertar também as séries finais do ensino fundamental. Em 2018 entrou em funcionamento o polo EaD no Campus São Bento do Sul.

A direção-geral da Instituição, desde sua criação, era exercida por nomeação feita pelo prefeito de Joinville. Somente no fim de 1987, em um trabalho conjunto com a comunidade acadêmica, realizaram-se as primeiras eleições diretas para o cargo de diretor-geral. Em 6 de outubro de 1987 o prefeito de Joinville assinou a Lei n.º 5.660, a qual previa que o diretor-geral das Unidades Integradas de Ensino passaria a ser eleito (COELHO; SOSSAI, 2015). Desde então, as eleições para o dirigente da Instituição ocorrem por votação secreta de seu Colégio Eleitoral, composto por profissionais da educação, estudantes e pessoal administrativo.

Figura 2 – Linha do tempo com datas relacionadas à Univille no período de 1989-2021

2014

• Reforma do Estatuto da Furj aprovada pelo Conselho de Administração da Furj;
• Criação do primeiro Doutorado da Univille (Saúde e Meio Ambiente);
• Em 12 de novembro a Univille é qualificada como "Instituição Comunitária de Ensino Superior" pelo Ministério da Educação (Portaria MEC 676/14);
• Abertura oficial do ano comemorativo dos 50 anos do Ensino Superior em Joinville, com destaque para a história da Univille nesse processo.

2015

• Comemoração oficial dos 50 anos do Ensino Superior em Joinville.

2016

• Deferimento, pela Secretaria de Regulação e Supervisão da Educação Superior (Seres), do processo de migração da Univille para o Sistema Federal de Educação;
• Aprovado novo Estatuto e novo Regimento da Univille pelo Conselho Universitário;
• Aprovado PDI 2017-2021 pelo Conselho Universitário.

2017

• Aprovado Regimento da Furj pelo Conselho de Administração.

2018

• Credenciamento do MEC para oferta da modalidade EaD;
• Implantação dos polos nas cidades de Joinville, São Bento do Sul, São Francisco do Sul e Itapoá;
• Início das atividades do Colégio Univille em São Francisco do Sul;
• Aprovação pela Capes do segundo doutorado da Univille (Patrimônio Cultural e Sociedade).

2019

• Criação do polo em Jaraguá do Sul.

2020

• Reestruturação dos cursos de graduação por meio do Projeto Estratégico Institucional de Inovação Pedagógica e Curricular aprovada pelo Conselho Universitário;
• Criação dos polos em Guaramirim, Massaranduba, Araquari e Barra Velha;
• Publicação no DOU da Portaria n.º 524, oficializando o recredenciamento da Univille pelo MEC.

2021

• Criação do polo em Guaratuba;
• Avaliação de "meio termo" do Planejamento Estratégico Institucional Ciclo 2017-2026;
• Elaboração do PDI 2022-2026.

Fonte: Adaptado de Coelho e Sossai (2015)

No início do ano letivo de 1989 aconteceram reuniões com lideranças comunitárias das áreas econômica e política do município e lideranças da comunidade acadêmica para rever o projeto institucional da Furj. Foi então criado o grupo Rumo à Universidade, com a tarefa específica de elaborar uma proposta pedagógica que viabilizasse a transformação da fundação em universidade. Em março de 1990 a carta consulta que delineava o perfil de uma universidade adequada às questões voltadas à microrregião, denominada Universidade da Região de Joinville, foi protocolada no Conselho Federal de Educação (CFE). O documento apresentava a proposta de uma universidade que contemplasse uma visão interdisciplinar de ciência, com ênfase em aspectos ambientais, concretizada por meio do ensino, da pesquisa e da extensão. Segundo Coelho e Sossai (2015, p. 35), a interdisciplinaridade foi preocupação do projeto pedagógico institucional e dos cursos "diante do desafio de religar saberes para responder aos complexos problemas regionais".

Em 1991 a carta consulta foi aprovada e a implementação do Projeto Univille foi autorizada, com a posse solene da Comissão Federal de Acompanhamento do Projeto. Foram desenvolvidas ações no que diz respeito a capacitação docente, plano de cargos e salários, ampliação do acervo da biblioteca, ampliação das instalações físicas e construção de novos laboratórios (COELHO; SOSSAI, 2015).

Em 1992 o Presidente da República assinou a homologação do parecer emitido pelo CFE. Em maio de 1993, diante de mudanças na legislação relacionada à educação superior, a responsabilidade pelo acompanhamento passou ao Conselho Estadual de Educação do Estado de Santa Catarina (CEE/SC).

Em 5 de dezembro de 1995, pelo Parecer n.º 214/95, o CEE/SC aprovou, por unanimidade, os documentos que normatizavam a estrutura da Instituição: Estatuto da mantenedora (Furj), Estatuto e Regimento da Univille, juntamente com o reconhecimento de todos os seus cursos. Em 14 de agosto de 1996 foi assinado o Decreto Presidencial de Credenciamento da Univille, publicado no Diário Oficial da União em 15 de agosto do mesmo ano. Esse credenciamento foi renovado em 2001 pelo CEE/SC pelo prazo de cinco anos (Parecer n.º 123 e Resolução n.º 032/2001).

Desde o seu credenciamento enquanto universidade (1996), passando pelos processos de renovação de credenciamento (2001 e 2010) pelo CEE, de migração para o Sistema Federal de Educação (2014 a 2016) e de seu recredenciamento pelo MEC/Inep (2020), a Univille concretizou uma série de iniciativas planejadas que tiveram como efeito não apenas a expansão física e a requalificação da sua infraestrutura, como também a ampliação e reconfiguração de sua atuação em ensino, pesquisa e extensão em prol do desenvolvimento da região.

Em 1999 foi implantado o Cepa da Vila da Glória, visando desenvolver estudos e pesquisas ambientais na região da Baía da Babitonga. Em 2004 a Univille passou a atuar na cidade de São Francisco do Sul em unidade própria. Entretanto, desde 1993, a Instituição já estava presente na região com a oferta de cursos de graduação e atividades de pesquisa e extensão. Em 2018 houve a ampliação da unidade com a educação básica, por meio da implantação do Colégio Univille em São Francisco do Sul, com a oferta das séries finais do ensino fundamental e ensino médio. Também em 2018 a Unidade São Francisco do Sul passou a contar com um polo EaD.

No ano 2000, na área central de Joinville, foi criada uma unidade com salas de aula, laboratórios, ambulatórios médicos e uma farmácia-escola para dar suporte às atividades pedagógicas dos cursos da área da saúde, bem como aperfeiçoar o atendimento à população e aos termos do convênio estabelecido com o Sistema Único de Saúde (SUS). Em 2018 a Unidade Centro também passou a abrigar um dos polos EaD.

Quanto ao fortalecimento de sua inserção social e de sua representatividade política, a Univille concretizou uma série de iniciativas. Em 2006 foi instituído o Núcleo de Inovação e Propriedade Intelectual (Nipi), com o objetivo de estimular, promover, valorizar e difundir conhecimentos gerados na Universidade ou em parceria com instituições externas de diferentes naturezas. Conforme Coelho e Sossai (2015), com as atividades desenvolvidas pelo Nipi a Univille passou a ter representatividade no Sistema Nacional para a Inovação e no projeto do governo estadual de implantação e estruturação de núcleos de inovação tecnológica em Santa Catarina. Posteriormente o Nipi e o Escritório de Projetos foram unidos, dando origem à Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia (Agitte) em 2018.

Em 2009, para fomentar as parcerias estratégicas entre a Univille, outras instituições de ensino, empresas e governos, o Conselho de Administração (ConsAdm) da Furj criou o Parque de Inovação Tecnológica de Joinville e Região (Inovaparq). Por seu intermédio, desencadeou-se um processo dinâmico de estruturação e gestão de um ambiente que passou a potencializar atividades de pesquisa científica e tecnológica, transferência de tecnologia e de incentivo à inovação produtivo-social, resultando na criação e consolidação de empreendimentos ligados a novas tecnologias, produtos, serviços e processos.

Quanto ao escopo de sua atuação na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, ressalta-se o fato de que a Universidade amplia sua atuação, implantando quatro comitês de área que agrupam os cursos de graduação e os programas de pós-graduação stricto sensu desde 2016, quais sejam: Comitê de Arquitetura, Design, Engenharias e Ciências Exatas; Comitê de Ciências Socioeconômicas e Hospitalidade;

Comitê de Ciências Humanas e Ciências Jurídicas; Comitê de Ciências da Saúde e Ciências Biológicas. Para se ter uma ideia, dos 13 cursos de graduação em funcionamento em 1996, a Univille passou a ofertar em 2021 mais de 40 graduações, implantando cursos nas mais diversas áreas, tanto na modalidade presencial quanto na modalidade a distância.

No âmbito da pós-graduação *stricto sensu*, destaca-se a implantação do seu primeiro mestrado, em 1999, em Saúde e Meio Ambiente. Em 2021 a Univille conta com seis programas de pós-graduação, sendo dois deles de mestrado e doutorado (Saúde e Meio Ambiente e Patrimônio Cultural e Sociedade) e quatro de mestrado (Educação, Engenharia de Processos, Design e Sistemas Produtivos). Observa-se que o Mestrado em Sistemas Produtivos, credenciado pela Capes em 2021, é uma iniciativa inovadora, já que é o primeiro mestrado associativo criado por quatro instituições comunitárias de ensino superior (Ices) de Santa Catarina, entre as quais está a Univille.

Ademais, desde 2007 as Ices do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina intensificaram a articulação política com o intuito de fortalecer o reconhecimento da categoria de universidades comunitárias pelo governo federal e pela sociedade. A Associação Brasileira das Universidades Comunitárias (Abruc), a Associação Catarinense das Fundações Educacionais (Acafe) e outras entidades dedicaram-se ao fortalecimento da identidade das instituições comunitárias e à divulgação do papel por elas desempenhado. Tal movimento resultou na aprovação da Lei n.º 12.881/2013, de 12 de novembro de 2013, que dispõe sobre a definição, a qualificação, as prerrogativas e as finalidades das Ices. Além disso, a articulação levou à alteração da Lei n.º 9.394/1996, de 20 de dezembro de 1996 (Lei das Diretrizes e Bases da Educação – LDB). Por meio da Lei n.º 13.868/2019, de 3 de setembro de 2019, que alterou o artigo 19 da LDB, a legislação federal passou a considerar “comunitárias” como uma das categorias administrativas em que instituições de ensino dos diferentes níveis podem ser classificadas. A partir desses movimentos, em 2014 a Furj/Univille encaminhou processo ao MEC para a qualificação como ices. Em 12 de novembro de 2014, pela Portaria n.º 676/14, a Secretaria de Regulação e Supervisão da Educação Superior (Seres) do MEC qualificou como Ices a Univille, mantida pela Furj.

Em 2014, por decisão do Conselho Universitário, a Instituição aderiu ao Edital MEC/Seres n.º 4, de 1.º de julho daquele ano, permitindo a migração de instituições de ensino superior para o sistema federal de educação. Tal decisão se pautou em análise realizada pela Reitoria e que indicou a pertinência dessa migração, considerando os posicionamentos do MEC a partir de decisões do Supremo Tribunal Federal, que

indicavam que instituições de ensino superior públicas de direito privado deveriam integrar o sistema federal de educação. Em 2016 a Seres deferiu o processo de migração da Universidade. Com esse deferimento, a Univille protocolou os processos referentes a reconhecimento e renovação de reconhecimento dos cursos de graduação em atividade, bem como o processo de recredenciamento da Universidade.

Em continuidade ao Projeto Estratégico de Migração para o Sistema Federal, em 2017 e 2018 a Universidade recebeu a visita de avaliação in loco, promovida pelo MEC/Inep, nos diversos cursos de graduação. A visita in loco para o recredenciamento institucional ocorreu em junho de 2018; a Univille recebeu nota 4. Ao longo dos anos de 2018 a 2020 foram emitidas as portarias de reconhecimento e de renovação de reconhecimento dos cursos de graduação que passaram pela avaliação do MEC/Inep durante a migração para o sistema federal. Por fim, foi publicada no Diário Oficial da União (DOU) a Portaria do MEC n.º 524, de 9 de junho de 2020, que recredenciou a Univille como Universidade pelo prazo de oito anos. A referida portaria foi emitida pelo MEC com um equívoco de endereço da Instituição, o que foi retificado no DOU de 8 de julho de 2020. Com isso, o Projeto Estratégico de Migração para o Sistema Federal foi finalizado. Por meio desse processo de migração, a Univille passou a ser regulada, supervisionada e avaliada pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) e pelo MEC e não mais pelo CEE/SC.

Também em 2014, com base no PDI 2012-2016 aprovado pelo Conselho Universitário, a Univille encaminhou ao MEC o processo de credenciamento institucional para a oferta da educação a distância (EaD). No mesmo ano ocorreu a visita do MEC/Inep de avaliação in loco para o credenciamento do polo de apoio presencial em São Francisco do Sul. Em 2016 e 2017, por força das mudanças na legislação, houve um redimensionamento do Projeto Estratégico de Implantação da EaD pela Univille. Após a readequação do processo, o MEC/Inep realizou em 2018 a visita de avaliação in loco, e a Univille foi credenciada para oferta de EaD por meio da Portaria do MEC n.º 410/18, de 4 de maio de 2018.

No último trimestre de 2018 a Univille iniciou as operações de EaD por meio da oferta de dez Cursos Superiores de Tecnologia (CST), 20 cursos de pós-graduação lato sensu em quatro polos próprios (Polo Campus Joinville, Polo Campus São Bento do Sul, Polo São Francisco do Sul e Polo Joinville Centro) e um polo em parceria (Polo Itapoá). Assim, o Projeto Estratégico de Implantação da EaD foi finalizado.

A partir de 2020 a EaD Univille passou a integrar a operação da Universidade para dar continuidade à ampliação do portfólio de cursos de graduação de Bacharelado, Licenciatura e Engenharias, bem como cursos de pós-graduação lato sensu. Também foram criados polos nos municípios de Guaramirim, Massaranduba, Araquari, Barra Velha e, em 2021, Guaratuba (PR).

Conforme a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS, 2020), em 31 de dezembro de 2019 a Organização Mundial de Saúde (OMS) foi alertada sobre casos de pneumonia na cidade de Wuhan, na China, cujo agente infeccioso era um novo tipo de coronavírus que ainda não havia sido detectado em seres humanos. Em 11 de fevereiro de 2020 o vírus foi identificado como severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2), sendo o agente infeccioso da coronavirus disease 2019 (covid-19). No dia 11 de março de 2020 a OMS caracterizou a covid-19 como uma pandemia, estando essa medida ainda em vigor em dezembro de 2021. O termo pandemia refere-se à distribuição geográfica da doença, que alcançou escala global e que ainda em 2021 permanece com surtos em várias regiões do mundo. Conforme dados da OMS, em 3 de novembro de 2021 havia mais de 247 milhões de casos confirmados de covid-19, mais de 5 milhões de mortes e mais de 7 bilhões de doses de vacina aplicadas (OMS, 2021).

No âmbito do sistema federal de educação, o Ministério da Educação emitiu a Portaria do MEC n.º 343, de 17 de março de 2020, que autorizou em caráter excepcional a substituição das disciplinas presenciais, em andamento, por aulas que utilizassem meios e tecnologias de informação e comunicação, enquanto durar a situação de pandemia de covid-19.

Diante do decreto estadual, a Reitoria suspendeu as atividades acadêmicas presenciais nos campi, nas unidades e nos polos por 15 dias a partir de 16 de março. Nesse período de 15 dias, a Reitoria mobilizou as coordenações de área, coordenações de cursos e programas, bem como as gerências e assessorias para a elaboração de uma proposta de alteração do calendário acadêmico e a disponibilização da plataforma Univille Virtual para professores e estudantes.

O ministro da Educação, em dezembro de 2020, homologou o Parecer n.º 19 do Conselho Nacional de Educação (CNE), que estendeu até 31 de dezembro de 2021 a permissão para atividades remotas no ensino básico e superior em todo o país. O parecer indicava ainda que o retorno dependeria da matriz de risco da localidade e que poderia ser gradual e em um modelo híbrido que facultasse ao estudante assistir às aulas remotamente ou de forma presencial.

Do ponto de vista acadêmico, o ano de 2021 foi caracterizado por dificuldades no que diz respeito a um possível retorno pleno à presencialidade. Um dos efeitos disso foi a confirmação da queda no número de matriculados nos cursos de graduação, um fenômeno observado não apenas na Univille, mas em todas as instituições de ensino.

O calendário acadêmico de 2021 foi aprovado pelo Conselho Universitário considerando a legislação vigente e a organização da Universidade para a oferta das aulas em um sistema híbrido. Mais uma vez, sob a supervisão da Pró-Reitoria de Ensino e com o suporte das demais pró-reitorias, as coordenações de áreas e coordenações de cursos planejaram e organizaram a retomada gradual da presencialidade levando em conta o cenário pandêmico, a evolução da vacinação e as especificidades de cada curso e disciplina.

Diante destes desafios, definiu-se que a Reitoria, a Diretoria Administrativa e os comitês de área desenvolveriam em 2020, para implantação a partir de 2021, a reestruturação da organização didático-pedagógica dos cursos de graduação da Univille, considerando as diretrizes e os modelos aprovados pelo Conselho Universitário em 2020; a reestruturação dos custos e da formação de preços dos cursos e serviços da Instituição; e a reestruturação das políticas e práticas mercadológicas dos cursos e serviços da Instituição.

Quanto à reestruturação da organização didático-pedagógica dos cursos de graduação, intensificaram-se as ações em 2020 do Projeto Estratégico Institucional de Inovação Pedagógica e Curricular, do Projeto Estratégico Institucional de Curricularização da Extensão e do Projeto Estratégico Institucional de elaboração de uma metodologia híbrida (blended) de ensino e aprendizagem. Mediante diretrizes amplamente discutidas na comunidade acadêmica e aprovadas pelo Conselho Universitário por meio da Resolução n.º 19/20, os cursos de graduação passaram por reestruturações que incluíram a semestralização, o compartilhamento de componentes curriculares entre cursos, áreas e campi, o compartilhamento de componentes curriculares relativos a eixos formativos institucionais, a inclusão de componentes curriculares semipresenciais e a adoção de metodologias de aprendizagem ativa e de tecnologias educacionais. Além da reestruturação de cursos existentes, em 2020 foram autorizados pelo Conselho Universitário (ConsUn) 16 cursos novos, sendo 11 presenciais e 5 na modalidade EaD.

O processo de reestruturação da graduação envolveu ações associadas a duas outras medidas de sustentabilidade aprovadas pelo ConsUn e ConsAdm e

implementadas em 2020. A reestruturação dos custos e da formação de preços dos cursos e serviços da Instituição foi desenvolvida pela Diretoria Administrativa da Furj com o envolvimento das Pró-Reitorias e das coordenações de área e coordenações de cursos, resultando em uma engenharia econômica que buscou racionalizar custos sem perder de vista os aspectos da qualidade e da inovação. A reestruturação das políticas e práticas mercadológicas dos cursos e serviços da Instituição envolveu a Diretoria Administrativa, a Procuradoria Jurídica, a Gerência de Comunicação e as coordenações de áreas e de cursos com o objetivo de buscar o aperfeiçoamento dos processos de ingresso e as campanhas de captação, considerando o contexto concorrencial na área da educação superior na região de atuação da Universidade. Essas ações foram priorizadas considerando-se que a análise de cenário indicava que o prolongamento da pandemia e a crise econômica nacional trariam mais dificuldades na captação de novos estudantes para 2021.

Embora 2020 e 2021 tenham sido anos dramáticos para a sociedade global, a Univille buscou enfrentar esse momento histórico de forma responsável e cidadã, engajando-se ou liderando iniciativas que concorreram para minimizar o contágio pelo coronavírus SARS-CoV2, para amenizar o sofrimento pelas perdas de vidas e para o atendimento aos doentes. No amplo escopo de sua atuação como universidade comunitária, a comunidade acadêmica não mediu esforços para enfrentar todas as urgências sociais que emergiram, dia a dia, das esferas educacional, econômico-financeira e saúde física e psíquica. Dos dilemas que abateram incessantemente as comunidades locais, cumpre ainda à Univille, cada vez mais, afirmar-se como espaço que historicamente cultiva esperanças de (re)construção de novos futuros mais promissores.

1.6 Corpo dirigente

ALEXANDRE CIDRAL – Reitor

Titulação

Graduação: Ciências da Computação – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (1988)

Graduação: Psicologia – Associação Catarinense de Ensino – ACE (1995)

Mestrado: Psicologia – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (1997)

Doutorado: Engenharia de Produção – UFSC (2003)

THEREZINHA MARIA NOVAIS DE OLIVEIRA – Vice-Reitora

Titulação

Graduação: Engenharia Sanitária – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (1989)

Mestrado: Engenharia de Produção – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (1993)

Doutorado: Engenharia de Produção – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (1998)

EDUARDO SILVA – Pró-Reitor de Ensino

Titulação

Graduação: Filosofia – Fundação Educacional de Brusque – UNIFEBE (2001)

Mestrado: Patrimônio Cultural e Sociedade – Universidade da Região de Joinville – Univille (2010)

Doutorado: Comunicação e Cultura – Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ (2021)

PAULO HENRIQUE CONDEIXA DE FRANÇA – Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação e Inovação

Titulação

Graduação: Engenharia Química – Universidade Federal do Paraná - UFPR (1992)

Mestrado: Biologia Celular e Molecular – Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ) (1997)

Doutorado: Ciências – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ (2005)

PATRÍCIA ESTHER FENDRICH MAGRI – Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários

Titulação

Graduação: Educação Física – Universidade Regional de Blumenau - FURB (1987)

Mestrado: Educação e Cultura – Universidade Estadual de Santa Catarina – UDESC (2002)

Doutorado: Saúde e Meio Ambiente – Universidade da Região de Joinville – Univille (2019)

LIANDRA PEREIRA – Diretora Geral do *Campus* São Bento do Sul

Titulação

Graduação: Pedagogia – Associação Catarinense de Ensino – ACE (1993)

Mestrado: Educação e Cultura – Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC (2004)

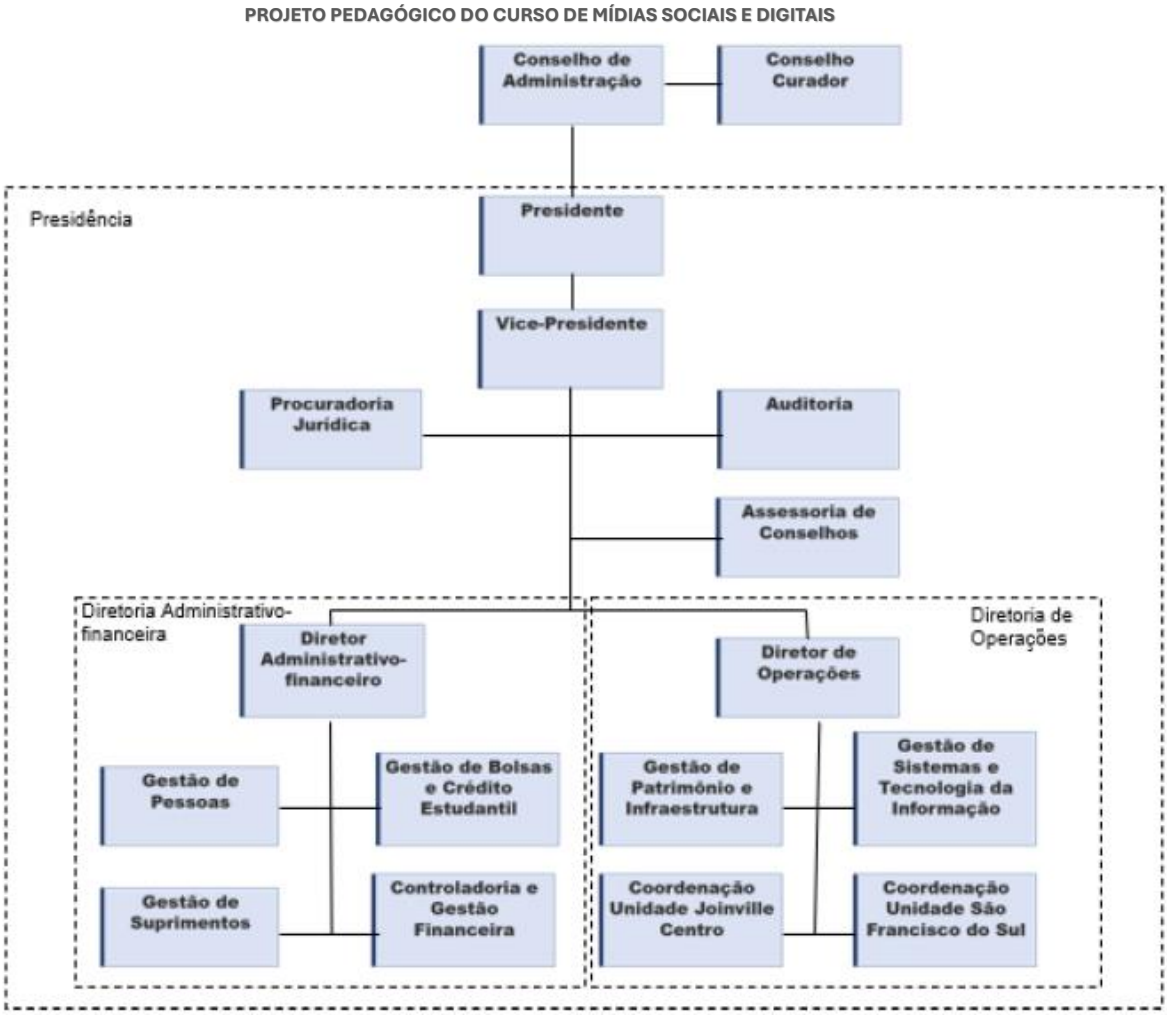
Doutorado: Educação – Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR (2010)

1.7 Estrutura organizacional

A estrutura organizacional é a forma como uma instituição ou organização distribui a autoridade, as responsabilidades e as atividades com vistas a executar os processos de trabalho que proporcionam a implementação das estratégias e o alcance dos objetivos organizacionais. De acordo com Hall (2004), a estrutura organizacional consiste na maneira como ocorre a distribuição das pessoas entre posições sociais que influenciam os relacionamentos de papéis desempenhados por elas. Essa estrutura implica a divisão de trabalho (distribuição das tarefas entre as pessoas) e a hierarquia (distribuição das pessoas em posições), atendendo a três funções básicas: viabilizar os processos, produtos e serviços organizacionais com o intuito de alcançar os objetivos e metas; minimizar as variações individuais sobre a organização; estabelecer o contexto no qual o poder decisório é exercido e as ações são executadas. Dessa forma, a estrutura organizacional é a soma de meios pelos quais o trabalho se divide em tarefas distintas e como se realiza a coordenação dessas tarefas (MINTZBERG, 2010), com implicações quanto à definição das instâncias deliberativas, executivas e consultivas e das relações hierárquicas entre as áreas na organização.

O organograma da Furj é apresentado na figura 2.

Figura 2 – Organograma da Furj

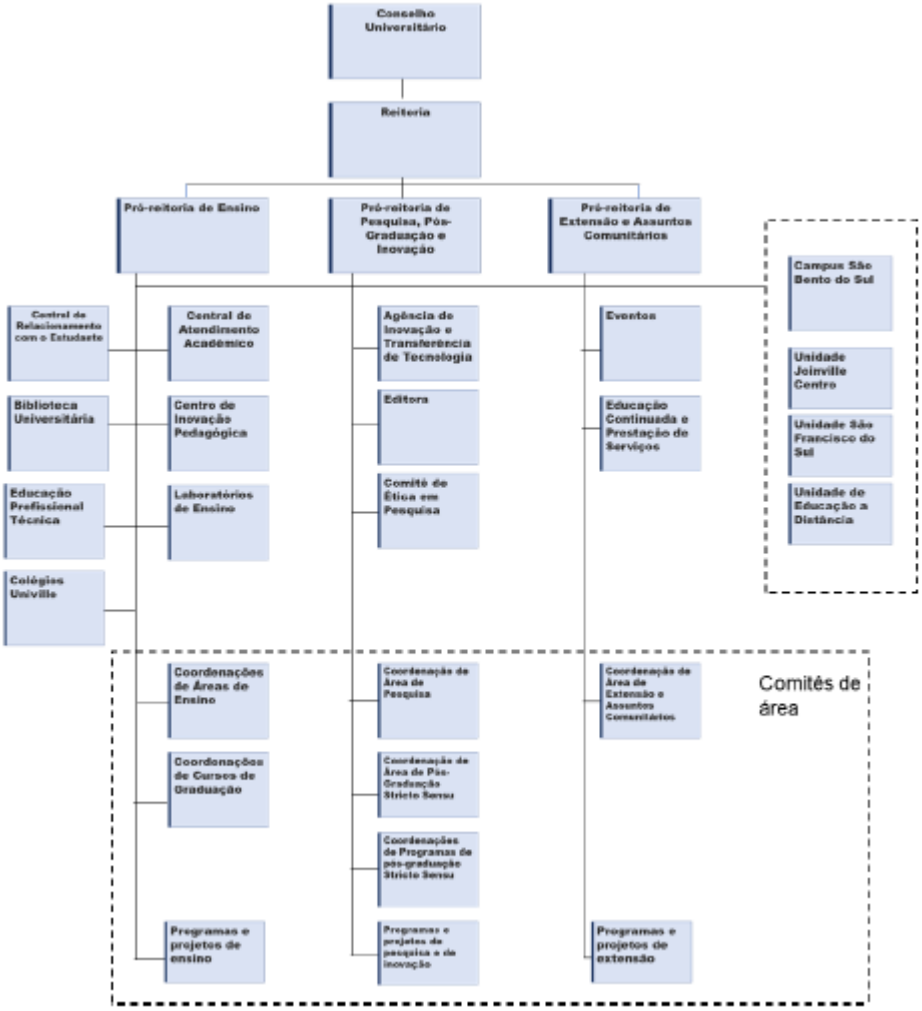


Fonte: Resolução nº 58/24/CA/FURJ/UNIVILLE

A Furj tem como órgão deliberativo superior o Conselho de Administração, e como órgão fiscalizador, o Conselho Curador. O órgão executivo da Furj é a presidência, da qual faz parte a diretoria administrativa. A Furj é mantenedora da Univille e do Inovaparq.

A administração da Univille está organizada em geral, dos campi e unidades, dos cursos de graduação e programas de pós-graduação stricto sensu e dos órgãos complementares e suplementares (UNIVILLE, 2016b). O organograma da Univille é apresentado na figura 3.

Figura 3 – Organograma da Univille



Fonte: Resolução nº 085/24/CA/FURJ/Univille

A seguir os órgãos que compõem a estrutura da Furj e da Univille são descritos. A administração de ambas é realizada por meio de órgãos deliberativos, consultivos e executivos previstos nos estatutos, regimentos e outras regulamentações institucionais.

1.7.1 Fundação Educacional da Região de Joinville

A Fundação Educacional da Região de Joinville, instituída pela Lei n.º 871, de 17 de julho de 1967, com alterações posteriores, é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, com autonomia didático-pedagógica, científica, tecnológica, administrativa,

financeira e disciplinar, exercida na forma da lei e dos seus estatutos, com sede e foro na cidade de Joinville, Santa Catarina. As disposições atinentes à autonomia da Furj são regidas por seu estatuto, que passou por atualização aprovada em 2014 pelo Conselho de Administração, Conselho Curador e Ministério Público de Santa Catarina.

A Furj tem por finalidade manter a Univille e o Inovaparq. As instituições mantidas gozam de autonomia didática, pedagógica, científica, tecnológica, administrativa e disciplinar, de acordo com a legislação e regulamentos próprios.

São órgãos da administração da Furj:

a. Conselho de Administração;

b. Conselho Curador;

c. Presidência.

1.7.2 Universidade da Região de Joinville

A Universidade da Região de Joinville é uma instituição de ensino, pesquisa e extensão credenciada pelo MEC em 14 de agosto de 1996, mantida pela Furj. A Universidade goza de autonomia didática, pedagógica, científica, tecnológica, administrativa e disciplinar, de acordo com a legislação, seu estatuto e demais regulamentações institucionais. O Estatuto da Univille passou por atualização, aprovada em 2016 pelo Conselho Universitário e homologada pelo Conselho de Administração da mantenedora (UNIVILLE, 2016).

A Univille organiza sua atuação em *campi*, unidades e polos de apoio presencial à EaD, podendo criá-los e implantá-los segundo suas políticas e a legislação vigente. Atualmente a Universidade conta com:

- *Campus* Joinville, que é sua sede e possui polo EaD;
- *Campus* São Bento do Sul, com polo EaD;

- Unidade Centro – Joinville, com polo EaD;
- Unidade São Francisco do Sul, com polo EaD;
- Polo Jaraguá do Sul;
- Polo Itapoá;
- Polo Guaramirim;
- Polo Barra Velha;
- Polo Massaranduba;
- Polo Araquari;
- Polo Guaratuba;
- Polo Itaum;
- Polo Itinga;
- Polo Garuva;
- Polo Paranaguá (centro).

A Univille tem como finalidade promover e apoiar a educação e a produção da ciência por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, contribuindo para a sólida formação humanística e profissional, objetivando a melhoria da qualidade de vida da sociedade (UNIVILLE, 2016). A educação e a produção da ciência são desenvolvidas na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, que envolvem a arte, a cultura, o esporte, o meio ambiente, a saúde, a inovação, a internacionalização e o empreendedorismo, objetivando a melhoria da qualidade de vida da sociedade e da comunidade regional.

Para alcançar suas finalidades, a Univille propõe-se a (UNIVILLE, 2016):

a. promover o ensino voltado à habilitação de profissionais nas diferentes áreas do conhecimento para participarem do desenvolvimento científico, tecnológico, artístico e cultural, contribuindo assim para o desenvolvimento humano em suas dimensões política, econômica e social;

b. promover, estimular e assegurar condições para a pesquisa científica, tecnológica, artística, esportiva, cultural e social, comprometida com a melhoria da qualidade de vida da comunidade regional e com a inovação em todas as áreas do saber;

c. promover a extensão por meio do diálogo com a comunidade, objetivando conhecer e diagnosticar a realidade social, política, econômica, tecnológica, artística, esportiva e cultural de seu meio, bem como compartilhar conhecimentos e soluções relativos aos problemas atuais e emergentes da comunidade regional.

Conforme seu estatuto (UNIVILLE, 2016), no cumprimento de suas finalidades, a Univille adota os princípios de respeito à dignidade da pessoa e de seus direitos fundamentais, proscrevendo quaisquer tipos de preconceito ou discriminação. Além disso, na realização de suas atividades, a Univille considera:

a. a legislação aplicável e a legislação específica educacional;

b. o seu estatuto e o estatuto e regimento da mantenedora;

c. o seu regimento;

d. as resoluções do Conselho de Administração da Furj e do Conselho

e. Universitário da Univille;

f. as demais regulamentações oriundas dos Conselhos Superiores e das Pró-Reitorias.

g. A autonomia didático-científica da Universidade, obedecendo ao artigo 207 da Constituição da República Federativa do Brasil, consiste na faculdade de (UNIVILLE, 2016):

h. estabelecer suas políticas de ensino, pesquisa, extensão e demais políticas necessárias ao cumprimento de suas finalidades;

i. criar, organizar, modificar e extinguir cursos de graduação e cursos/programas de pós-graduação, observadas a legislação vigente, as demandas do meio social, econômico e cultural e a viabilidade econômico-financeira;

j. fixar os currículos de seus cursos e programas, obedecidas as determinações legais;

k. criar, organizar, modificar e extinguir programas e projetos de pesquisa científica, de extensão e de produção artística, cultural e esportiva;

l. estabelecer a organização e o regime didático-científico da Universidade;

m. promover avaliações, realizando mudanças conforme seus resultados;

n. elaborar, executar e acompanhar o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) por meio do processo participativo do Planejamento Estratégico Institucional (PEI);

o. promover a capacitação de seus profissionais em sintonia com as normas e necessidades institucionais;

p. conferir graus, diplomas, títulos e outras dignidades universitárias.

q. A autonomia administrativa consiste na faculdade de (UNIVILLE, 2016):

r. propor a reforma do Estatuto e do Regimento da Univille;

s. elaborar, aprovar e reformar o Regimento do Conselho Universitário;

t. propor critérios e procedimentos sobre admissão, remuneração, promoção e dispensa do pessoal administrativo e dos profissionais da educação, para deliberação do Conselho de Administração da Furj;

u. eleger os seus dirigentes, nos termos da legislação vigente, do seu Estatuto e do Regimento da Univille;

v. utilizar o patrimônio e aplicar os recursos da Furj, zelando pela conservação, otimização e sustentabilidade, de forma a assegurar a realização de suas finalidades e seus objetivos;

w. elaborar a proposta orçamentária para o ano subsequente encaminhando-a para deliberação do Conselho de Administração da Furj;

x. executar o orçamento anual aprovado, prestando contas de sua realização à mantenedora;

y. firmar acordos, contratos e convênios acadêmicos da Univille.

A autonomia disciplinar consiste na faculdade de aplicar sanções ao corpo diretivo, aos profissionais da educação, ao corpo discente e ao pessoal administrativo, na forma da Lei, do Regimento da Univille e do Regime Disciplinar dos Empregados da Furj (UNIVILLE, 2016).

Para atingir os seus fins, a Univille segue princípios de organização (UNIVILLE, 2016):

a. Unidade de administração, considerando missão, visão, princípios e valores institucionais, bem como Plano de Desenvolvimento Institucional, únicos;

b. Estrutura orgânica com base nos cursos, em sua integração e na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão;

c. Racionalidade de organização para integral utilização dos recursos humanos e materiais;

d. Universalidade do saber humano, por meio da atuação nas diferentes áreas do conhecimento;

e. Flexibilidade de métodos e diversidade de meios, pelos quais as atividades de ensino, pesquisa, extensão e serviços oferecidos possam melhor atender às diferentes necessidades dos públicos e das comunidades em que a Universidade atua.

Conforme seu estatuto (Univille, 2016), a administração geral da Univille organiza-se da seguinte forma:

a. Órgão deliberativo superior: Conselho Universitário, que dispõe de quatro câmaras consultivas:

i. Câmara de Ensino;
ii. Câmara de Pesquisa e Pós-Graduação;
iii. Câmara de Extensão;
iv. Câmara de Gestão.

b. Órgão executivo superior: Reitoria;

c. Órgãos consultivos.

Os órgãos consultivos da administração geral são constituídos com base nas demandas acadêmico-administrativas e em questões estratégicas institucionais, podendo ser integrados por membros da comunidade regional.

O Conselho Universitário, órgão máximo consultivo, deliberativo, normativo e jurisdicional da Univille em assuntos de ensino, pesquisa, extensão, planejamento, administração universitária e política institucional, é constituído pelos seguintes membros:

- reitor como presidente;
- pró-reitores;
- último ex-reitor;
- diretores de *campi*;
- coordenadores de cursos de graduação e de programas de pós-graduação *stricto sensu*;
- coordenadores das áreas de pós-graduação *lato sensu*, ensino, pesquisa e extensão;
- diretores dos órgãos complementares; • um representante do pessoal docente;
- representação discente, composta por:
  - dois representantes da graduação por *campus*;
  - um representante da graduação por unidade;
  - um representante da pós-graduação *lato sensu*;
  - um representante da pós-graduação *stricto sensu*.
- um representante do pessoal administrativo;
- um representante da Associação de Pais e Professores dos Colégios da Univille.

A natureza do mandato dos conselheiros, ~~e~~ a sistemática das reuniões, bem como as competências do Conselho Universitário estão definidas no Estatuto da Univille (UNIVILLE, 2016).

1.7.2.2 Reitoria

A Reitoria, órgão executivo superior da Univille que coordena, superintende e fiscaliza todas as suas atividades, é constituída de (UNIVILLE, 2016):

a) reitor;

b) vice-reitor;

c) pró-reitor de ensino;

d) pró-reitor de pesquisa, pós-graduação e inovação;

e) pró-reitor de extensão e assuntos comunitários;

f) diretor de *campi*.

Conforme o estatuto (UNIVILLE, 2016), compete à Reitoria planejar, superintender, coordenar, fiscalizar e avaliar todas as atividades da Univille.

1.7.2.3 Campi e unidades

A administração dos *campi* organiza-se da seguinte forma (UNIVILLE, 2016):

a) Órgão executivo: direção do *campus*, que poderá contar com assessorias de ensino, pesquisa e extensão e pessoal administrativo necessário às atividades-fim;

b) Órgãos consultivos: constituídos com base nas demandas acadêmico-administrativas e em questões estratégicas institucionais, podendo ser integrados por membros da comunidade regional.

A administração das unidades é organizada por coordenações que podem dispor de pessoal administrativo necessário às atividades-fim.

1.7.2.4 Cursos de graduação e programas de pós-graduação *stricto sensu*

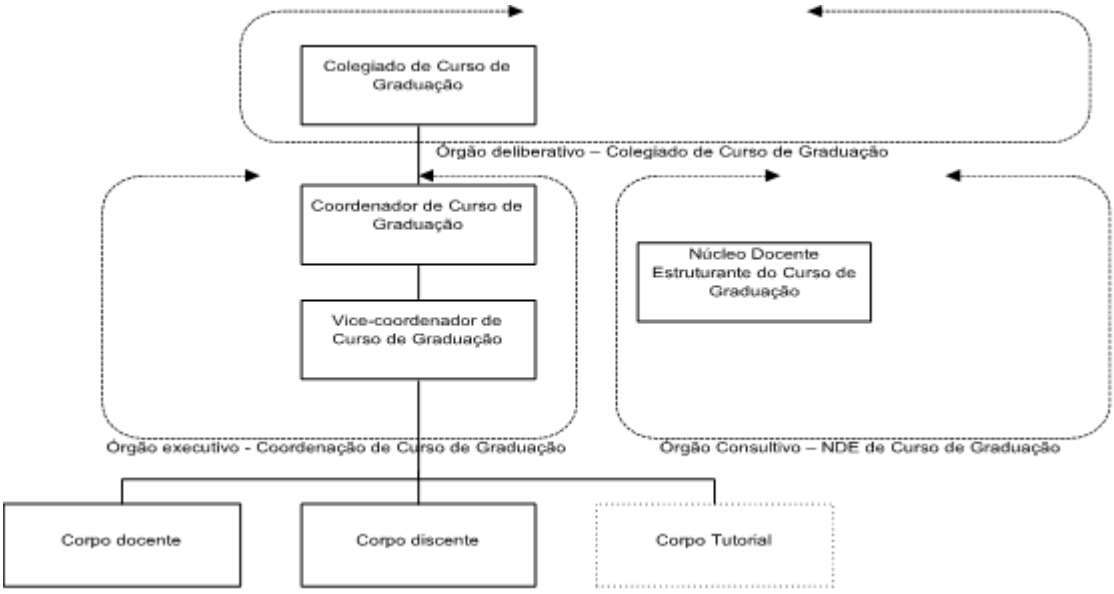
A administração dos cursos de graduação organiza-se da seguinte forma (figura 4):

a) Órgão deliberativo: Colegiado;

b) Órgão executivo: coordenação;

c) Órgão consultivo: Núcleo Docente Estruturante (graduação).

Figura 4 – Estrutura organizacional de cursos de graduação da Univille

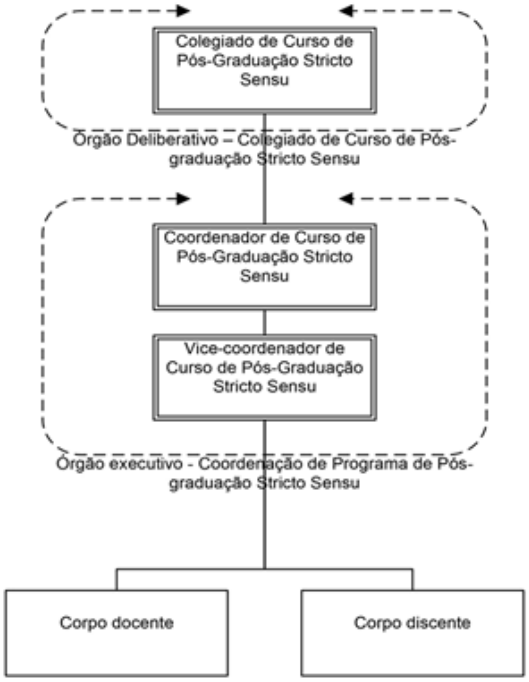


Fonte: PDI 2022-2026 (UNIVILLE, 2022)

A administração dos programas de pós-graduação *stricto sensu* organiza-se da seguinte forma (figura 5):

a) Órgão deliberativo: Colegiado;
b) Órgão executivo: coordenação.

Figura 5 – Estrutura organizacional de programas de pós-graduação *stricto sensu* da Univille



Fonte: PDI 2022-2026 (UNIVILLE, 2022)

O estatuto (UNIVILLE, 2016) prevê a constituição de comitês de área. Um comitê de área compreende um conjunto de cursos de graduação e programas de pós-graduação *stricto sensu*, integrados por meio de ações compartilhadas voltadas ao alcance de objetivos, metas e estratégias previstos no PEI e no PDI.

1.7.2.5 Órgãos complementares e suplementares

Os órgãos complementares e suplementares são normatizados pelo Conselho Universitário em regulamento próprio, que dispõe sobre sua criação, estrutura, funcionamento, fusão e extinção.

São órgãos complementares da Universidade:

a) Colégio Univille – Joinville;

b) Colégio Univille – São Bento do Sul.

c) Colégio Univille – São Francisco do Sul.

Os órgãos suplementares da Universidade são:

a) Biblioteca Universitária;

b) Editora Univille.

1.7.2.6 Educação a Distância (Unidade Ead - UNEaD)

Com a criação da Unidade de Educação a Distância da Univille (EaD Univille) responsável por planejar, coordenar e articular, interna e externamente, as ações de educação a distância, organizando-se uma estrutura tecnológica, financeira e de recursos humanos necessária à sua plena viabilização.

Em 2005, a Univille instala uma comissão para iniciar os estudos para viabilizar a oferta de educação a distância. Nos anos seguintes, investe na formação de professores implanta o ensino semipresencial nos cursos de Sistema de Informação e Pedagogia. Também oferece a disciplina Metodologia da Pesquisa e Metodologia do Ensino Superior e cursos *lato sensu*.

Em 2013, o Centro de Inovação Pedagógica com uma equipe de mais dois professores fica responsável em elaborar o projeto EaD da Univille, com vistas a solicitar o credenciamento junto ao Ministério de Educação.

No ano de 2014 a Univille realizou o protocolo de credenciamento a oferta de cursos à distância no MEC.

Em 2015 a Univille recebeu a comissão do MEC para o credenciamento da IES na sede em Joinville e no polo de São Francisco do Sul.

No ano de 2017 a Univille implantou mais de 50 disciplinas na modalidade semipresencial nos seus cursos de graduação presenciais. Em maio de 2018 a Univille teve a oferta dos cursos de Educação a Distância homologado pelo Conselho Nacional de Educação (CNE), pela portaria n.º 410, de 4 de maio de 2018, publicada pelo MEC.

A oferta de cursos na modalidade a distância dará continuidade às ações de expansão, considerando o previsto no PDI, e aperfeiçoará continuamente os processos acadêmicos, pedagógicos e administrativos na perspectiva do fortalecimento das condições de oferta de cursos.

O gerenciamento das atividades a distância é de responsabilidade da Unidade EaD (UNEaD), sendo vinculada à Vice-reitoria, sob a supervisão da Pró-Reitoria de Ensino.

A UNEaD atua na implementação das políticas institucionais para a educação a distância de forma articulada com as pró-reitorias, coordenadores dos cursos e coordenadores de cursos. A UNEaD tem na sua estrutura organizacional: coordenação geral; designer; suporte de TI; logística; revisor; assistente técnico, administrativo.

A UNEaD concentra grande parte das atividades na sede da Universidade, onde também está instalado um polo de educação a distância, localizado no Bloco B, sala 110, no *Campus* Joinville, a partir do qual são mantidas articulações com as coordenações de curso, dos polos, docentes e tutores.

1.8 Planejamento Estratégico Institucional (PEI)

A organização e a coordenação do PEI são competência da Reitoria (UNIVILLE, 2016), que as delegou à Vice-Reitoria e contou com a Assessoria de Planejamento e

Avaliação Institucionais (Apai) na execução das atividades. Uma das diretrizes adotadas foi propiciar a participação ativa dos gestores dos diferentes níveis decisórios da Instituição por meio de coleta e análise de dados, reuniões, *workshops* e atividades do Programa de Desenvolvimento Gerencial (PDG). Outra diretriz esteve relacionada a divulgar e comunicar amplamente as atividades do PEI e proporcionar meios para que os membros dos diferentes segmentos da comunidade acadêmica pudessem conhecer o processo e encaminhar sugestões.

1.8.1 A estratégia

O PEI propôs como estratégia para a Univille no período de 2017 a 2026:

Estratégia

Qualidade com inovação, considerando a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental.

A estratégia proposta está articulada à identidade institucional, expressa pela missão, visão e valores, e enfatiza o compromisso com a qualidade e com a inovação no ensino, na pesquisa e na extensão (figura 6).

Figura 6 – Síntese da estratégia da Univille para o período 2017-2026

Fonte: PDI 2022-2026 (UNIVILLE, 2022)

1.8.2 Objetivos estratégicos

O PEI propôs os seguintes objetivos estratégicos para o ciclo 2017-2026, que foram revisados em 2021 na avaliação de meio termo:

a) Melhorar a qualidade e o desempenho institucional e dos cursos no Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes);

b) Melhorar o desempenho econômico e financeiro institucional;

c) Aumentar a produção científica qualificada, bem como a produção tecnológica, esportiva, artística e cultural da Univille, intensificando a relação entre ensino, pesquisa e extensão;

d) Fortalecer a qualidade institucional perante os públicos interno e externo;

e) Fortalecer a inserção da Univille como universidade comunitária e promotora da sustentabilidade socioambiental;

f) Ampliar a representatividade da Univille na comunidade regional e na

comunidade acadêmico-científica;

g) Fortalecer a Univille como universidade inovadora e empreendedora.

1.8.3 Integração do Planejamento Estratégico Institucional com o Curso

O Curso integra a Coordenação e a Área, sendo de responsabilidade da Pró-Reitoria de Ensino.

A Coordenação promove o desdobramento tático e operacional de objetivos e estratégias institucionais na elaboração do Projeto Pedagógico do Curso.

2 DADOS GERAIS DO CURSO

Este capítulo apresenta a caracterização geral do curso. Nesse sentido, os dados referentes à denominação, modalidade, vagas, carga horária, regime e duração, bem como período de integralização, são apresentados. A seguir são indicados o endereço de funcionamento, os ordenamentos legais e a forma de ingresso.

2.1 Denominação do curso

Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

2.1.1 Titularidade

O egresso do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais obterá o título de Tecnólogo em Mídias Sociais Digitais.

2.1.2 Classificação Cine Brasil

Área Geral: 02 – Artes e Humanidades
Área Específica: 021 – Artes
Área Detalhada: 0211 – Produção audiovisual, de mídia e cultural
Rótulo: 0211P05 – Produção multimídia

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais está vinculado ao Comitê de Área das Ciências Socioeconômicas e Hospitalidade.

2.2 Endereço de funcionamento do curso

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais será oferecido no Campus São Bento do Sul, localizado na Rua Norberto Weihermann, n. 230, Bairro Colonial – CEP 89288-385 – São Bento do Sul – SC.

2.3 Ordenamentos legais do curso

Criação: Resolução nº 17/25 do Conselho Universitário de 22/09/2025

Autorização de funcionamento: Parecer nº 007/25 do Conselho Universitário de 22/09/2025.

2.4 Formato de Oferta

Presencial.

2.5 Número de vagas autorizadas

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais será ofertado com 44 vagas anuais.

2.6 Conceito Enade e Conceito Preliminar de Curso

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais a ser ofertado no Campus São Bento do Sul está em fase de implantação e passará por processo de reconhecimento junto ao Ministério da Educação. O curso ainda não foi submetido ao Ciclo Avaliativo em razão do calendário anual do INEP, portanto, não há conceito ENADE e CPC para o curso.

2.7 Período (turno) de funcionamento

O curso será ministrado presencialmente no período noturno, das 18h55 às 22h30, de segunda a sexta-feira, com possibilidade de aulas aos sábados pela manhã. Essa organização permite contemplar os componentes curriculares institucionais implementados no processo de inovação curricular de 2021, incluindo unidades curriculares com carga horária a distância dentro dos termos da legislação vigente e vivências de extensão, que poderão ser ofertadas aos sábados.

2.8 Carga horária total do curso

O curso possui 1.605 horas, equivalentes à 1.926 horas-aula.

2.9 Regime e duração

O regime do curso será o seriado semestral, com duração de 5 semestres.

2.10 Tempo de integralização

Mínimo: 5 semestres.

Máximo: 8 semestres.

2.11 Formas de ingresso

O ingresso no Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais da Univille pode dar-se de diversas maneiras:

a) Processo seletivo: a Instituição destina vagas específicas para ingresso por meio da análise do desempenho do estudante;

b) Transferência: para essa modalidade é necessário que o candidato possua vínculo acadêmico com outra instituição de ensino superior. São disponibilizadas também transferências de um curso para outro para acadêmicos da própria Univille;

c) Portador de diploma: com uma graduação já concluída o candidato poderá concorrer a uma vaga sem precisar realizar o tradicional vestibular, desde que o curso pretendido tenha disponibilidade de vaga;

d) ProUni: para participar desse processo o candidato deve ter realizado o ensino médio em escola pública ou em escola particular com bolsa integral e feito a prova do Enem;

e) Reopção de curso: os candidatos que não obtiverem o desempenho necessário no vestibular Acafe/Univille para ingressar na Universidade no curso prioritariamente escolhido poderão realizar inscrição para outro curso de graduação que ainda possua vaga, por meio de seu desempenho no ensino médio. A seleção desses candidatos acontece pela avaliação do boletim de desempenho no ensino médio;

f) Reingresso: é a oportunidade de retorno aos estudos para aquele que não tenha concluído seu curso de graduação na Univille. Ao retornar, o estudante deverá se adaptar à matriz curricular vigente do curso.

3. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

Este capítulo caracteriza a organização didático-pedagógica do curso. Inicialmente são apresentadas as políticas institucionais de ensino, pesquisa e extensão. A seguir são fornecidas a justificativa social e a proposta filosófica do curso. Na sequência são descritos os objetivos, o perfil profissional do egresso, a estrutura, os conteúdos e as atividades curriculares do curso. Também são explicitados aspectos relacionados a: metodologia de ensino, processo de avaliação da aprendizagem, serviços de atendimento aos discentes e processos de avaliação do curso. Por fim, são caracterizadas as tecnologias da informação e comunicação.

3.1 Política institucional de ensino de graduação

A Política de Ensino da Univille tem por objetivo definir as diretrizes institucionais que orientam o planejamento, a organização, a coordenação, a execução, a supervisão/acompanhamento e a avaliação de atividades, processos, projetos e programas desenvolvidos pela Universidade nos diversos níveis e modalidades do ensino e que propiciam a consecução dos objetivos estratégicos e o alcance das metas institucionais.

O público-alvo contemplado por essa política é constituído por gestores e demais profissionais da Instituição. Abrange também todos os estudantes regularmente matriculados em qualquer nível e modalidade de ensino da Univille.

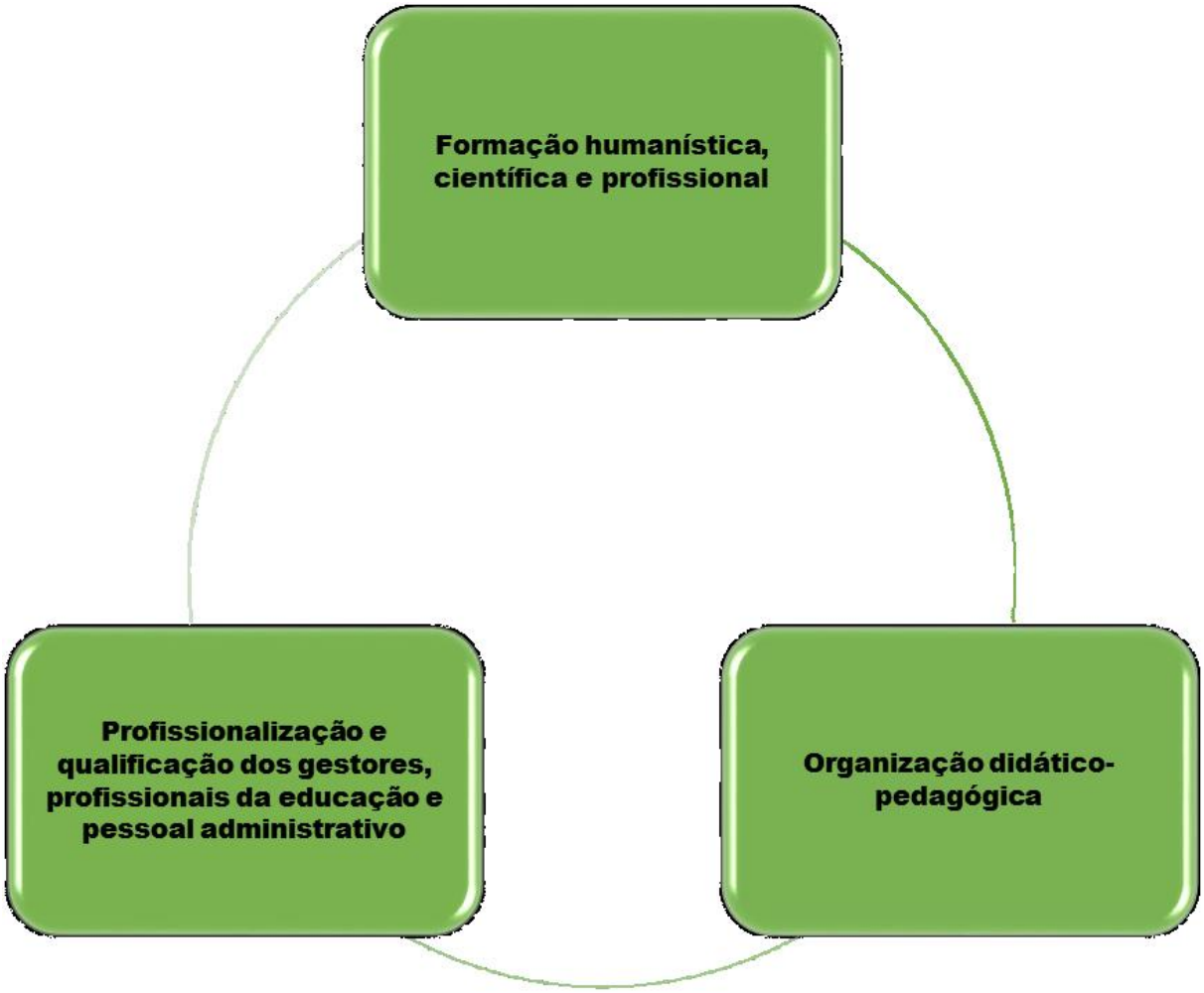
Essa política institucional considera três macroprocessos (figura 7):

a) Formação humanística, científica e profissional;

b) Organização didático-pedagógica;

c) Profissionalização e qualificação de gestores, profissionais da educação e pessoal administrativo.

Figura 7 – Macroprocessos do ensino



Fonte: PDI 2017-2021 (UNIVILLE, 2019)

Cada um desses macroprocessos abrange atividades, processos, projetos e programas que envolvem mais de um elemento da estrutura organizacional, perpassando a Universidade, o que causa impacto significativo no cumprimento da missão e realização da visão e propicia uma perspectiva dinâmica e integrada do funcionamento do ensino alinhada à finalidade institucional e aos objetivos e metas estratégicos da Universidade.

Embora cada um dos macroprocessos apresente diretrizes específicas para a sua consecução, há diretrizes gerais que devem nortear o desenvolvimento dessa política, entre as quais:

a) **INDISSOCIABILIDADE ENTRE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO:** assegurar a articulação e integração entre atividades, processos, projetos e programas de ensino, pesquisa e extensão;

b) **QUALIDADE:** gerenciar, executar e avaliar processos, projetos e programas considerando requisitos de qualidade previamente definidos e contribuindo para a consecução de objetivos e o alcance de metas;

c) **CONDUTA ÉTICA:** baseada em valores que garantam a integridade intelectual e física dos envolvidos no processo de ensino e aprendizagem;

d) **TRANSPARÊNCIA:** assegurar a confidencialidade, a imparcialidade, a integridade e a qualidade de dados e informações, norteando-se pelas normas que conduzem os processos desenvolvidos pela Univille;

e) **LEGALIDADE:** considerar a legislação vigente e as regulamentações institucionais relacionadas a processos, projetos e programas desenvolvidos;

f) **SUSTENTABILIDADE:** capacidade de integrar questões sociais, energéticas, econômicas e ambientais no desenvolvimento de atividades, projetos e programas de ensino, bem como promover o uso racional de recursos disponíveis e/ou aportados institucionalmente, de modo a garantir a médio e longo prazo as condições de trabalho e a execução das atividades de ensino.

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais continuamente buscará o alinhamento aos princípios e objetivos do ensino de graduação constantes do Projeto Pedagógico Institucional (PPI) da Univille.

3.2 Política institucional de extensão

A Política de Extensão da Univille tem por objetivo definir as diretrizes institucionais que orientam: o planejamento, a organização, o gerenciamento, a execução e a avaliação dos cursos de extensão; prestação de serviços; eventos; atividades culturais, artísticas, esportivas e de lazer; participação em instâncias comunitárias; projetos e programas desenvolvidos pela Universidade no que diz respeito à extensão universitária.

O público-alvo contemplado por essa política é constituído por profissionais da educação, pessoal administrativo e gestores da Univille. Abrange também todos os estudantes regularmente matriculados em qualquer nível e modalidade de ensino, nos diversos cursos oferecidos pela Univille. O público-alvo dessa política engloba ainda, indiretamente, a comunidade externa envolvida nas atividades de extensão da Universidade.

Essa política considera três macroprocessos (figura 8):

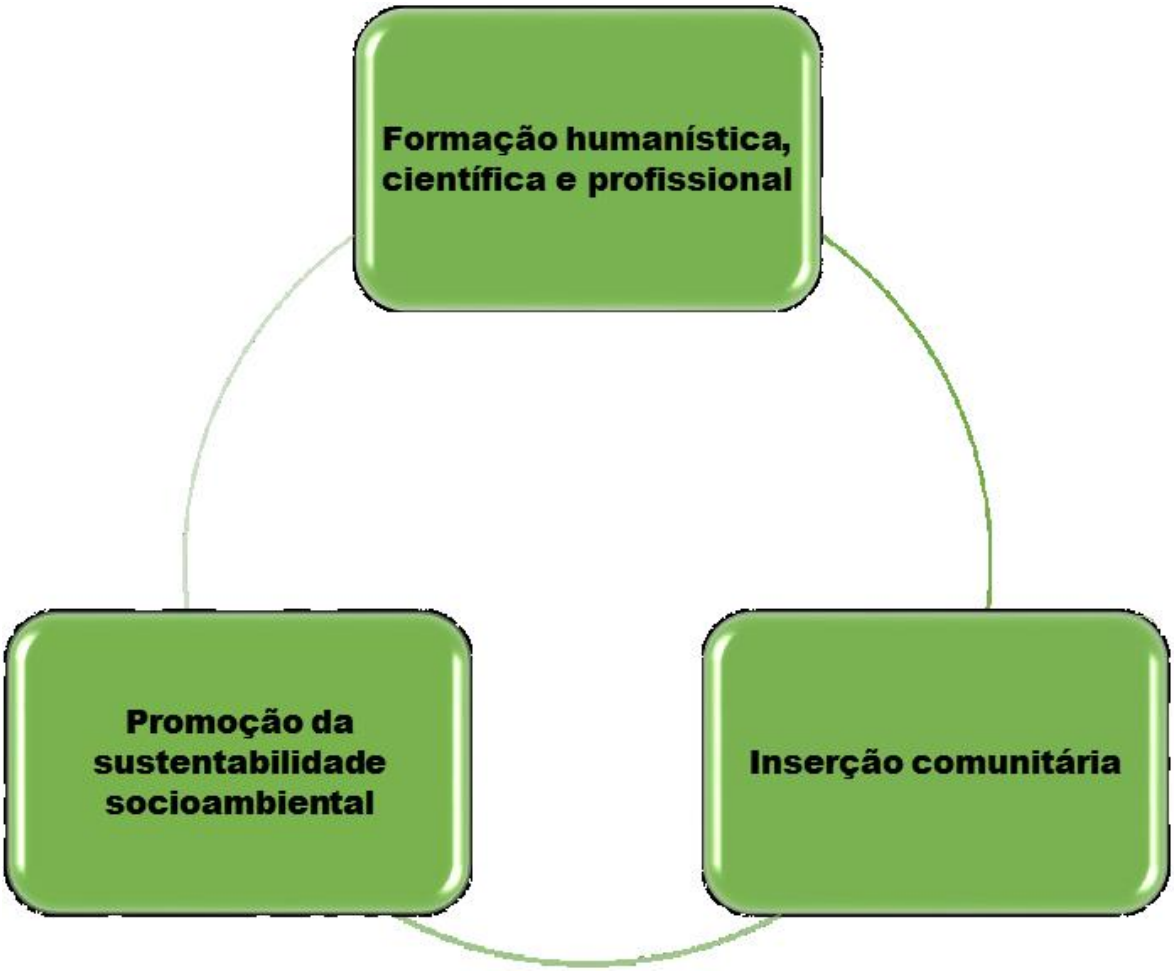
a) Formação humanística, científica e profissional;

b) Inserção comunitária;

c) Promoção da sustentabilidade socioambiental.

Cada um desses macroprocessos abrange atividades, processos, projetos e programas que envolvem mais de um elemento da estrutura organizacional, perpassando a Universidade, o que causa impacto significativo no cumprimento da missão e realização da visão e propicia uma perspectiva dinâmica e integrada do funcionamento da extensão, alinhada à finalidade institucional e aos objetivos e metas estratégicos da Universidade.

Figura 8 – Macroprocessos da extensão



Fonte: PDI 2017-2021 (UNIVILLE, 2019)

Nas seções seguintes deste documento, cada um dos macroprocessos é descrito e são identificadas diretrizes específicas. Entretanto considera-se que existem diretrizes gerais a serem observadas, que se encontram descritas a seguir:

a) **INDISSOCIABILIDADE ENTRE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO:** assegurar a articulação e integração entre atividades, processos, projetos e programas de ensino, pesquisa e extensão;

b) **QUALIDADE:** gerenciar, executar e avaliar processos, projetos e programas, considerando requisitos de qualidade previamente definidos e contribuindo para a consecução de objetivos e o alcance de metas;

c) **CONDUTA ÉTICA:** zelar pela construção de relacionamentos pautados em princípios éticos, de transparência, honestidade e respeito aos direitos humanos e à sustentabilidade socioambiental;

d) **TRANSPARÊNCIA:** assegurar a confidencialidade, a imparcialidade, a integridade e a qualidade de dados e informações, norteando-se pelas normas que conduzem os processos desenvolvidos pela Univille;

e) **LEGALIDADE:** considerar a legislação vigente e as regulamentações institucionais relacionadas a processos, projetos e programas desenvolvidos;

f) **SUSTENTABILIDADE:** capacidade de integrar questões sociais, energéticas, econômicas e ambientais no desenvolvimento de atividades, projetos e programas de extensão, bem como promover o uso racional de recursos disponíveis e/ou aportados institucionalmente, de modo a garantir a médio e longo prazos as condições de trabalho e a execução das atividades de extensão;

g) **AUTONOMIA:** promover, de forma sistematizada, o protagonismo social por meio do diálogo com a comunidade;

h) **PLURALIDADE:** reconhecer a importância de uma abordagem plural no fazer extensionista que considere os múltiplos saberes e as correntes transculturais que irrigam as culturas.

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais desenvolverá atividades de extensão por meio da participação de seus professores e estudantes em programas institucionais de extensão, projetos de extensão do próprio curso ou de outros cursos da Univille, bem como na organização e participação em eventos e cursos. A seguir, atividades

voltadas para a extensão na Univille de que o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais poderá participar:

a) Anualmente são abertos editais internos com vistas a selecionar propostas de projetos a serem operacionalizados no ano seguinte e financiados pelo Fundo de Apoio à Extensão da Univille. Os professores podem submeter propostas por meio do Edital Interno de Extensão. Além disso, professores e estudantes podem submeter projetos a editais externos divulgados pela Área de Extensão da Univille, projetos de demanda externa em parceria com instituições e organizações e projetos voluntários;

b) Semana Univille de Ciência, Sociedade e Tecnologia (SUCST): por acreditar que os resultados de ensino, pesquisa e extensão constituem uma criação conjunta entre professores e acadêmicos, anualmente a Univille promove um seminário institucional com o intuito de apresentar as ações relativas a projetos nessas áreas e promover uma reflexão sobre sua indissociabilidade e os desafios da multidisciplinaridade. As atividades incluem palestras e relato de experiências por parte de professores e estudantes engajados em diferentes projetos da universidade. Os estudantes do curso podem participar desse evento por meio de apresentação de trabalhos ou assistindo a sessões técnicas e palestras;

c) Semana da Comunidade: anualmente a Univille realiza um evento comemorativo de seu credenciamento como Universidade. Durante a semana são promovidas diversas ações com vistas a oferecer à comunidade externa a oportunidade de conhecer instituições e sua ação comunitária. O curso participa, por meio de um estande, da Feira das Profissões, oferecendo à comunidade informações sobre o curso e a carreira na área. Também são apresentados os protótipos e os modelos dos projetos permanentes apoiados pelo curso. Além disso, durante a semana, os estudantes podem participar de palestras com os mais diversos temas: empregabilidade, mobilidade acadêmica, saúde, cidadania, direitos humanos;

d) Programa Institucional Estruturante de Empreendedorismo: tem por objetivo vincular as ações de formação empreendedora existentes nos diferentes cursos de extensão ao Parque de Inovação Tecnológica da Região de Joinville (Inovaparq). As ações do

programa incluem articulação dos professores que lecionam as unidades curriculares na área de empreendedorismo, promoção de eventos de sensibilização e formação em empreendedorismo;

e) Realização de eventos: o curso promove eventos relacionados à área de formação, tais como palestras, cursos e oficinas, os quais ocorrem ao longo do ano e atendem os estudantes e a comunidade externa. Alguns deles são realizados por meio de parcerias estabelecidas pelo curso;

f) Prestação de serviços: por meio da Área de Prestação de Serviços da Univille, o curso está apto a oferecer treinamentos, assessorias e consultorias a instituições, organizações e comunidade externa na área do curso, de acordo com as competências existentes;

g) Parque de Inovação Tecnológica de Joinville e Região: o Inovaparq é uma iniciativa liderada pela Univille com o intuito de constituir um hábitat de inovação. O parque foi instalado no *Campus* Joinville e conta com uma incubadora de empresas. O projeto prevê a instalação de empresas e a articulação de projetos com a Univille.

3.3 Política institucional de pesquisa

A Política de Pesquisa da Univille tem por objetivo definir as diretrizes institucionais que orientam o planejamento, a organização, a coordenação, a execução, a supervisão/acompanhamento e a avaliação de atividades, processos, projetos e programas desenvolvidos pela Universidade no que diz respeito à pesquisa.

O público-alvo contemplado por essa política é constituído por profissionais da educação, pessoal administrativo e gestores da Univille. Abrange ainda os estudantes regularmente matriculados em qualquer nível e modalidade de ensino, nos diversos cursos oferecidos pela Univille.

Essa política considera três macroprocessos (figura 9):

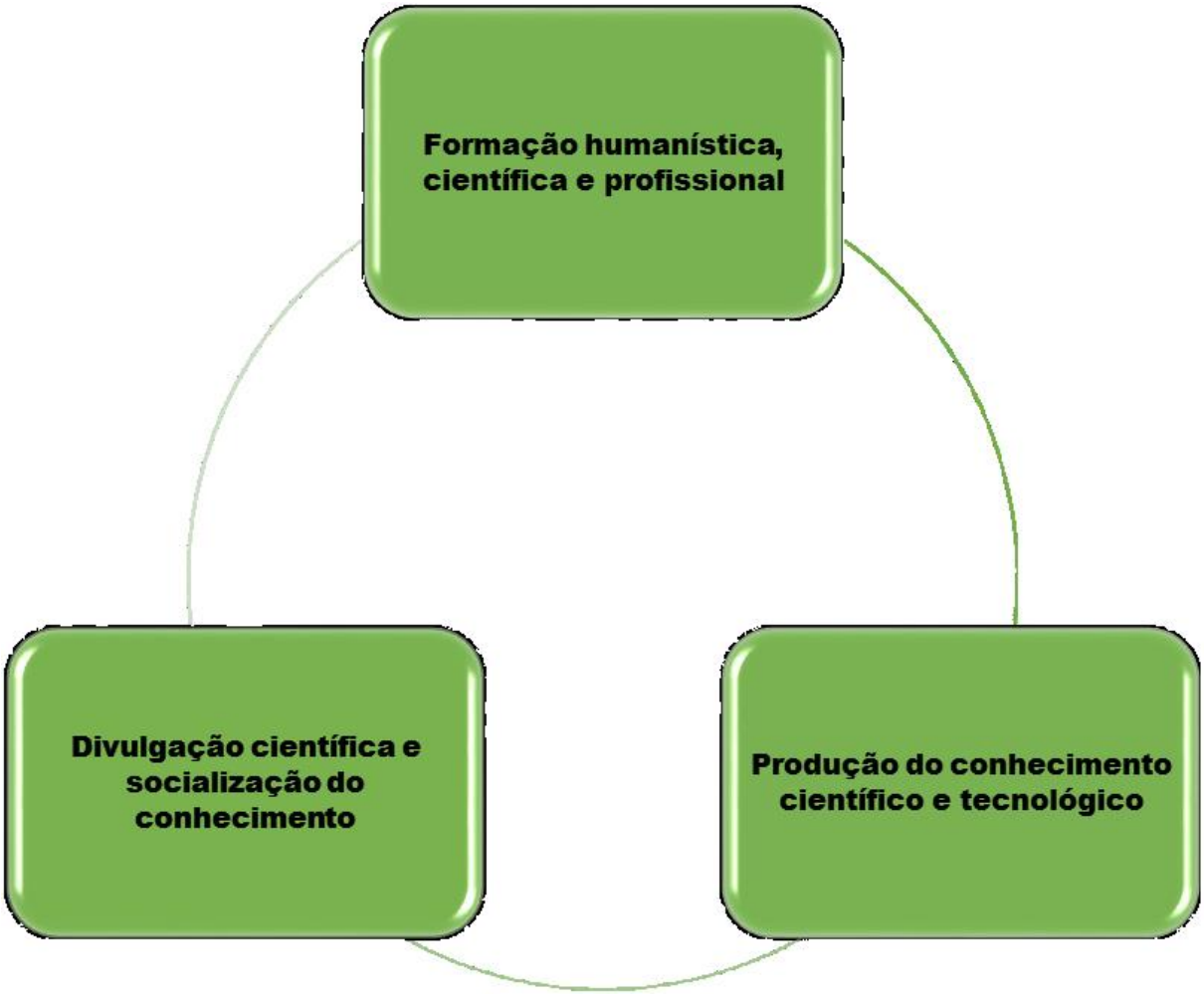
a) Formação humanística, científica e profissional;

b) Produção do conhecimento científico e tecnológico;

c) Divulgação científica e socialização do conhecimento.

Cada um desses macroprocessos abrange atividades, processos, projetos e programas que envolvem mais de um elemento da estrutura organizacional, perpassando a Universidade, o que causa impacto significativo no cumprimento da missão e realização da visão e propicia uma perspectiva dinâmica e integrada do funcionamento da pesquisa alinhada à finalidade institucional e aos objetivos e metas estratégicos da Universidade.

Figura 9 – Macroprocessos da pesquisa



Fonte: PDI 2017-2021 (UNIVILLE, 2019)

Embora cada um dos macroprocessos apresente diretrizes específicas para a sua consecução, há diretrizes gerais que devem nortear o desenvolvimento dessa política, entre as quais:

a) **INDISSOCIABILIDADE ENTRE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO:** assegurar a articulação e integração entre atividades, processos, projetos e programas de ensino, pesquisa e extensão;

b) **QUALIDADE:** gerenciar, executar e avaliar processos, projetos e programas considerando requisitos de qualidade previamente definidos e contribuindo para a consecução de objetivos e o alcance de metas;

c) **CONDUTA ÉTICA:** baseada em valores que garantam integridade intelectual e física dos envolvidos na ação de pesquisar e fidelidade no processamento e na demonstração de resultados com base nas evidências científicas;

d) **TRANSPARÊNCIA:** assegurar a confidencialidade, a imparcialidade, a integridade e a qualidade de dados e informações, norteando-se pelas normas que conduzem os processos desenvolvidos pela Univille;

e) **LEGALIDADE:** considerar a legislação vigente e as regulamentações institucionais relacionadas a processos, projetos e programas desenvolvidos;

f) **SUSTENTABILIDADE:** capacidade de integrar questões sociais, energéticas, econômicas e ambientais no desenvolvimento de atividades, projetos e programas de pesquisa, bem como promover o uso racional de recursos disponíveis e/ou aportados institucionalmente, de modo a garantir a médio e longo prazos as condições de trabalho e a execução das atividades de pesquisa científica;

g) **ARTICULAÇÃO SOCIAL:** busca de soluções científicas e tecnológicas para o desenvolvimento e a valorização das atividades econômicas, culturais e artísticas da região por meio de parceria entre a Universidade e a comunidade externa;

h) **RELEVÂNCIA:** projetos e programas de pesquisa devem estar alinhados ao PDI, aos PPCs e às linhas dos programas de pós-graduação (PPGs), visando ao impacto social e inovador da pesquisa.

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais desenvolverá atividades de pesquisa por meio da participação de seus professores e estudantes em programas institucionais de pesquisa. A seguir, atividades voltadas para a pesquisa na Univille de que o curso poderá participar:

a) Anualmente são abertos editais internos com vistas a selecionar propostas de projetos a serem operacionalizados no ano seguinte e financiados pelo Fundo de Apoio à Pesquisa (FAP) da Univille. Os alunos podem submeter propostas por meio do Edital Pibic, e os professores, por meio do Edital Interno de Pesquisa. Além disso, professores e estudantes podem submeter projetos a editais externos divulgados pela Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia (Agitte) da Univille, projetos de demanda externa em parceria com instituições e organizações e projetos voluntários;

b) Semana Univille de Ciência, Sociedade e Tecnologia (SUCST): participação do corpo docente e discente do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais como ouvinte e/ou como palestrante.

3.4 Histórico do curso

Até o ano de 2025 foi ofertado no campus São Bento do Sul, o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, que foi criado a partir de apelos da comunidade empresarial da região para suprir necessidade da formação de profissionais para atuação na área comercial de empresas e comércios da região.

Na intenção de ofertar novo curso superior de tecnologia, a Univille fez reuniões com os representantes do Clube de Diretores Lojistas (CDL) de São Bento do Sul e do SINDUSMÓBIL – Sindicato da Indústria Moveleira para compreender quais as principais deficiências do mercado de trabalho ou lacunas para as quais a universidade poderia contribuir por meio de formação ofertada. Essa interação com a comunidade empresarial trouxe demandas não atendidas no campo de marketing , de comunicação e das mídias sociais e digitais bem como a procura por profissionais da área junto a universidade o que motivou a criação do curso e sua respectiva oferta a partir do ano de 2026.

3.5 Justificativa da necessidade social do curso (contexto educacional)

São Bento do Sul, localizada na microrregião do Alto Vale do Rio Negro, destaca-se como um importante centro de produção industrial da região. Com uma população estimada em 86.851 habitantes em 2024 (cidades.ibge.gov.br), a cidade possui uma economia fortemente baseada na indústria moveleira, além de setores relevantes como comércio varejista e administração pública, defesa e seguridade social (datampe.sebrae.com.br).

Nos últimos anos, especialmente durante e após a pandemia, houve um crescimento expressivo da demanda por serviços de marketing digital e comércio eletrônico, áreas que, até então, eram pouco exploradas na cidade. Esse aumento na procura por profissionais especializados tem impulsionado a abertura de novas empresas e gerado oportunidades, evidenciando a necessidade de formação qualificada para suprir essa demanda crescente.

Conforme relato dos empresários e empreendedores do entorno regional, a necessidade de profissionais especializados nessa área também se ampliou muito, pois desde a recessão ocasionada pela crise financeira global de 2008, o segmento moveleiro local redirecionou gradativamente sua atividade para o mercado interno, convergindo para

necessidade de desenvolver novas competências profissionais, especificamente especializadas na área abarcada pelo marketing e marketing digital.

Nos anos seguintes, houve retomada do mercado de exportação, conforme os evidenciados pelos dados que seguem, impondo às empresas o desafio de conciliar as especificidades tanto do mercado interno, quanto do competitivo mercado internacional.

Conforme dados de fevereiro de 2025, do Observatório da FIESC, o município se destacou com o maior faturamento do país nas exportações de móveis, com US$ 81,9 milhões em 2024. São Bento é líder do país em exportação de móveis em todos os anos desde 2015. Os municípios de São Bento do Sul, Rio Negrinho e Campo Alegre integram o principal polo moveleiro de Santa Catarina e do Brasil, responsável pela exportação de 21% do volume brasileiro, conforme dados da Abimóvel.

Ainda tomando por referência a mesma fonte, a região, em 2021 alcançou US$ 190,89 milhões em vendas. Os dados ainda expressam que as indústrias do polo de São Bento do Sul foram responsáveis por 54% das vendas internacionais de móveis de Santa Catarina, que somaram US$ 354 milhões em 2021. O setor moveleiro é responsável por 60%das vendas internacionais de São Bento do Sul, que somaram US$ 210,37 milhões em 2021.

Assim, a oferta do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais pela Univille visa suprir essa lacuna ao capacitar profissionais com habilidades específicas para atuar no setor. Além disso, como muitos profissionais podem trabalhar remotamente, isso permite a expansão da área de atuação para atender empresas de diferentes localidades, ampliando as possibilidades de inserção no mercado.

A criação desse curso representa um passo estratégico para o desenvolvimento sustentável da região, possibilitando a formação de especialistas que contribuam ativamente para a ampliação da economia local. A formação acadêmica em marketing ajudará na fixação de talentos na comunidade e na consolidação de um ambiente empresarial mais inovador e competitivo.

Atualmente, não existem cursos presenciais na região com as características propostas no projeto da Univille. A ausência dessa formação especializada prejudica a qualificação dos profissionais para atuar no ramo, comprometendo a capacidade de inovação e crescimento das empresas locais.

Diante desse cenário, a Univille decidiu incluir, a partir de 2026, o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais em sua grade de ofertas, em substituição aos cursos de Gestão de Eventos e Gestão Comercial, anteriormente ofertados presencialmente no Campus São Bento do Sul, mas que apresentaram menor aderência nas pesquisas de interesse acadêmico. A nova estrutura curricular foi planejada para formar profissionais altamente qualificados, com uma base sólida de conhecimentos humanistas e comerciais, preparados para desenvolver estratégias de mídias sociais e digitais em sintonia com as demandas do mercado.

O curso foi desenhado para proporcionar uma formação abrangente, contemplando aspectos estratégicos, técnicos e operacionais das mídias sociais e digitais. O profissional egresso será habilitado para desenvolver e implementar campanhas digitais eficazes; aplicar conceitos das mídias sociais e digitais na resolução dos problemas encontrados, utilizar ferramentas de ponta para a produção de peças e materiais de divulgação; gerenciar e utilizar metodologias e tecnologias, visando maior rentabilidade e flexibilidade nos processos de comercialização e uso das mídias sociais e digitais.

Além disso, o curso incorpora a curricularização da extensão, permitindo que os alunos interajam diretamente com o mercado e promovam ações práticas alinhadas às necessidades da comunidade, contribuindo para o desenvolvimento econômico local.

A oferta do CST em Mídias Sociais Digitais pela Univille atende a uma demanda real e crescente do mercado regional, criando oportunidades para a qualificação profissional e fomentando a inovação nas empresas locais. Com uma estrutura curricular moderna e alinhada às tendências do setor, o curso contribuirá significativamente para a consolidação das mídias sociais e digitais como um motor do desenvolvimento econômico em São Bento do Sul e região. A oferta do curso corrobora o compromisso da Univille, como universidade comunitária alinhada com os atores do desenvolvimento local, a inovação e economia do norte catarinense.

3.6 Proposta filosófica da Instituição e do curso

A Univille é uma instituição educacional que tem a missão de “Promover formação humanística, científica e profissional para a sociedade por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, comprometida com a sustentabilidade socioambiental”. Com base nisso, suas atividades estão fundamentadas nos princípios filosóficos e técnico-metodológicos apresentados na sequência que constam no Plano de Desenvolvimento Institucional 2017-2021:

3.6.1 Educação para o século XXI

Desde a década de 1990 ocorrem discussões nacionais e internacionais sobre a educação para o século XXI e o compromisso com a aprendizagem dos estudantes, compreendida como o processo de desenvolvimento de competências para fazer frente aos desafios do mundo contemporâneo. Em termos gerais, com base nos pilares delineados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco, do inglês *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) para a educação do século XXI, pode-se considerar que tais competências incluem, de forma não exclusiva, a capacidade do estudante de (DELORS, 2000):

- **Aprender a conhecer:** inclui as capacidades de formular problemas, definir objetivos e especificar e aplicar metodologias, técnicas e ferramentas na solução de problemas;
- **Aprender a fazer:** implica ser capaz de empregar conceitos, métodos, técnicas e ferramentas próprios de determinado campo profissional;
- **Aprender a conviver:** abrange a capacidade de se comunicar de forma eficaz, trabalhar em equipe, respeitar as normas de convívio social levando em conta os direitos e deveres individuais e coletivos;
- **Aprender a ser:** diz respeito a ser capaz de agir eticamente e comprometido com o respeito aos direitos humanos.

Decorridas quase duas décadas do início do século XXI, a proposição dos pilares precisa considerar as transformações pelas quais o mundo do trabalho vem passando e as novas exigências em termos de habilidades para o exercício da cidadania e a inserção no

mundo do trabalho contemporâneo. Entre os estudos internacionais que discutem tais mudanças, é possível citar o realizado pelo *Institute for The Future* (IFTF), um grupo ligado à University of Phoenix que se dedica a pesquisas sobre mudanças sociais e no mercado de trabalho. O relatório *Future work skills 2020* apontou seis grandes indutores de mudanças disruptivas com impactos sobre as habilidades para o trabalho no século XXI (IFTF, 2011):

- **Extrema longevidade:** ocorre um aumento da população com idade acima dos 60 anos, sobretudo nos Estados Unidos, na Europa e em países como o Brasil. A perspectiva é de que tal fenômeno influencie as percepções sobre idade/velhice, bem como sobre as carreiras profissionais, a inserção no mercado de trabalho e a forma de proporcionar serviços de saúde e bem-estar para as pessoas idosas;
- **Ascensão de sistemas e máquinas inteligentes:** o avanço tecnológico, especialmente da microeletrônica e da tecnologia da informação e comunicação, proporciona a disponibilização de muitas máquinas e sistemas inteligentes (*smart*) não apenas nas fábricas e escritórios, mas também nos serviços médico-hospitalares e educacionais, nos lares e na vida cotidiana. Isso implicará um novo tipo de relacionamento dos seres humanos com as máquinas e sistemas, o que exigirá domínio de habilidades tecnológicas e compreensão das modalidades de relacionamentos sociais mediadas por essas tecnologias;
- **Mundo computacional:** a difusão do uso de sensores para a captação de dados e o incremento no poder de processamento e de comunicação por meio de diferentes objetos de uso cotidiano (*internet of things* – IoT) abrem a oportunidade de desenvolvimento de sistemas pervasivos e ubíquos em uma escala que anteriormente era impossível. Uma das consequências disso é a disponibilização de uma enorme quantidade de dados (*big data*) que por meio de modelagem e simulação propicia a compreensão de uma variedade de fenômenos e problemas nas mais diferentes áreas e em diferentes níveis de abrangência. Isso exige a capacidade de coletar e analisar grandes volumes de dados com o intuito de identificar padrões de relacionamento e comportamento, tomar decisões e projetar soluções;

- **Ecologia das novas mídias:** novas tecnologias de multimídia transformam os modos de comunicação, desenvolvendo novas linguagens e influenciando não apenas a maneira com que as pessoas se comunicam, mas também como se relacionam e aprendem. Tais mudanças exigem outras formas de alfabetização além da textual e uma nova compreensão dos processos de aprendizagem e construção do conhecimento;
- **Superestruturas organizacionais:** novas tecnologias e plataformas de mídia social estão influenciando a maneira como as organizações se estruturam e como produzem e criam valor. O conceito de rede passa a ser uma importante metáfora para a compreensão da sociedade e das organizações. Essa reestruturação implica ir além das estruturas e dos processos tradicionais para considerar uma integração em escala ainda maior, ultrapassando as fronteiras organizacionais e físicas com o objetivo de propiciar a colaboração entre pessoas, grupos e instituições. Isso influencia e transforma conceitos organizacionais e de gestão que passam a considerar aspectos das áreas de *design*, computação, neurociências, psicologia, antropologia cultural e sociologia;
- **Mundo conectado globalmente:** o aumento da interconectividade global faz repensar as relações entre as nações, e um novo contexto social e político desenha-se à medida que Estados Unidos e Europa deixam de ser lideranças em termos de criação de empregos, inovação e poder político e econômico. As organizações multinacionais já não têm necessariamente suas sedes na Europa, no Japão e nos EUA e, além disso, passam a usar a conectividade global para potencializar o papel de suas subsidiárias em países como Índia, Brasil e China. Como algumas das consequências dessa transformação, cresce a importância de saber lidar com a diversidade humana em todos os seus aspectos e dispor da capacidade de adaptação a diferentes contextos sociais e culturais.

O IFTF (2011) identificou um conjunto de habilidades para o mundo do trabalho com base nas mudanças caracterizadas anteriormente. Tais habilidades são representadas na figura 10:

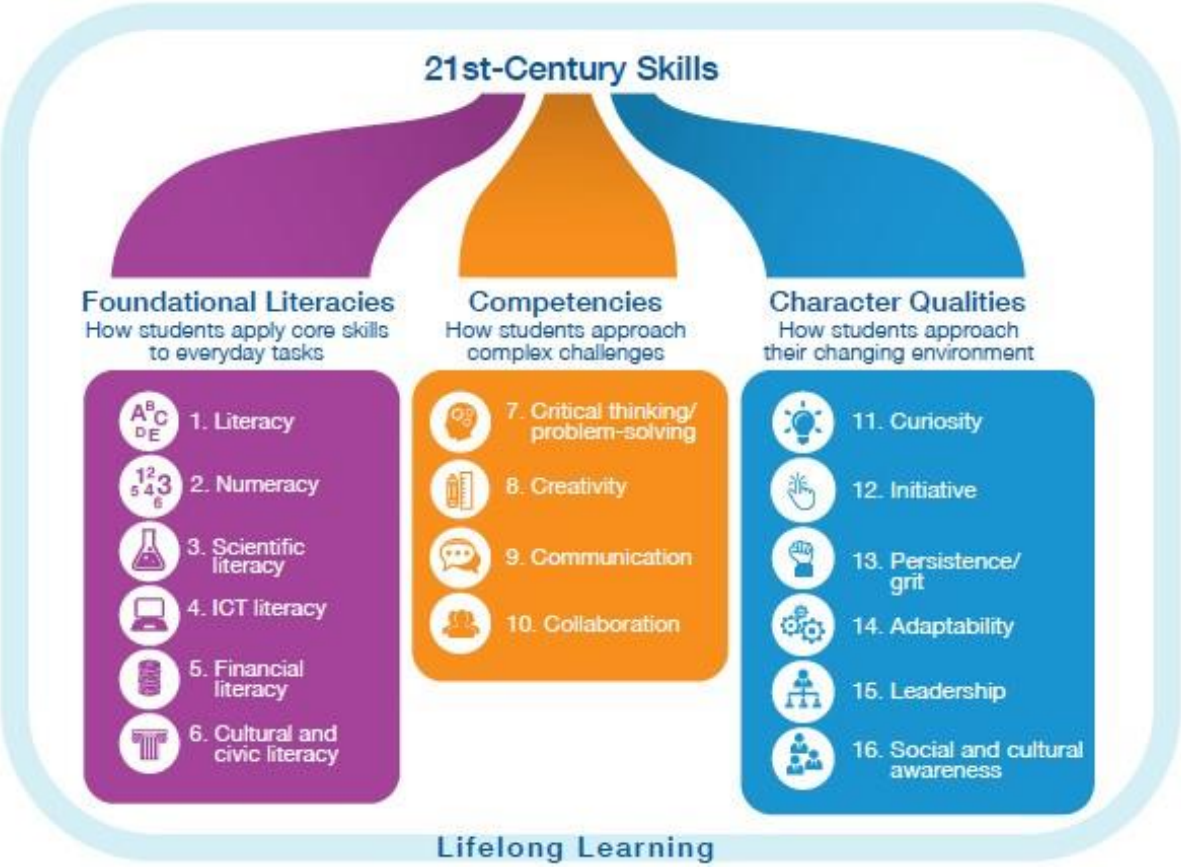
Figura 10 – Dez habilidades para a força de trabalho no futuro

Fazer sentido	•Ser capaz de determinar o sentido ou significado mais profundo do que está sendo expresso
Inteligência social	• Ser capaz de se conectar aos outros de uma forma direta e profunda para sentir e estimular reações e interações desejadas
Pensamento inovador e adaptativo	• Ser capaz de pensar e propor soluções e respostas para além do que é baseado em regras
Competência transcultural	• Ser capaz de agir em diferentes contextos culturais
Pensamento computacional	• Ser capaz de traduzir uma grande quantidade de dados em conceitos abstratos e raciocinar baseado em dados
Fluência em novas mídias	• Ser capaz de avaliar e desenvolver criticamente conteúdo para uso em novas formas de mídia e empregar em comunicação persuasiva
Transdisciplinaridade	• Ser capaz de entender conceitos transversais a múltiplas disciplinas
Mentalidade projetual	• Ser capaz de representar e desenvolver tarefas e processos de trabalho para a obtenção de resultados desejados
Gestão da carga cognitiva	• Ser capaz de discriminar e filtrar informação pela análise de sua importância, e entender como maximizar o funcionamento cognitivo usando diversas ferramentas e técnicas
Colaboração virtual	• Ser capaz de trabalhar produtivamente, engajar-se e demonstrar presença em uma equipe virtual

Fonte: Adaptado de IFTF (2011 apud PDI 2017-2021, 2019, pg. 61)

Mais recentemente, o Fórum Econômico Mundial (WEFORUM, 2015) publicou pesquisa sobre uma nova visão para a educação com o emprego de novas metodologias e tecnologias de aprendizagem. O estudo enfatiza a concepção de uma educação ao longo de toda a vida que tem por objetivo o desenvolvimento de competências e habilidades (figura 11) necessárias para que se possam enfrentar as transformações no mundo do trabalho e no contexto social (WEFORUM, 2015).

Figura 11 – Competências e habilidades para o século XXI



Fonte: WEFORUM (2015 apud PDI 2017 – 2021, pg. 62)

Conforme o *Weforum* (2015), as competências e habilidades para o século XXI abrangem três grupos:

- **Habilidades fundamentais** – relacionadas às habilidades aplicadas no cotidiano e que podem ser subdivididas em: leitura e escrita; numéricas; aplicação do pensamento científico; utilização de tecnologias da informação e comunicação; gestão das finanças pessoais; atuação no contexto cultural e no exercício da cidadania;
- **Competências** – relacionadas à abordagem de problemas complexos que incluem: pensamento crítico e solução de problemas; criatividade; comunicação; colaboração (os quatro cês);
- **Características pessoais** – dizem respeito a atitudes e habilidades empregadas em situações de mudança e que abrangem: curiosidade; iniciativa; persistência e resiliência; adaptabilidade; liderança; consciência social e cultural.

No Brasil, o Plano Nacional de Educação (PNE) é referência importante na discussão sobre educação. Foi aprovado pelo Congresso Nacional e sancionado pela Lei n.º 13.005, de 25 de junho de 2014 (BRASIL, 2014a), tem vigência de dez anos e conta com as seguintes diretrizes:

- erradicação do analfabetismo;
- universalização do atendimento escolar;
- superação das desigualdades educacionais, com ênfase na promoção da cidadania e na erradicação de todas as formas de discriminação;
- melhoria da qualidade da educação;
- formação para o trabalho e para a cidadania, com ênfase nos valores morais e éticos em que se fundamenta a sociedade;
- promoção do princípio da gestão democrática da educação pública;
- promoção humanística, científica, cultural e tecnológica do país;
- estabelecimento de meta de aplicação de recursos públicos em educação, como proporção do PIB, que assegure atendimento às necessidades de expansão, com padrão de qualidade e equidade;
- valorização dos profissionais da educação;
- promoção dos princípios do respeito aos direitos humanos, à diversidade e à sustentabilidade socioambiental.

O PNE é um conjunto de compromissos com o intuito de: eliminar desigualdades por meio de metas orientadas para enfrentar as barreiras de acesso e permanência à educação; erradicar as desigualdades educacionais levando em conta as especificidades regionais; promover a formação para o trabalho com base nas realidades locais; e fomentar o exercício da cidadania (MEC, 2014). O PNE foi elaborado com base em um amplo debate promovido pela Conferência Nacional de Educação ocorrida em 2010 e pelas discussões no Congresso Nacional, resultando em 20 metas (quadro 1):

Quadro 1 – Agrupamento das metas do PNE 2014-2024

Metas 1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10 e 11	•Metas estruturantes para a garantia do direito à educação básica com qualidade, que dizem respeito ao acesso, à universalização da alfabetização e à ampliação da escolaridade e das oportunidades educacionais.
Metas 4 e 8	• Metas que dizem respeito especificamente à redução das desigualdades e à valorização da diversidade, caminhos imprescindíveis para a equidade.
Metas 15, 16, 17, 18	• Metas que dizem respeito à valorização dos profissionais da educação, considerada estratégica para que as demais metas sejam atingidas.
Metas 12, 13 e 14	•Metas que dizem respeito ao ensino superior.
Metas 19 e 20	•Metas que dizem respeito a gestão, financiamento e investimento na educação.

Fonte: PDI, 2022-2026 (Univille, 2022)

Fonte: PDI 2017-2021 (UNIVILLE, 2019)

É importante destacar o papel das universidades para o alcance das metas relacionadas ao ensino superior. As ações a serem desenvolvidas pelas instituições de ensino superior incluem:

a) Expansão do acesso à graduação pela oferta de vagas em diferentes modalidades de ensino com o intuito de contribuir para o aumento das taxas de matrícula;

b) Expansão do acesso à pós-graduação *stricto sensu* pela oferta de vagas com o intuito de contribuir para o aumento do número de mestres e doutores e a consequente melhoria da pesquisa no país;

c) Melhoria da qualidade da educação superior pelo investimento em: qualificação e profissionalização dos profissionais da educação; inovação pedagógica e curricular; infraestrutura.

Dessa forma, com base na contextualização dos desafios da educação para o século XXI e nas metas do PNE 2014-2024, é possível discutir o papel da Univille, como Universidade, e seus compromissos com uma formação humanística, científica e profissional perante os desafios do mundo contemporâneo.

3.6.2 Universidade

Inicialmente, é importante que se ratifique a relevância da formação humanística, científica e profissional oferecida pela Univille nesses seus 50 anos de existência. Isso permite compreender o conhecimento sempre como possibilidade de discussão e diálogo para a formação inicial, integral e continuada de todos os sujeitos envolvidos nesse processo: estudantes, profissionais da educação, pessoal administrativo e comunidade externa. Como diz Morin (2004, p. 55), “todo desenvolvimento verdadeiramente humano significa o desenvolvimento conjunto das autonomias individuais, das participações comunitárias e do sentimento de pertencer à espécie humana”. Daí a importância de analisar e perceber os movimentos da sociedade e como vêm se configurando nos tempos atuais.

Para tanto é necessário pensar como o conhecimento tem sido tratado nas instituições formadoras, pois a Universidade deve oportunizar aos seus estudantes e profissionais um processo de aprendizagem por meio da relação entre o ensino, a pesquisa e a extensão. Tal relação permite que a Universidade se alimente e retroalimente com os resultados dos conhecimentos gerados por ela mesma e pela comunidade de sua região de abrangência, como forma de se manter sintonizada com essa comunidade e construir um relacionamento colaborativo e relevante com ela.

A posição de Santos (1989) aproxima-se da concepção da Universidade sobre formação:

> A concepção humanística das ciências sociais enquanto agente catalisador da progressiva fusão das ciências naturais e ciências sociais coloca a pessoa, enquanto autor e sujeito do mundo, no centro do conhecimento, mas, ao contrário das humanidades tradicionais, coloca o que hoje designamos por natureza no centro da pessoa. Não há natureza humana porque toda a natureza é humana.

Assim, a educação precisa contribuir para a formação integral da pessoa e para a prática de sua cidadania. “Ser cidadão significa ter uma visão crítico-reflexiva, traduzida em prática transformadora da realidade, de forma autônoma, responsável e ética” (FREIRE, 1998). Eis o caráter estratégico da universidade, na medida em que a formação por ela propiciada contribui para o desenvolvimento, pelo estudante, das competências necessárias para a sua atuação no contexto social e profissional. A Univille, dessa forma, concebe a educação como uma ação comprometida também com o desenvolvimento de competências:

> A competência é o conjunto de aprendizagens sociais e comunicacionais nutridas a montante pela aprendizagem e formação e a jusante pelo sistema de avaliações. [...] competência é um saber agir responsável e que é reconhecido pelos outros. Implica saber como mobilizar, integrar e transferir os conhecimentos, recursos e habilidades, num contexto profissional determinado (FLEURY; FLEURY, 2001).

Possibilitar ao estudante e ao futuro profissional a oportunidade de pensar ambientalmente a sociedade em sua dimensão totalizadora, isto é, o ser humano inserido no meio ambiente, faz com que o uso de seus conhecimentos e habilidades ajude a construir uma sociedade socioambientalmente responsável.

Como instituição comunitária, a Univille percebe a necessidade urgente de promover uma educação com caráter dialógico e integrador, para que, com as relações estabelecidas entre os atores sociais que a compõem, eles pensem criticamente no seu papel com base

em valores que incluam cidadania, ética e integração, considerando a importância da inovação e da responsabilidade socioambiental.

3.6.3 Concepção filosófica específica do curso

O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais da Univille foi estruturado para atender às demandas atuais do mercado, formando profissionais com capacidade estratégica, tática e operacional. Sua proposta filosófica está alinhada à da Instituição, promovendo um ensino que une conhecimento técnico-científico com pensamento crítico e criatividade, essenciais no contexto sociopolítico e econômico em que a Universidade se insere.

A matriz curricular do curso é elaborada para preparar profissionais flexíveis, capazes de solucionar desafios do mercado competitivo, comprometidos com a sustentabilidade e ética profissional, além de atender às diretrizes do MEC para os cursos superiores de tecnologia. Um diferencial relevante é a possibilidade de atuação em home-office, ampliando oportunidades de inserção profissional.

Para garantir uma formação robusta, o curso combina referencial teórico e práticas que permitem aos estudantes desenvolver autonomia, liderança e protagonismo em sua área de atuação. Essa abordagem busca formar profissionais preparados para intervir de forma estratégica no segmento das mídias sociais e digitais, contribuindo para o desenvolvimento das empresas e do setor.

3.7 Objetivos do curso

3.7.1 Objetivo geral do curso

O curso tem como objetivo formar profissionais capacitados para desenvolver estratégias e ações inovadoras e eficazes no ambiente digital, promovendo o crescimento sustentável de marcas e empresas. Por meio de uma abordagem prática e multidisciplinar, o

curso busca preparar os estudantes para atuar em um mercado dinâmico, utilizando ferramentas tecnológicas e metodologias de análise de dados, design, marketing de conteúdo, SEO, softwares, ferramentas, mídias e engajamento social. Além disso, a formação enfatiza a importância da sustentabilidade, da ética e da responsabilidade social, incentivando ações que contribuam para o desenvolvimento da comunidade e do ecossistema digital.

3.7.2 Objetivos específicos do curso

a. Promover o desenvolvimento do pensamento crítico-reflexivo-criativo e do trabalho em equipe em ações integradas e articuladas, visando à construção de estratégias eficazes no ambiente digital e social;
b. Fortalecer a interação entre a Universidade e a comunidade, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão nos diferentes campos das Mídias Sociais Digitais;
c. Oportunizar ao estudante uma atuação inter e transdisciplinar, por meio de experiências práticas com ferramentas e metodologias inovadoras do mercado digital e social;
d. Desenvolver e aprimorar nos estudantes a autonomia, a liderança, o espírito crítico, investigativo e estratégico, com ética e responsabilidade profissional;
e. Capacitar o estudante para a criação, avaliação e seleção de metodologias e tecnologias para gestão de conteúdos digitais e sociais, utilizando práticas inovadoras (softwares, ferramentas) visando incremento do engajamento e da promoção da marca;
f. Elaborar e executar estudos, projetos e pesquisas científicas sobre tendências, comportamento do consumidor e inovação digital para a solução de problemas de mercado;
g. Trabalhar em equipes multidisciplinares assumindo uma posição de liderança com compromisso, responsabilidade, empatia, habilidade, comunicação eficaz e atitudes proativas sustentáveis em ações relacionadas ao ambiente digital e social;
h. Promover o conhecimento sobre a gestão sustentável dos negócios digitais, incentivando práticas de responsabilidade social e ambiental;

i. Estimular a consciência estratégica e o compromisso com a ética profissional do setor de mídias sociais e digitais e suas áreas correlatas;
j. Promover a integração entre a Universidade e a Comunidade, por meio dos pilares do ensino, pesquisa e extensão nos diversos campos de atuação das mídias sociais digitais;
k. Capacitar o profissional de mídias sociais digitais nos fundamentos da inovação e do empreendedorismo para uma atuação diferenciada no mercado;
l. Desenvolver habilidades e competências para a liderança de equipes em ambientes digitais, aplicando diagnóstico, planejamento, organização, logística, gerenciamento, monitoramento e avaliação de estratégias e serviços na área de mídias sociais digitais.
m. Gerenciar marcas e fomentar ações de design de mídias digitais.
n. Projetar, elaborar, implantar e avaliar conteúdos nas mídias digitais.
o. Produzir e gerenciar recursos de texto, imagem e som para relações interativas em mídias digitais.
p. Agregar as inovações tecnológicas ao processo de produção de conteúdo digital.

3.8 Perfil profissional do egresso e campo de atuação

3.8.1 Perfil do Egresso

O egresso do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais será um profissional capacitado para atuar estrategicamente no ambiente digital, desenvolvendo e implementando soluções inovadoras para marcas e negócios. Com sólida formação teórica e prática, estará apto a analisar tendências, comportamentos do consumidor e métricas de desempenho, utilizando ferramentas tecnológicas e de design para fomentar ações de mídias sociais e digitais.

Além disso, terá habilidades para gerenciar projetos de comunicação digital, criar conteúdo persuasivos, aprimorar a presença online de empresas e aplicar técnicas de SEO, mídias, branding e marketing de relacionamento. Sua atuação será pautada pela ética,

responsabilidade social e visão estratégica, garantindo a adaptação às constantes mudanças do mercado e às exigências do público-alvo.

As múltiplas competências trabalhadas no decorrer do curso favorecem transitar com desenvoltura entre as diversas atividades da área de Mídias Sociais Digitais, bem como atender às mais diversas demandas de um extenso mercado propenso a mudanças rápidas e constantes. Esse processo potencializa a capacidade para atuação considerando novas condições de trabalho, novas tecnologias e novas exigências de conhecimento, qualidade e produtividade.

O egresso estará preparado para trabalhar de forma colaborativa em equipes interdisciplinares, assumindo posições de liderança e contribuindo para o desenvolvimento de soluções criativas e eficientes. Também terá potencial para empreender no setor digital, utilizando conhecimentos de inovação e gestão de negócios para estruturar novos projetos e oportunidades no mercado.

3.8.2 Campo de atuação profissional

O profissional egresso do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais terá um vasto campo de atuação, podendo trabalhar em diversas áreas estratégicas da área que contemplem o ambiente digital. Sua expertise permitirá que atue em setores como planejamento e gestão de marketing, mídias digitais, gerenciamento de marcas, análise de dados e comportamento do consumidor, além da produção de conteúdo e gerenciamento de mídias sociais. Dentre as principais áreas de atuação, destacam-se:

a) Gestão de Marketing Digital: Desenvolvimento de estratégias integradas para marcas, utilizando ferramentas como SEO, marketing de conteúdo, e-mail marketing e automação para otimizar campanhas.
b) Social Media e Branding: Gerenciamento da presença digital de empresas e influenciadores, criando conteúdos relevantes e fortalecendo o posicionamento da marca no mercado.
c) Publicidade e Performance Digital: Planejamento, execução e análise de campanhas pagas em plataformas como Google Ads e redes sociais, garantindo melhor alcance e retorno sobre investimento.

d) E-commerce e Vendas Online: Aplicação de estratégias para lojas virtuais, visando melhorar conversões, fidelização de clientes e experiência do usuário.

e) Análise de Dados e Business Intelligence: Utilização de métricas e ferramentas analíticas para interpretação do comportamento do consumidor e otimização de estratégias digitais.

f) Produção de Conteúdo e Copywriting: Criação de textos, vídeo e imagens persuasivos e informativos para sites, blogs, redes sociais e campanhas publicitárias.

g) Empreendedorismo Digital: Desenvolvimento de projetos próprios, desde startups a consultorias especializadas em marketing digital.

Com um mercado em constante transformação, o profissional das mídias sociais e digitais precisa estar sempre atualizado, acompanhando as tendências tecnológicas e comportamentais para garantir inovação e competitividade em sua área de atuação. Seja trabalhando em empresas públicas ou privadas, produtoras de conteúdos digitais, agências de publicidade e marketing, como freelancer ou empreendedor, suas habilidades serão essenciais para impulsionar marcas e negócios no universo digital.

3.9 Estrutura curricular e conteúdos curriculares

A estrutura e os conteúdos curriculares dos cursos da Univille, de acordo com o Projeto Pedagógico Institucional, têm como principal função materializar as intenções e funções sociais das profissões e, consequentemente, dos cursos. Diante de uma sociedade em contínua transformação e das demandas sociais, os currículos devem proporcionar uma formação que permita ao estudante:

a) uma visão ampla e contextualizada da realidade social e profissional;

b) o desenvolvimento de competências profissionais e humanas;

c) o contato com diferentes conteúdos e situações de aprendizagem por meio da flexibilização curricular, incluindo-se aqui a curricularização da extensão;

d) a construção do pensamento crítico e reflexivo;

e) o aprimoramento de uma atitude ética comprometida com o desenvolvimento social;

f) o acesso a diferentes abordagens teóricas e a atualizações e inovações no campo de saber do curso;

g) o contato com diferentes realidades sociais e profissionais por intermédio da internacionalização curricular.

As intenções curriculares deste Projeto, construído coletivamente por uma Comissão constituída pela Reitoria, estão em sintonia com o PPI, as diretrizes curriculares nacionais e outras orientações legais.

3.9.1 Matriz curricular

Apresenta-se na figura 13 a matriz curricular do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

Figura 13 – Matriz Curricular do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

MATRIZ CURRICUALR CST EM MÍDIAS SOCIAIS E DIGITAIS		PRESENCIAL			SÍNCRONA MEDIADA	ASSÍNCRONA	TOTAL CARGAS HORÁRIAS		
Semestre	Unidade Curricular	Carga Horária Teórica Presencial (h/a)	Carga Horária Prática Presencial (h/a)	Extensão (h/a)	Eixo Institucional (h/a)	Auto-estudo (h/a)	Carga Horária (h/a)	Carga Horária (Horas)	Carga Operacional (h/a)
1º	Análise de Mercado e Estratégias Empresariais na Era Digital	54				18	72	60	54
	Experiência do Usuário	18				18	36	30	18
	Ética e Sustentabilidade na Era Digital	18				18	36	30	18
	Planejamento de Carreira	18				18	36	30	18
	Comunicação e Engajamento	54				18	72	60	54
	Pesquisa de Marketing e Análise de Dados	54				18	72	60	54
	Gestão de Negócios	36					36	30	36
	Sistemas de Informação	36				18	54	45	36
	Total do 1º Semestre	288	0	0	0	126	414	345	288
2º	Planejamento de Mídias, Redes Sociais, Atendimento e Campanhas	18				18	36	30	18
	Gestão Estratégica de Marketing	54				18	72	60	54
	Eixo II - Cidadania, Direitos Humanos e Contemporaneidade				72		72	60	36
	Estratégias de Search Engine Optimization - SEO	36					36	30	36
	Projeto Integrado Multidisciplinar - Plano de Marketing			36			36	30	18
	Inteligência Artificial - IA	72					72	60	72
	Redação Publicitária nos Meios Digitais	54				18	72	60	54
	Assessoria de Imprensa - RP	18				18	36	30	18
	Total do 2º Semestre	252	0	36	72	72	432	360	306
3º	Medidores de Performance: Métricas	18				18	36	30	18
	Criatividade e Inovação	36					36	30	36
	Digital Influencer	18				18	36	30	18
	Direito do Consumidor	36					36	30	36
	Imagens e Fotografia	36					36	30	36
	Projeto Integrado Multidisciplinar - Causa Social			36			36	30	18
	Design, Comunicação e Criação de Produto Digital	36					36	30	36

	Eixo IV - Ciência e Pensamento Científico				36		36	30	18
	Social Ads e Social Media	54				18	72	60	54
	Empreendedorismo	36				18	54	45	36
	Total do 3º Semestre	270	0	36	36	72	414	345	306
4º	Desenvolvimento de Marcas e produtos Digitais	54				18	72	60	54
	Audiovisual para Mídias sociais	72					72	60	72
	Inbound, Marketing de Conteúdo e o SEM	18				18	36	30	18
	Vivências de Extensão - Audiovisual Interativo			90			90	75	45
	Computação Gráfica I	72					72	60	72
	Eixo III - Sustentabilidade e Tecnologia				36		36	30	18
	Total do 4º Semestre	216	0	90	36	36	378	315	279
5º	Gestão de Operações Multicanais e Omnichannel	18				18	36	30	18
	E-commerce	18				18	36	30	18
	Logística Reversa no E-commerce	18				18	36	30	18
	Optativa	36					36	30	36
	Varejo Digital	18				18	36	30	18
	Projeto integrado Multidisciplinar - E-commerce sustentável			72			72	60	36
	Comportamento do Consumidor na Era Digital	18				18	36	30	18
	Total do 5º Semestre	126	0	72	0	90	288	240	162
Carga Horária Total do Curso		1,152	0	234	144	396	1,926	1,605	1,341

Fonte: Curso Superior de tecnologia em Mídias Sociais Digitais (2025)

3.9.2 Ementas e referencial bibliográfico

A seguir a ementa e a referência básica e complementar de cada componente curricular da matriz curricular do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

1º semestre

Análise de Mercado e Estratégias Empresariais na Era Digital – 72 h/a: Métodos e ferramentas de análise de mercado: SWOT e PESTEL. Interpretação de dados e identificação de tendências. Elaboração de cenários futuros e tomada de decisão estratégica. Identificação de janelas estratégicas e oportunidades de mercado. Planejamento estratégico digital e sua aplicação nos negócios. Técnicas de diferenciação em mercados competitivos. Transformação digital e inovação nos negócios. Modelos de negócios digitais e suas características. Análise de concorrência online e posicionamento estratégico. Software de análise de dados. Utilização de informações na tomada de decisão estratégica.

Referências Básicas:

FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. **Estratégia de marketing:** teoria e casos. 3. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2016. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522126637/.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica:** planejamento**.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2024. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555583069/.

PÚBLIO, Marcelo A. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda.** 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2012. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522474967/.

Referências Complementares:

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540701588/.

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

MARÓSTICA, Eduardo. **Inteligência de mercado**. 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522129546/.

MORAIS, Felipe. **Planejamento estratégico digital**. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547221874/.

Pesquisa de Marketing e Análise de Dados – 72 h/a: Definição de problemas de pesquisa. Métodos qualitativos e quantitativos. Formas, ferramentas e métodos de Coleta de dados primários e secundários. Análise de dados e interpretação. Insights de pesquisa para decisões. Metodologias de análise de Big Data. Interpretação de grandes volumes de dados. Aplicações de dados nas estratégias de mídias sociais digitais. Tomada de decisão baseada em dados.

Referências Básicas:

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri: Manole, 2015. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152526/.

SANTOS, Rogério R. *et al*. **Fundamentos de Big Data.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556901749/.

Referências Complementares:

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

FLOYD, Thomas. **Sistemas digitais**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577801077/.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

HAIR JUNIOR, Joseph F. *et al*. **Fundamentos de pesquisa de marketing.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553727/.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing:** uma orientação aplicada. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605103/.

MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger H. **Fundamentos de pesquisa de marketing.** 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-2373-1/.

SOUZA, Diogo Braga da Costa *et al*. **Sistemas digitais**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595025752/.

Experiência do Usuário – 36h/a: Definição de UX e sua importância para as estratégias utilizadas nas mídias sociais digitais. Princípios de usabilidade e acessibilidade. Comportamento do consumidor e jornada do usuário. Testes de usabilidade e mapas de calor. Ferramentas para coleta e análise de dados. Wire frames e prototipagem. Interface e interatividade em plataformas digitais. Design emocional e persuasivo. UX Writing e a experiência textual. Personalização e engajamento digital. SEO e sua relação com a usabilidade. Inteligência artificial e UX. Realidade aumentada e experiência imersiva. Ética e privacidade na experiência digital.

Referências Básicas:

BARBEIRO, Heródoto. **Mídia training:** como usar as mídias sociais em seu favor. São Paulo: Actual, 2020. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788562937392/.

LIMA, Aline Poggi Lins de *et al*. **Comportamento do consumidor.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786581492144/.

PATTON, Jeff. **Mapeamento da história do usuário.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550819761/.

Referências Complementares:

BIALER, Marina M. **Psicologia das multidões digitais.** São Paulo: Editora Blucher, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521221463/.

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri: Manole, 2015. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/.

TEIXEIRA, Fernando. **Inteligência artificial em marketing e vendas.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204858/.

VOLPATO, Néri. **Prototipagem rápida.** São Paulo: Editora Blucher, 2007. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521215059/.

Gestão de Negócios – 36h/a: Conceitos e estratégias de Gestão de negócios. Funções básicas da administração – Processo administrativo – Fundamentos da Administração. Gestão financeira e Gestão de recursos humanos de um pequeno empreendimento.

Referências Básicas:

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração para todos:** ingressando no mundo da gestão de negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770380/.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Introdução à administração financeira:** uma nova visão econômica e financeira para a gestão de negócios das pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: LTC, 2009. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-2779-1/.

ROSA, José A.; MARÓSTICA, Eduardo. **Modelos de negócios: o**rganizações e gestão. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2016. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522125821/.

Referências Complementares:

BRUGNOLO, Mariano F. **Gestão estratégica de negócios**. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547233143/.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos:** gestão humana. 9. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559771233/.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360°:** criação, modelagem e gestão de negócios na prática. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550821429/.

Comunicação e Engajamento - 72h/a: Evolução da comunicação digital e impacto tecnológico. Transformação digital e mudanças nos modelos de interação. Inteligência artificial e personalização de conteúdo. O impacto da automação na comunicação e no relacionamento com os clientes. Experiências imersivas e gamificação na comunicação. Storytelling digital e envolvimento do consumidor. Tendências e Inovação na Comunicação. Inclusão digital e acessibilidade tecnológica. Regulamentações e boas práticas na comunicação digital. Conteúdo interativo. Vídeos curtos e dinâmicos. Lives e perguntas ao vivo. Sorteios e desafios. Compartilhamento de experiências, Tendências e Memes. Parcerias. Histórias.

Referências Básicas:

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais.** Barueri: Manole, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/.

OLIVEIRA, Domingos S. da S.; TREVISAN, Nanci M.; CARDOSO, Jéferson C.; e outros. **Estratégias digitais e produção de conteúdo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902739/.

TREVISAN, Nanci M.; ROCHA, Marcos Donizete A. **Marketing nas mídias sociais.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2020. (Coleção Marketing nos Tempos Modernos) *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571440883/.

Referências Complementares:

BRIDGER, Darren. **Neuromarketing:** como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. São Paulo: Autêntica Business, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788551304419/.

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

FARIAS, Elisângela de *et al.* **Omnicanal e Marketplace.** Porto Alegre: SAGAH, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902067/.

HAWKINS, Del. **Comportamento do consumidor**. 13. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152373/.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

LIMA, Aline P. Lins de; REIS, Luciana B.; TREVISAN, Nanci M.; e outros. **Comportamento do consumidor.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786581492144/.

RAMALHO, José A. **Storytelling:** cativando com a narrativa : técnicas para criar conexão com pessoas e empresas. São Paulo: Actual Editora, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019581/.

Sistemas de Informação – 54h/a: Fundamentos de Sistemas de Informação. Sistemas de Informação de mercado. Plataformas de automação de marketing. Enterprise Resource Planning – ERP. Business Intelligence – BI. Customer Relationship Management- CRM: Evolução do CRM. Estratégias de gerenciamento de relacionamento. Análise de dados de clientes. Fidelização de clientes. Chatbots, Assistentes virtuais, URAs (Unidade de Resposta Audível) e Softwares de Autoatendimento e o seu impacto na satisfação dos clientes. O uso da Inteligência Artificial na obtenção de dados. Blockchain, segurança na troca de informações e Influenciadores digitais. Privacidade e uso responsável de dados.

Referências Básicas:

ESCADA, Ralph M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de sistemas de informação.** 4. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555583403/.

MADRUGA, Roberto. **Gestão do relacionamento e customer experience:** a revolução na experiência do cliente. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770083/.

STAIR, Ralph M. *et al*. **Princípios de sistemas de informação**. 4. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555584165/.

Referências Complementares:

AUDY, Jorge LN.; BRODBECK, Ângela F. **Sistemas de informação**: planejamento e alinhamento estratégico nas organizações. Porto Alegre: Bookman, 2003. E-book. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577803972/.

CALDEIRA, Carlos. **Customer experience management:** gestão prática da experiência do cliente. Rio de Janeiro: Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555202908/.

CORRÊA, Henrique L.; GIANESI, Irineu Gustavo N.; CAON, Mauro. **Planejamento, programação e controle da produção:** MRP II / ERP. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597018554/.

MOUGAYAR, William. **Blockchain para negócios.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550812793/.

O'BRIEN, James A.; MARAKAS, George M. **Administração de sistemas de informação**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551112/.

SORDI, José Osvaldo de; MEIRELES, Manuel. **Administração de sistemas de informação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2019. E-book. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131532/.

TEIXEIRA, Fernando. **Inteligência artificial em marketing e vendas.** Rio de Janeiro: Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204858/.

Ética e Sustentabilidade na Era Digital – 36 h/a: Práticas éticas nas estratégias para mídias sociais digitais. Sustentabilidade e responsabilidade social. Impacto das ações de comunicação e design no meio ambiente. Construção de marcas responsáveis. Estudos de caso de ética nas redes sociais digitais. Transparência, privacidade e proteção de dados. Consumo consciente. Cyberbullying.

Referências Básicas:

ARRUDA, Amilton JV. **Design e complexidade**. São Paulo: Editora Blucher, 2017. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580392159/.

DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental:** ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522489800/.

PHILIPPI JUNIOR, Arlindo (Coord.). **Ética socioambiental.** Barueri: Manole, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555761290/.

Referências Complementares:

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paulo. **Design thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2010. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808267/.

ASHLEY, Patrícia A. **Ética, responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131839/.

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

JAMES, Allan C. **Dominando o marketing digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

MENDES, Laura S. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor:** linhas gerais de um novo direito fundamental. Rio de Janeiro: Saraiva, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502218987/.

PHILIPPI JUNIOR, Arlindo (Coord.). **Educação ambiental e sustentabilidade.** 2. ed. Barueri: Manole, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520445020/.

Planejamento de Carreira – 36h/a: Cenário atual e tendências do mercado de Desing para mídias sociais digitais. Áreas de atuação e oportunidades profissionais. Autoconhecimento e definição de objetivos profissionais. Soft skills e hard skills para profissionais do design que atuarão nas mídias sociais digitais. Gestão de tempo e produtividade profissional. Formação contínua e desenvolvimento de expertise. Construção de presença online e portfólio digital. Estratégias de personal branding e autoridade no setor. Uso de redes sociais para networking e oportunidades. Planejamento estratégico para progressão de carreira. Empreendedorismo e oportunidades autônomas para profissionais do design que atuarão em mídias sociais digitais. Como se destacar e crescer no ambiente digital competitivo. Conexões

profissionais e participação em eventos. Estratégias para conquistar oportunidades e parcerias. Ética e reputação profissional no setor digital

Referências Básicas:

BES, Pablo *et al*. **Soft Skills**. Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556901244/.

FLOYD, Thomas. **Sistemas digitais**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577801077/.

MELO, Paulo Márcio da S. *et al*. **Marketing pessoal e empregabilidade:** do planejamento de carreira ao networking. Rio de Janeiro: Érica, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536517872/.

Referências Complementares:

ARRUDA, Amilton JV. **Design e complexidade**. São Paulo: Editora Blucher, 2017. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580392159/.

LIMA, Gabriel. **Líderes digitais.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817125/.

SALVO, Sosnowski, A. **Soft skills para a vida, a carreira e os negócios:** o pulo do gato para desenvolver habilidades empreendedoras. Rio de Janeiro: Alta Life, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788578817473/.

TAJRA, Sanmya F. **Empreendedorismo:** da ideia à ação. Rio de Janeiro: Expressa, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536533834/.

THOMPSON, Marco Aurélio da S.; TOMPSON, Gisele de A. **Como ser influenciador digital.** Rio de Janeiro: Érica, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536532585/.

2º semestre

Planejamento de mídias, redes sociais, atendimento e campanhas – 36 horas/a -

Estudo das etapas do planejamento de mídia e campanhas digitais, com foco em redes sociais. Definição de objetivos, estratégias, táticas e métricas de avaliação.

Planejamento e gestão de conteúdos, segmentação de públicos e escolha de canais digitais. Estratégias de atendimento ao cliente nas plataformas digitais (SAC 2.0) e integração da comunicação em campanhas on-line. Elaboração de planos de mídia, cronogramas e orçamentos para campanhas digitais.

Referências Básicas:

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

MARQUES, Vasco. **Redes Sociais 360**. 2. ed. São Paulo: Actual Editora, 2020. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9789896946555/.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação, crise e imagem:** fundamentos das organizações do século XXI. 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2024. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555582338/.

Referências Complementares:

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri: Manole, 2015. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 18. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017. 629 p.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Relações públicas**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2009. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122130/.

SOUZA, Márcio Vieira de; KAMIL, Giglio. **Mídias digitais, redes sociais e educação em rede:** experiências na pesquisa e extensão universitária. São Paulo: Editora Blucher, 2015. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580391282/.

Redação Publicitária nos Meios Digitais – 72h/a: Técnicas de redação para as diferentes mídias sociais. Criação de conteúdos atrativos. Estratégias de engajamento através da escrita. Análise de campanhas de sucesso. Estudo de casos de redação publicitária. Storytelling. Definição de brand persona e tipos de tons a serem utilizados. Copywriting persuasivo. Uso da IA na criação de textos, automação de respostas, redação de mensagens estratégicas em situações críticas. Redação inclusiva. Redação de e-mail marketing. Textos para sites, blogs.

Referências Básicas:

ARRUDA, Rafael. **Comunicação inteligente Storytelling**. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550812977/.

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais.** Barueri: Manole, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/.

GALHARDI, Luciana P.; TREVISAN, Nanci M. **Redação publicitária.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900421/.

Referências Complementares:

BARBEIRO, Heródoto. **Treinamento midiático:** como usar as mídias sociais em seu favor. São Paulo: Actual Editora, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788562937392/.

MARTINS, Zeca. **Redação publicitária:** a prática na prática. São Paulo: Actual Editora, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019055/.

NEGRI, Marina. **Contribuições da língua portuguesa para a redação publicitária.** Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2016. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522125852/.

RAMALHO, José A. **Storytelling:** cativando com a narrativa : técnicas para criar conexão com pessoas e empresas. São Paulo: Actual Editora, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019581/.

Gestão Estratégica de Marketing – 72 horas -

Gestão Estratégica orientada para o mercado. Definição de valor e de satisfação para o cliente. Posturas estratégicas de marketing: de preço, de praça, de promoção e de produto. Marketing de Serviços. Comunicação Integrada de Marketing. Segmentação e posicionamento de mercado. Brand e Buyer Personas. Planejamento e plano de marketing. Novas tecnologias aplicadas ao marketing. Personalização de ofertas para segmentos específicos. Gestão de campanhas publicitárias.

Referências Básicas:

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 3. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559777266/.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital. Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** São Paulo: Pearson, 2012.

Referências Complementares:

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado.** 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540701588/.

BRUGNOLO, Mariano F. **Gestão estratégica de negócios.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547233143/.

BUHAMRA, C. **Gestão de marketing no varejo:** conceitos, orientações e práticas. São Paulo: Atlas, 2012.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing:** criando valor para clientes. São Paulo: Saraiva, 2008.

COBRA, M**. Marketing básico:** uma abordagem brasileira. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009. DIAS, S. R. Coord. Gestão de marketing. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

FERRELL, O. C.; HARTLINE, M. D. **Estratégia de marketing.** São Paulo: Atlas, 2000.

GIOIA, R. M. Coord. **Decisões de marketing:** os 4 Ps. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

KOTLER, P. **Marketing essencial:** conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

LAS CASAS, A. L. **Administração de marketing:** conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2008.

MARÓSTICA, Eduardo. **Inteligência de mercado.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522129546/.

PAIXÃO, Márcia Valéria. **Pesquisa e planejamento de marketing e propaganda.** Curitiba, PR: IBPEX, 2008. 214 p.

SOUSA, José Manuel Baptista Meireles de; ROCHA, Marcos Donizete A. **Canais de distribuição e geomarketing**. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215835/.

YASUDA, Aurora; OLIVEIRA, Diva Maria Tammaro de. **Pesquisa de marketing:** guia para a prática de pesquisa de mercado. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2016. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522126248/

Projeto Integrador Multidisciplinar – Plano de Marketing – 36h/a: Desenvolver um Plano de Marketing Digital para uma organização que tenha foco em construir ou desenvolver uma imagem relacionada a sustentabilidade e / ou consumo consciente. Elaborar um diagnóstico da empresa e definir o objetivo, pesquisar tendências, analisar concorrentes, definir o público-alvo, elaborar um plano de ação, criar métricas para monitorar os resultados, desenvolver uma identidade visual e uma proposta de valor, construir um cronograma de postagens, elaborar um relatório e um pitch.

Referências Básicas:

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 3. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559777266/.

POLIZEI, Éder. **Plano de Marketing.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522114726/.

SILVA, Ricardo da Silva E. *et al*. **Plano de negócios II.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900704/.

Referências Complementares:

CASAS, Alexandre Luzzi L. **Plano de marketing para micro e pequena empresa.** 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483099/.

CONSOLO, Cecília. **Marcas:** projeto estratégico, do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Editora Blucher, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521209423/.

MACKEY, John; MCINTOSH, Steve; PHIPPS, Carter. **Liderança consciente.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555205169/.

Inteligência Artificial – IA – 72h/a: Fundamentos e aplicações de IA no design para mídias sociais digitais. Automação do desing e personalização com IA. Chatbots , assistentes virtuais, automação de campanhas, segmentação de público e personalização de conteúdo. Análise preditiva, Big Data, algoritmos de IA para recomendação de produtos . Impactos da IA nas estratégias para mídias sociais digitais. Geração automática de textos e imagens. Inteligência artificial na produção de vídeos e design. Uso de IA em estratégias de SEO e anúncios programados. Inteligência artificial generativa e suas aplicações. Realidade aumentada e virtual aplicada ao design, inteligência artificial interativa. Evolução dos algoritmos e impacto na inovação do design para mídias sociais digitais.

Referências Básicas:

GOMES, Isabel; BRAGA, Fabiana. **Inteligência competitiva tempos big data.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550804101/.

HIROTA, Fábio. **ChatGPT e inteligência artificial:** uso e aplicações na era digital. São Paulo: Actual Editora, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019635/.

TEIXEIRA, Fernando. **Inteligência artificial em marketing e vendas**. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204858/.

Referências Complementares:

FEFERBAUM, Marina *et al*. **Ética, governança e inteligência artificial.** São Paulo: Almedina, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556279145/.

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial.** São Paulo: Autêntica Editora, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559281596/.

SANTAELLA, Lúcia. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: Edições 70, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786554270588/.

SOUZA, Diogo Braga da Costa *et al*. **Sistemas digitais**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595025752/.

Estratégias de Search Engine Optimization - SEO – 36 h/a: Pesquisa de palavras-chave. Otimização on-page e off-page. Análise de resultados de SEO. Técnicas de link Building. SEO para dispositivos móveis. SEO para vídeos e algoritmos de plataformas digitais.

Referências Básicas:

MELO, Bruna *et al*. **Gestão de marcas.** Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028388/.

OLIVEIRA, Domingos Sávio da Silva *et al*. **Estratégias digitais e produção de conteúdo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902739/.

TREVISAN, Nanci M. *et al*. **Publicidade on-line.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900247/.

Referências Complementares:

AAKER, David. **On branding**. Porto Alegre: Bookman, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582603222/.

BRAGA, Afonso C. *et al*. **Cocriação de valor:** conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. Rio de Janeiro: Atlas, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522487400/.

PAIXÃO, Márcia Valéria. **Pesquisa e planejamento de marketing e propaganda.** Curitiba, PR: IBPEX, 2008. 214 p.

Eixo II - Cidadania, Direitos Humanos e Contemporaneidade – 72h/a: Direitos humanos e cidadania. A sociedade, as instituições sociais e o Estado. Os direitos previstos na Constituição brasileira e em documentos internacionais. A história e cultura afro-brasileira, africana e indígena. A diversidade humana, a inclusão e o convívio social. Cidadania e Educação para os Direitos Humanos.

Referências Básicas:

COMAPRATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos direitos humanos.** 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

PIOVESAN, Flávia. **Temas de direitos humanos.** 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

VELOSO, Renato. **Direitos humanos.** São Paulo: Saraiva, 2017.

Referências Complementares:

GUERRA, Sidney. **Curso de direitos humanos.** São Paulo: Editora Saraiva, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553618446/.

LEITE, Carlos Henrique Bezerra. **Manual de direitos humanos.** 3. ed. Grupo GEN, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522488605/.

SCARANO, Renan Costa V. *et al*. **Direitos humanos e diversidade**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028012/

Assessoria de Imprensa – RP – 36 horas/a - Estudo dos fundamentos da assessoria de imprensa no contexto das mídias sociais digitais e das relações públicas. Estratégias de relacionamento com a mídia, produção de releases, organização de coletivas de imprensa e gestão da imagem institucional. Uso das plataformas digitais e das redes sociais como suporte às práticas de assessoria de imprensa. Monitoramento de mídia, clipping digital e gestão de crises na comunicação contemporânea.

Referências Básicas:

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003 417 p. (Novas buscas em comunicação. 17).

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia.** 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597016147/.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação, crise e imagem:** fundamentos das organizações do século XXI. 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2024. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555582338/.

Referências Complementares:

ALMEIDA, Clarisse M.; SILVEIRA, Márcio T.; STEGANHA, Roberta. **Assessoria de imprensa e outras especificidades no jornalismo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556901206/.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Relações públicas**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2009. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122130/.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa:** como se relacionar com a mídia. 3. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2004. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788572445559/.

MARQUES, Vasco. **Redes Sociais 360**. 2. ed. São Paulo: Actual Editora, 2020. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9789896946555/.

3º semestre

Design, Comunicação e Criação de Produto Digital – 36 h/a: Princípios do design aplicados ao marketing digital. Desenvolvimento de Identidade visual e branding na criação de produtos digitais. Elementos gráficos e sua influência na percepção do consumidor. Mensagem e storytelling na criação de produtos. Comunicação persuasiva e interação com o público. Técnicas de UX/UI para otimização da experiência digital. Processo criativo para concepção de produtos inovadores. Inteligência artificial e automação no desenvolvimento de produtos. Personalização e interatividade no design para mídias sociais digitais. Sustentabilidade e impacto social na criação de produtos digitais.

Referências Básicas:

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paulo. **Design thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2010. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808267/.

CONSOLO, Cecília. **Marcas:** projeto estratégico: do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Editora Blucher, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521209423/.

RODA, Alina. **Design de identidade da marca:** guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605141/.

Referências Complementares:

BAXTER, Mike. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Editora Blucher, 2011. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521214380/.

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

MORRIS, Ricardo. **Fundamentos de design de produto.** Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808250/.

SILVA JUNIOR, Jair Alves da. **Identidades visuais flexíveis:** das origens ao projeto São Paulo: Editora Blucher, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555062922/.

TEIXEIRA, Fernando. **Inteligência artificial em marketing e vendas**. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204858/.

Projeto Integrado Multidisciplinar – Causa Social – 36h/a: Criar uma Campanha de Marketing de Alto Impacto para uma Causa Social, unindo o design, as estratégias de marketing digital com responsabilidade social. Criar uma jornada do usuário, desenvolver interfaces, criar estratégias interativas, definir Kpi's, monitorar resultados, planejar a gestão do conteúdo e a periodicidade de publicação, elaborar estratégias de conteúdo para redes sociais, adaptadas a cada plataforma incluindo postagens, vídeos curtos e interações ao vivo para engajar seguidores em várias plataformas. Elaborar um relatório de impacto social.

Referências Básicas:

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 3. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559777266/.

POLIZEI, Éder. **Plano de marketing.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522114726/.

SILVA, Ricardo da Silva E. *et al*. **Plano de negócios II.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900704/.

Referências Complementares:

ARRUDA, Amilton JV. **Design e complexidade**. São Paulo: Editora Blucher, 2017. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580392159/.

CASAS, Alexandre Luzzi L. **Plano de marketing para micro e pequena empresa.** 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483099/.

CONSOLO, Cecília. **Marcas:** projeto estratégico, do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Editora Blucher, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521209423/.

MACKEY, John; MCINTOSH, Steve; PHIPPS, Carter. **Liderança consciente.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555205169/.

Eixo Institucional IV - Ciência e Pensamento Científico – 36 h/a: História, conceito de ciência e de métodos científicos. Projeto de pesquisa: abordagens, instrumentos e métodos. Ética em Pesquisa. Linguagem e escrita científica. Normas para elaboração de trabalhos técnico-científicos.

Referências Básicas:

DEMO, Pedro. **Praticar ciência:** metodologias do conhecimento científico. São Paulo: Saraiva, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

UNIVILLE. Guia de apresentação de trabalhos acadêmicos. Joinville: Univille, 2012.

Referências Complementares:

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 10.520:** informação e documentação: apresentação de citações em documentos. Rio de Janeiro, 2002.

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 6.027:** Informação e documentação: sumário: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2003.

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 6.034:** preparação de índice de publicações. Rio de Janeiro, 2004.

GONÇALVES. M. L.; BALDIN, N.; ZANOTELLI, C. T.; CARELLI, M. N.; FRANCO, S. C. **Fazendo pesquisa:** do projeto à comunicação científica. 4. ed. Joinville: Univille, 2014.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Empreendedorismo – 54h/a: O que é empreendedorismo e seus impactos no mercado. Perfil do empreendedor e habilidades essenciais. Tipos de negócios digitais e modelos de monetização. Modelagem de negócios com a metodologia Business Model Canvas. Desing thinking e validação de ideias e identificação de oportunidades. Gestão de riscos e planejamento financeiro inicial. Técnicas de Growth hacking e aceleração de negócios. Ferramentas tecnológicas para automatização e gestão. Economia digital, tendências e transformação do mercado. Liderança, tomada de decisão e cultura organizacional. Finanças, escalabilidade e precificação no empreendedorismo digital. Ética, responsabilidade social e impacto do negócio.

Referências Básicas:

DENNIS, Pascal; SIMON, Laurent. **Dominando a disrupção digital:** como as empresas vencem com design thinking, ágil e lean startup. Porto Alegre: Bookman, 2022. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605837/.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo corporativo.** 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773701/.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553338/.

Referências Complementares:

DORNELAS, José. **Dicas essenciais de empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773688/.

LEIFER, Larry; LEWRICK, Michael; LIGAÇÃO, Patrício. **A jornada do Design Thinking** . Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2019. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550808741/.

NAJBERG, Estela; TETE, Marcelo F.; BORGES, Marcos M.; et al. **Empreendedorismo sustentável**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502221741/.

SALIM, Cesar. **Introdução ao empreendedorismo**. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2009. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595154414/.

Social Ads e Social Media – 72h/a: Social Ads: criação de campanhas publicitárias pagas em mídias sociais. Segmentação de público. Medição de resultados de anúncios. Estratégias de remarketing. Análise de ROI em social ads. Social Media: Criação de conteúdo para mídias sociais digitais e sua influência no engajamento do público. Gerenciamento de comunidades online. Análise de resultados orgânicos em mídias sociais digitais. Estratégias de engajamento. Ferramentas de gerenciamento de redes sociais digitais. Combinação de estratégias de marketing pagas e não pagas.

Referências Básicas:

ALVES, Jorge S. *et al*. **Experiência criativa:** criação de conteúdo com twine. Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900605/.

BUENO, Wilson da C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais.** Barueri: Manole, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520447437/.

TREVISAN, Nanci M.; ROCHA, Marcos Donizete A. **Marketing nas mídias sociais.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2020. (Coleção marketing nos tempos modernos) *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571440883/.

Referências Complementares:

BLOUNT, Jeb. **Vendas virtuais:** um guia rápido para potencializar os canais de comunicação por vídeo, tecnológicos e online para engajar compradores remotos e fechar vendas rápidas. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204759/.

BRANCO, André. **Mídias digitais e sociedade:** transformando economia, políticas e práticas sociais. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2016. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547212544/.

BARBEIRO, Heródoto. **Mídia training:** como usar as mídias sociais em seu favor. São Paulo: Actual Editora, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788562937392/.

HAIR JUNIOR, Joseph F. *et al*. **Fundamentos de pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553727/.

LIMA, Gabriel. **Líderes digitais.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817125/.

MARÓSTICA, Eduardo. **Inteligência de mercado.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522129546/.

THOMPSON, Marco Aurélio da S.; TOMPSON, Gisele de A. **Como ser influenciador digital.** Rio de Janeiro: Érica, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536532585/.

Imagens e Fotografia – 36h/a: Princípios da Composição Fotográfica e Estética Visual. Técnicas de Fotografia para Redes Sociais, Campanhas Digitais, produtos, branding visual. Iluminação. Edição e Pós-Produção de Imagens. Softwares de edição. Tendências e Estilos Visuais no design para mídias sociais digitais. Estratégias de Banco de Imagens e Fotografia Autoral. Técnicas para aumentar a retenção e conversão com imagens. Uso de inteligência artificial na edição de imagens. Realidade aumentada e efeitos interativos. Ética e direitos autorais na fotografia digital.

Referências Básicas:

HILLER, Marcos. **Branding:** a arte de construir marcas. São Paulo: Trevisan Editora, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788599519400/.

MELO, Bruna *et al*. **Gestão de marcas.** Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028388/.

SILVA JUNIOR, Jair Alves da. **Identidades visuais flexíveis:** das origens ao projeto São Paulo: Editora Blucher, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555062922/.

Referências Complementares:

BEDENDO, Marcos. **Branding: c**omo fazer na prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571442443/.

BRAGA, Afonso C. *et al*. **Cocriação de valor:** conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. Rio de Janeiro: Atlas, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522487400/.

BUITONI, Dulcília S.; PRADO, Magaly Parreira do; REDISCH, Ricardo. **Fotografia e jornalismo:** a informação pela imagem. Rio de Janeiro: Saraiva, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122222/.

Criatividade e Inovação – 36 h/a: Conceitos de criatividade e inovação no design para mídias sociais digitais. Barreiras à criatividade e como superá-las. Tipos de inovação e suas aplicações estratégicas. Design thinking e brainstorming para geração de ideias. Mapas mentais e metodologias ágeis para inovação. Gamificação e criatividade aplicada ao engajamento digital. Estratégias de storytelling e conteúdos virais. UX e criatividade na experiência digital do consumidor. Inteligência artificial e inovação em campanhas. Novas tecnologias e impacto na criação de campanhas. Growth hacking e experimentação de estratégias. Casos de sucesso em inovação no design para mídias sociais digitais. Validação e testes de conceitos criativos. Métricas e indicadores de inovação no design para mídias sociais digitais. Transformação digital e futuro do design para mídias sociais digitais.

Referências Básicas:

DENNIS, Pascal; SIMON, Laurent. **Dominando a disrupção digital:** como as empresas vencem com design thinking, ágil e lean startup. Porto Alegre: Bookman, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605837/.

LEIFER, Larry; LEWRICK, Michael; LINK, Patrick. **A jornada do design thinking**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550808741/.

MAX, Franco. **Storytelling e suas aplicações no mundo dos negócios.** Rio de Janeiro: Atlas, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597007800/.

Referências Complementares:

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking.** Porto Alegre: Bookman, 2010. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808267/.

ROCHA, Lygia C. **Criatividade e inovação:** como adaptar-se às mudanças. Rio de Janeiro: LTC, 2009. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-2263-5/.

STEFAN, Hofer; HENNING, Schwentner. **Storytelling de domínio:** um modo ágil, visual e colaborativo de criar softwares baseados em domínio. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550821238/.

Direito do Consumidor – 36/a: Direitos do consumidor nas mídias sociais digitais. Proteção de dados e privacidade. Legislação publicitária. Compliance em design para mídias sociais digitais. Ética nas práticas de design.

Referências Básicas:

BROWN, Tim. **Design Thinking**. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2020. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550814377/.

FILOMENO, José Geraldo B. **Direitos do consumidor.** 15 ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597017069/.

LÓSSIO, Claudio Joel B. **Proteção de dados e compliance digital.** 2. ed. São Paulo: Almedina, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556279893/.

Referências Complementares:

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 14. ed. Barueri: Manole, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520462027/.

GIGLIO, Ernesto M. **O comportamento do consumidor**. 4. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522113880/.

GUILHERME, Luiz Fernando do Vale de A. **Manual de proteção de dados.** São Paulo: Edições 70, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556272054/.

MENDES, Laura S. **Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor:** linhas gerais de um novo direito fundamental. Rio de Janeiro: Saraiva, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502218987/.

SCHAPIRO, Mario G. **Compliance concorrencial.** São Paulo: Almedina Brasil, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788584933990/.

Digital Influencer – 36h/a: Papel dos influenciadores digitais. Estratégias de parceria entre influencers e marcas. Collabs. Construção de marca pessoal. Impacto das recomendações de influenciadores. Avaliação de influencers. Critérios para manter o sigilo, proteção de dados e segurança das informações.

Referências Básicas:

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597025859/.

OLIVEIRA, Domingos S. da S.; TREVISAN, Nanci M.; CARDOSO, Jéferson C.; e outros. **Estratégias digitais e produção de conteúdo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902739/.

THOMPSON, Marco Aurélio da S.; TOMPSON, Gisele de A. **Como ser influenciador digital.** Rio de Janeiro: Érica, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536532585/.

Referências Complementares:

LIMA, Gabriel. **Líderes digitais.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817125/.

SILVA, Alexandre Pacheco da; GUIMARÃES, Tatiane; FAVARETTO, João Pedro. (Coords.) **Moderação de conteúdo.** São Paulo: Almedina Brasil, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788584937868/.

SILVA, Ricardo da Silva e *et al*. **Customer experience.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900490/.

Medidores de Performance: Métricas – 36h/a: Principais KPIs em marketing digital. Interpretação de dados de performance. Otimização de estratégias. Maximização de ROI. Relatórios de desempenho.

Referências Básicas:

ASSAF NETO, Alexandre. **Valuation:** métricas de valor e avaliação de empresas. 4. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597027686/.

FARRIS, Paul W.; BENDLE, Neil T.; PFEIFER, Phillip E.; e outros. **Métricas de marketing.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540701410/.

HERRERO FILHO, Emílio. **Os OKRs e as métricas exponenciais**. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555203202/.

Referências Complementares:

CALDEIRA, Jorge. **100 Indicadores da Gestão:** Key Performance Indicators. São Paulo: Almedina Brasil, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9789896940379/.

CAMPOS, Alexandre de; GOULART, Verci Douglas G. Rede Logística de Retorno (RLR) . Rio de Janeiro: Expressa, 2021. E-book. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786558110446/.

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597025859/.

4º semestre

Audiovisual para Mídias Sociais - 72h/a: Impacto do audiovisual nas mídias sociais digitais. Tipos de conteúdo audiovisual para diferentes redes sociais. Plataformas e formatos de publicação. Planejamento e roteiro para vídeos. Técnicas de captação de áudio e vídeo. Iluminação e enquadramento. Efeitos visuais e animação. Mixagem e edição de áudio para vídeos. Sincronização de áudio e efeitos sonoros. Legendas e acessibilidade em conteúdos audiovisuais. Legendas, transições e otimização para redes sociais. Storytelling e branding em vídeos. Técnicas para aumentar engajamento e retenção. UX e acessibilidade no audiovisual. Vídeos interativos e imersivos. Inteligência artificial na produção audiovisual. Ética e responsabilidade na criação de conteúdo. Plataformas de distribuição de vídeo. Análise de desempenho de conteúdos audiovisuais.

Referências Básicas:

JESUS, Adriano M V.; CÉ, Otávia A. **Produção audiovisual.** Porto Alegre: SAGAH, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595029996/.

KERR, Michael A. *et al*. **Produção audiovisual.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900650/.

MOWAT, Jon. **Marketing de vídeo:** como usar o domínio de vídeo nos canais digitais para turbinar o marketing de produtos, marcas e negócios. São Paulo: Autêntica Business, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788551304334/.

Referências Complementares:

ALVES, Jorge S. *et al*. **Experiência criativa:** criação de conteúdo com twine. Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900605/.

BLOUNT, Jeb. **Vendas virtuais:** um guia rápido para potencializar os canais de comunicação por vídeo, tecnológicos e online para engajar compradores remotos e fechar vendas rápidas. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204759/.

BRAGA, Afonso C. *et al*. **Cocriação de valor:** conectando a empresa com os consumidores através das redes sociais e ferramentas colaborativas. Rio de Janeiro: Atlas, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522487400/.

FLOYD, Thomas. **Sistemas digitais**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577801077/.

MELO, Bruna *et al*. **Gestão de marcas.** Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028388/.

Desenvolvimento de Marcas e Produtos Digitais – 72h/a: Branding digital. Desenvolvimento de identidade de marca. Estratégias de comunicação de marca. Impacto das redes sociais na marca. Gestão de reputação online. Fortalecimento de marcas digitais. Conceitos e tipos de produtos digitais. Ciclo de vida de um produto digital. Pesquisa e análise de mercado. Identificação e direcionamento de estratégias para o público-alvo e personas. Técnicas de validação de produto (MVP – Minimum Viable Product . Planejamento estratégico e roadmap de produto. Prototipagem e testes

de usabilidade. Ferramentas para desenvolvimento ágil. Modelos de monetização de produtos digitais. Estratégias de aquisição e retenção de usuários. Growth hacking e marketing digital para produtos. Estratégias de lançamento e comunicação. Indicadores de desempenho e métricas de sucesso. Inovação e tendências em produtos digitais. Precificação e percepção de valor do consumidor. Métricas e indicadores de desempenho de produtos digitais.

Referências Básicas:

BEDENDO, Marcos. **Branding:** processos e práticas para a construção de valor. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571440555/.

BLOUNT, Jeb. **Vendas virtuais:** um guia rápido para potencializar os canais de comunicação por vídeo, tecnológicos e online para engajar compradores remotos e fechar vendas rápidas. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204759/.

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 3. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559777266/.

Referências Complementares:

BEDENDO, Marcos. **Branding:** como fazer na prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571442443/.

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

HILLER, Marcos. **Branding:** a arte de construir marcas. São Paulo: Trevisan Editora, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788599519400/.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

MARÓSTICA, Eduardo. **Inteligência de mercado.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522129546/.

MELO, Bruna *et al*. **Gestão de marcas.** Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028388/.

OLIVEIRA, Domingos Sávio da Silva *et al*. **Estratégias digitais e produção de conteúdo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902739/.

SCHWERINER, Mario R. **Brandscendência:** o espírito das marcas. Rio de Janeiro: Saraiva, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502108523/.

SOUSA, José Manuel Baptista Meireles de; ROCHA, Marcos Donizete A. **Canais de distribuição e geomarketing.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. *E-book*. Disponível em: ttps://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215835/.

TYBOUT, Alice M.; CALKINS, Tim. **Branding:** gestão de marcas. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547221263/.

YASUDA, Aurora; OLIVEIRA, Diva Maria Tammaro de. **Pesquisa de marketing:** guia para a prática de pesquisa de mercado. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2016. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522126248/

Inbound, Marketing de Conteúdo e o SEM – 36 h/a: Estratégias de inbound marketing. Criação de conteúdo relevante. Search Engine Marketing (SEM). Criação de conteúdos visuais. Formatos e tendências de Áudio, vídeo e imagem para redes sociais. Análise de desempenho de áudios, vídeos e imagens. Atração e conversão de leads. Análise de resultados de campanhas. Estratégias de gamificação. Personalização de experiências. Conteúdo interativo. Construção de relacionamentos duradouros.

Referências Básicas:

CANCEL, David; GERHARDT, Dave. **Marketing conversacional:** como gerar mais leads e convertê-los em clientes fiéis por meio de conversas relevantes e engajadoras. São Paulo: Autêntica Business, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559283194/.

KUAZAQUI, Edmir. **Gestão de Marketing 4.0:** casos, modelos e ferramentas. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022889/.

WEINBERG, Gabriel; MARES, Justino. **Tração:** domine os 19 canais que uma startup usa para atingir aumento exponencial em sua base de clientes. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555201604/.

Referências Complementares:

CASAS, Las; LUZZI, Alexandre. **Marketing de nichos.** Rio de Janeiro: Atlas, 2015. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522499953/.

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

OLIVEIRA, Domingos Sávio da Silva *et al*. **Estratégias digitais e produção de conteúdo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902739/.

SANTAELLA, Lúcia. **Gamificação em debate.** São Paulo: Editora Blucher, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521213161/.

Computação Gráfica I - 72 h/a: Ferramentas de computação gráfica: imagens bitmap e objetos vetoriais. Tratamento e produção de imagens e arquivos digitais.

Referências básicas:

ADOBE CREATIVE TEAM. Adobe illustrator CS5 classroom in a book. Porto Alegre: Bookman, 2015. 1 recurso online ISBN 9788577809127. Classificação: Ac.5000109

ADOBE SYSTEMS. Adobe photoshop CS5: classroom in a book : guia de treinamento oficial. Porto Alegre: Bookman, 2011. 384 p. ISBN 9788577808762. Classificação: 006.6 A239 2011 Ac.200174.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico design e produção de impressos e livros.** Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*. Disponível em: https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577804177/.

Referências complementares:

ADOBE Illustrator CC. Adobe, 2018. *E-book:* https://helpx.adobe.com/pdf/illustrator_reference.pdf.

ADOBE Photoshop CC. Adobe, 2018. *E-book:* https://helpx.adobe.com/pdf/photoshop_reference.pdf.

AMBROSE, Gavin. **Fundamentos de design criativo.** 2. Porto Alegre: Bookman, 2014. 1 recurso online ISBN 9788540701281. Classificação: Ac.5017974.

CITRON, Scott. **Adobe creative suite 5 designs premium:** 100 técnicas essenciais. Porto Alegre: Bookman, 2012. *E-book*. pág.1. ISBN 9788540700659. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540700659/.

Vivências de Extensão – Audiovisual Interativo 90h/a: Criar um material audiovisual interativo ou uma campanha multimídia sobre um tema relevante, utilizando planejamento estratégico, inteligência artificial e técnicas de produção digital. Definir a estrutura e os formatos da campanha ou do documentário. Criar um roteiro estratégico para a distribuição do conteúdo. Produzir e editar vídeos impactantes para mídias sociais e plataformas digitais. Aplicar técnicas de motion design e montagem criativa. Implementar inteligência artificial para automação de conteúdos (legendagem automática, filtros visuais). Usar realidade aumentada ou interatividade digital para engajar o público. Criar identidade visual e materiais gráficos para fortalecer a campanha. Aplicar princípios de UX/UI para tornar o conteúdo acessível e intuitivo. Criar vídeos curtos e conteúdos imersivos para plataformas como Instagram, TikTok e YouTube. A campanha ou documentário deve incluir narrativas envolventes e fotografias de site interativo, documentário digital, campanha transmídia ou um evento virtual de lançamento, simulando um impacto real na sociedade.

Referências Básicas:

GOMES, Isabel; BRAGA, Fabiana. **Inteligência competitiva tempos big data.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550804101/.

MARÓSTICA, Eduardo. **Inteligência de mercado.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522129546/.

TEIXEIRA, Fernando. **Inteligência artificial em marketing e vendas**. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204858/.

Referências Complementares:

POLIZEI, Éder. **Plano de Marketing.** 2. ed. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522114726/.

SILVA, Ricardo da Silva E. *et al*. **Plano de negócios II.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900704/.

VAYNERCHUK, Gary. **Detonando.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2019. *E-book*. pi ISBN 9788550813318. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550813318/.

Eixo Institucional III – Sustentabilidade e Tecnologia – 36h/a: Sustentabilidade, Meio Ambiente, Políticas de Educação Ambiental e Sociedade (12h/a). Tecnologias e sustentabilidade socioambiental (8h/a). Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) (8h/a). Cultura organizacional, sustentabilidade e eco inovação (8h/a).

Referências Básicas:

PHILIPPI JUNIOR, Arlindo (Coord.). **Educação ambiental e sustentabilidade.** 2. ed. Barueri: Manole, 2014. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520445020/.

OLIVEIRA, Sônia Valle Walter Borges de; LEONETI, Alexandre; CEZARINO, Luciana O. **Sustentabilidade:** princípios e estratégias. Barueri: Manole, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520462447/.

ROSA, André H.; FRACETO, Leonardo F.; MOSCHINI-CARLOS, Viviane. **Meio ambiente e sustentabilidade.** Porto Alegre: Bookman, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540701977/.

Referências Complementares:

AMATO, Leonardo; MOTA, Graziela Borguignon. **Os novos olhares para a economia criativa.** Rio de Janeiro: UVA, 2020. Disponível em: http://leoamato.com/wpcontent/uploads/2020/06/Ebook_CRIA_EconomiaCriativa_2020.pdf

A AKABANE, Getúlio K.; POZO, Hamilton. **Inovação, tecnologia e sustentabilidade:** histórico, conceitos e aplicações. São Paulo: Érica, 2020.

BERLIM, L. G. **Ética, responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios:** (des)construindo limites e possibilidades - São Paulo: Editora Saraiva Educação, 2019.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social:** fundamentos e gestão. São Paulo: Atlas, 2012.

JR., A. P.; REIS, L. B. **Energia e sustentabilidade.** Barueri, SP: Editora Manole, 2016.

MIHELCIC, J. R. **Engenharia ambiental:** fundamentos, sustentabilidade e projeto. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2018.

PELICIONO, Maria Cecília Focesi (eds). **Educação ambiental e sustentabilidade.** 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

ROSA, André Henrique; FRACETO, Leonardo Fernandes; MOSCHINI-CARLOS, Viviane(orgs). **Meio ambiente e sustentabilidade.** Porto Alegre: Bookman, 2012.

SACOMANO, José Benedito Sacomano *et al.* (orgs). **Indústria 4.0:** conceitos e fundamentos. São Paulo: Blucher, 2018.

SILVA, C. L. D., Casagrande Junior, E. F., Lima, I. A. D., Silva, M. C. D., Agudelo, L. P. P., & Pimenta, R. B. (2012). **Inovação e sustentabilidade.** Curitiba: Aymará Educação

TIGRE, Paulo Bastos; PINHEIRO, Alessandro Maia (coords,). **Inovação em serviços na economia do compartilhamento.** São Paulo.

5º Semestre

Comportamento do Consumidor na Era Digital – 36 h/a: Evolução do consumidor na era digital. Tendências do consumo online. Perfis e personas digitais. Análise de comportamento online. Adaptação de estratégias de marketing. O funil de conversão e os momentos da decisão. Psicologia do comportamento de consumo. Análise de dados e previsão de comportamento de compra. Cookies, rastreamento e privacidade. Inteligência artificial no marketing de consumo. Influência das redes sociais no comportamento de consumo. Estudos de caso de comportamento do consumidor.

Referências Básicas:

CAMARGO, Pedro Celso Julião de. **Neuromarketing:** uma nova pesquisa de comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522476961/.

BIALER, Marina M. **Psicologia das multidões digitais.** São Paulo: Editora Blucher, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521221463/.

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 3. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559777266/.

Referências Complementares:

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

HIROTA, Fábio. **ChatGPT e inteligência artificial:** uso e aplicações na era digital. São Paulo: Actual Editora, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019635/.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

LIMA, Aline Poggi Lins de *et al*. **Comportamento do consumidor.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786581492144/.

SILVEIRA, Guaracy Carlos da *et al*. **Antropologia do consumo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902210/.

Gestão de Operações Multicanais e Omnichannel – 36 h/a: Desenvolvimento de campanhas integradas. Gestão de projetos de design em mídias sociais digitais. Alinhamento de estratégias em múltiplas plataformas. Ferramentas de gerenciamento de projetos. Estudos de caso de campanhas multiplataforma. Estratégia omnichannel no marketing. Integração de canais de comunicação. Experiência do consumidor coerente. Ferramentas de gerenciamento omnichannel. Estudos de caso de sucesso.

Referências Básicas:

BLOUNT, Jeb. **Vendas virtuais:** um guia rápido para potencializar os canais de comunicação por vídeo, tecnológicos e online para engajar compradores remotos e fechar vendas rápidas. Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204759/.

FARIAS, Elisângela de *et al*. **Omnicanal e Marketplace.** Porto Alegre: SAGAH, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902067/.

TREVISAN, Nanci M.; ROCHA, Marcos Donizete A. **Marketing nas mídias sociais.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2020. (Coleção Marketing nos Tempos Modernos) *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571440883/.

Referências Complementares:

HAWKINS, Del. **Comportamento do consumidor**. 13. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152373/.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0:** tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 6.0:** o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2023.

LIMA, Aline P. Lins de; REIS, Luciana B.; TREVISAN, Nanci M.; e outros. **Comportamento do consumidor.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786581492144/.

PÚBLIO, Marcelo A. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522474967/.

E-commerce – 36h/a: Plataformas de e-commerce. Características de um e-commerce eficiente. Métodos de pagamento online. Logística e atendimento ao cliente. Melhores práticas para vendas online. Análise de desempenho de e-commerce. Cadastramento de produtos. Domínios. Hospedagem.

Referências Básicas:

BRUNO, Batista *et al*. **A logística no e-commerce brasileiro:** do clique à entrega: análise e perspectivas do setor de transporte no comércio digital. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550821504/.

CAMPOS, Alexandre de; GOULART, Verci Douglas G. **Técnicas de vendas e e-commerce.** Rio de Janeiro: Expressa, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536533865/.

TURCHI, Sandra R. **Estratégia de marketing digital e e-commerce**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597015409/.

Referências Complementares:

BLOUNT, Jeb. **Vendas virtuais:** um guia rápido para potencializar os canais de comunicação por vídeo, tecnológicos e online para engajar compradores remotos e fechar vendas rápidas. Rio de Janeiro: Alta Livros, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204759/.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico:** conforme o marco civil da internet e as regulamentações do e-commerce no Brasil. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2015. *E-book*. ISBN 9788502622494. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502622494/.

TEIXEIRA, Tarcísio. **LGPD e e-commerce**. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555598155/.

Varejo Digital – 36 h/a: Evolução do varejo e transformação digital. Tipos de varejo digital e modelos de negócios. Comportamento do consumidor online. SEO, tráfego pago e conversão de vendas. Customer experience e atendimento digital. Personalização e fidelização de clientes. Inteligência artificial e automação no varejo. Social commerce e vendas em redes sociais. Ética e regulamentação no comércio digital. Métricas e indicadores de sucesso no varejo digital. Ferramentas de análise e otimização de vendas. Estratégias de precificação e competitividade

Referências Básicas:

BIALER, Marina M. **Psicologia das multidões digitais.** São Paulo: Editora Blucher, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521221463/.

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 3. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2025. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559777266/.

OLIVEIRA, Domingos Sávio da Silva *et al*. **Estratégias digitais e produção de conteúdo.** Porto Alegre: SAGAH, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556902739/.

Referências Complementares:

MADRUGA, Roberto. **Gestão do relacionamento e customer experience:** a revolução na experiência do cliente. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770083/.

PAIXÃO, Márcia Valéria. **Pesquisa e planejamento de marketing e propaganda.** Curitiba, PR: IBPEX, 2008. 214 p.

SOUSA, José Manuel Baptista Meireles de; ROCHA, Marcos Donizete A. **Canais de distribuição e geomarketing**. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215835/.

Logística Reversa no E-Commerce – 36 h/a: Definição e importância da logística reversa. Tipos de logística reversa no e-commerce. Impactos ambientais e regulatórios. Estruturação do fluxo de devolução de produtos. Políticas de trocas e devoluções no e-commerce. Gestão de custos e eficiência operacional. Ferramentas digitais para controle e rastreamento. Uso de inteligência artificial e big data na logística reversa. Plataformas e soluções para otimização de processos. Economia circular e reaproveitamento de produtos. Estratégias sustentáveis para logística reversa. Cases de empresas que aplicam boas práticas. A influência da logística reversa na satisfação do consumidor. Transparência e comunicação na gestão de devoluções. Como transformar devoluções em oportunidades de fidelização.

Referências Básicas:

LEITE, Paulo R. **Logística reversa.** Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215064/.

LUZ, Charlene B S.; BOOSTEL, Ísis. **Logística reversa.** Porto Alegre: SAGAH, 2019. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595027022/.

VALLE, Rogério; SOUZA, Ricardo Gabbay de. **Logística reversa:** processo a processo. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522486359/.

Referências Complementares:

DAVENPORT, Thomas H. **Big data no trabalho.** Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555206838/.

GOMES, Isabel; BRAGA, Fabiana. **Inteligência competitiva tempos Big Data** . Rio de Janeiro: Editora Alta Livros, 2017. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550804101/.

MADRUGA, Roberto. **Gestão do relacionamento e experiência do cliente:** a revolução na experiência do cliente. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770083/.

PEREIRA, André L. *et al*. **Logística reversa e sustentabilidade.** Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522113941/.

Projeto Integrador Multidisciplinar – E-commerce sustentável – 72h/a: Desenvolver um projeto de e-commerce sustentável, explorando estratégias digitais de vendas, gestão de clientes e influência social, com um modelo de negócios focado na responsabilidade socioambiental. Definir estratégias de fidelização e atendimento personalizado, estruturar a plataforma de e-commerce, elaborar um plano de operação e gestão de pedidos, integrar diferentes canais de atendimento e venda (site, aplicativo, redes sociais, WhatsApp). Planejar estratégias de preços, mix de produtos e gestão de estoque online. Implementar técnicas de conversão e remarketing digital. Criar parcerias com influenciadores digitais que compartilham valores de sustentabilidade. Definir um sistema eficiente para devoluções, reciclagem de produtos e reaproveitamento de embalagens. Criar incentivos para consumidores que aderirem à logística reversa. Criar um pitch de apresentação do e-commerce.

Referências Básicas:

BRUNO, Batista *et al*. **A logística no e-commerce brasileiro:** do clique à entrega: análise e perspectivas do setor de transporte no comércio digital. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2024. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550821504/.

CAMPOS, Alexandre de; GOULART, Verci Douglas G. **Técnicas de vendas e e-commerce.** Rio de Janeiro: Expressa, 2020. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536533865/.

TURCHI, Sandra R. **Estratégia de marketing digital e e-commerce**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597015409/.

Referências Complementares:

CARVALHO, Nino. **Metodologia PEMD:** Planejamento Estratégico de Marketing na Era Digital - passo a passo para atuar em alto nível e se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. São Paulo: DVS, 2023.

JAMES, Allan C. **Dominando o Marketing Digital:** do básico ao avançado: seu guia completo para o sucesso online. Jundiaí, SP: New Naipe, 2025.

PEREIRA, André L. *et al*. **Logística reversa e sustentabilidade.** Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2012. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522113941/.

TOLEDO, Roberto Farias de; FILHO, José Rodrigues de F. **Sustentabilidade em gestão de projetos.** São Paulo: Actual Editora, 2023. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786587019666/.

YANAZE, Mitsuru H.; ALMEIDA, Edgar; YANAZE, Leandro Key H. **Marketing digital:** conceitos e práticas. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2022. *E-book*. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571441408/.

Optativa: Os acadêmicos poderão optar por qualquer unidade curricular que tenha afinidade com o curso e que esteja sendo ofertada no mesmo período. Caso a decisão seja tomada coletivamente pela turma, poderá ser solicitada à coordenação a oferta de uma unidade consensuada, desde que guarde relação com o curso. Ressaltamos que a viabilidade da oferta depende da disponibilidade de professor habilitado, bem como de materiais, laboratórios, máquinas e ferramentas necessários à execução das atividades. Na ausência dessas condições, os estudantes devem dialogar com a coordenação a fim de definir a melhor alternativa.

Cabe destacar ainda que a unidade curricular Libras é contemplada como optativa, uma vez que já integra a matriz curricular do curso de Psicologia no Campus São Bento do Sul, viabilizando sua oferta também no Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

3.9.3 Integralização do curso

A integralização curricular do curso inclui a aprovação em unidades curriculares previstas na matriz curricular considerando as Vivências de Extensão com a realização das atividades junto à comunidade externa como previsto.

3.9.4 Abordagem dos temas transversais: educação ambiental, educação das relações étnico-raciais e educação em direitos humanos

O tratamento da educação ambiental, da educação das relações étnico-raciais e direitos humanos, no âmbito do curso, vai ocorrer pela oferta de unidades

curriculares que abordam especificamente a temática de forma transversal e sob o entendimento de que são práticas sociais que interagem e se situam no campo dos direitos humanos e da cidadania.

Reforçam esse entendimento no tocante à educação ambiental os princípios enunciados no artigo 4.º da Lei n.º 9.795 de 27 de abril de 1999:

> I. o enfoque humanista, holístico, democrático e participativo;
> II. a concepção do meio ambiente em sua totalidade, considerando a interdependência entre o meio natural, o sócio-econômico e o cultural, sob o enfoque da sustentabilidade;
> III. o pluralismo de idéias e concepções pedagógicas, na perspectiva da inter, multi e transdisciplinaridade;
> IV. a vinculação entre a ética, a educação, o trabalho e as práticas sociais;
> V. a garantia de continuidade e permanência do processo educativo;
> VI. a permanente avaliação crítica do processo educativo;
> VII. a abordagem articulada das questões ambientais locais, regionais, nacionais e globais;
> VIII. o reconhecimento e o respeito à pluralidade e à diversidade individual e cultural (BRASIL, 1999).

No que diz respeito à educação para as relações étnico-raciais, destaca-se o Parecer CNE/CP n.º 003 de 10 março de 2004 (BRASIL, 2004), com ênfase para os princípios que indicam:

a) o reconhecimento da igualdade da pessoa humana como sujeito de direitos;

b) a necessidade de superação da indiferença e da injustiça com que os negros e os povos indígenas vêm sendo tratados historicamente;

c) a importância do diálogo na dinâmica da sociedade brasileira, essencialmente pluriétnica e que precisa ser justa e democrática;

d) a necessidade de valorização da história e da cultura dos povos africanos e indígenas na construção histórica da sociedade brasileira;

e) a indispensável implementação de atividades que exprimam a conexão de objetivos, estratégias de ensino e atividades com a experiência de vida dos alunos e

professores, valorizando aprendizagens vinculadas às relações entre negros, indígenas e brancos no conjunto da sociedade.

A Educação em Direitos Humanos, conforme Resolução n.º 1 de 30 de maio de 2012 do CNE, é entendida como um processo sistemático e multidimensional, orientador da formação integral dos sujeitos de direito. Portanto, além de propor momentos específicos para o estudo da temática, o Projeto está fundamentado nos princípios:

I. dignidade humana;
II. igualdade de direitos;
III. reconhecimento e valorização das diferenças e das diversidades;
IV. laicidade do Estado;
V. democracia na educação;
VI. transversalidade, vivência e globalidade;
VII. sustentabilidade socioambiental (BRASIL, 2012).

As principais estratégias para a inserção das temáticas compreendem a oferta de unidades curriculares e atividades transversais. No primeiro caso, estão inseridas:

a) Educação ambiental

A educação ambiental é abordada nas seguintes unidades curriculares: Eixo Institucional III: Sustentabilidade e Tecnologia de 36h/a e Ética e Sustentabilidade na Era Digital de 36h/a.

b) Educação das relações étnico-raciais

A educação das relações étnico-raciais é abordada nas seguintes unidades curriculares: Eixo II – Cidadania, Direitos Humanos e Contemporaneidade.

c) Educação em direitos humanos

A educação em direitos humanos é abordada nas seguintes unidades curriculares: Eixo II – Cidadania, Direitos Humanos e Contemporaneidade.

As temáticas também serão discutidas de forma transversal, conforme explicitado nos dispositivos legais e normativos já citados, em outras unidades curriculares.

Os estudantes poderão participar de palestras, exposições e oficinas ofertadas pelos programas e projetos de extensão que abordam essas temáticas.

Dessa forma, os estudantes terão a oportunidade de vivenciar práticas que os levem a:

a) estabelecer conexões entre a educação ambiental e a educação das relações étnico-raciais;

b) compreender a dinâmica da sociedade brasileira atual, particularmente no que se refere aos direitos que conformam uma vida cidadã;

c) sistematizar e construir sínteses e formas de intervenção com base nos assuntos estudados e nas experiências vividas.

3.9.5 Atividades extracurriculares

Além das atividades obrigatórias, os estudantes podem realizar outras atividades que propiciem o enriquecimento curricular:

a. Unidades extracurriculares

O acadêmico regularmente matriculado poderá requerer matrícula em unidades curriculares ofertadas em outros cursos de graduação da Univille, na forma de disciplina optativa, com vistas ao seu enriquecimento curricular.

São condições para o deferimento do requerimento:

- Oferta da unidade curricular em turma regular no período letivo em que o acadêmico está pleiteando a matrícula;
- Não ocorrer coincidência de horários entre a unidade curricular e as demais atividades didático-pedagógicas do curso em que o aluno está matriculado originalmente;
- Ter disponibilidade de vaga na turma/ unidade curricular em que o aluno está requerendo matrícula;
- O aluno arcar com os custos da unidade extracurricular.

O aluno poderá requerer matrícula em unidade extracurricular de outros cursos de graduação da Univille, incluindo a unidade curricular Libras. Para obter aprovação, deverá cumprir os requisitos previstos no regimento da Universidade. Caso obtenha aprovação, a unidade curricular será registrada como extracurricular no seu histórico. Em caso de reprovação, não haverá registro no histórico escolar, e o aluno também não estará obrigado a cursar a unidade curricular em regime de dependência.

A Univille também dispõe da plataforma “Espaço de Mobilidade Virtual no Ensino Superior (e-Movies)”, uma iniciativa liderada pela Organização Universitária Interamericana (OUI), com o objetivo de fornecer soluções que promovam a cooperação acadêmica internacional, da qual a Univille é membro. O acadêmico regularmente matriculado poderá requerer matrícula em unidades curriculares ofertadas por meio da plataforma e-Movies, na forma de unidade curricular optativa ou atividades extracurriculares.

São condições para o deferimento do requerimento:

- Oferta da unidade curricular em turma regular no período letivo em que o acadêmico está pleiteando a matrícula;

- Não ocorrer coincidência de horários entre a unidade curricular e as demais atividades didático-pedagógicas do curso em que o aluno está matriculado originalmente;
- Ter disponibilidade de vaga na turma/ unidade curricular em que o aluno está requerendo matrícula.

Os detalhamentos sobre o funcionamento do e-Movies podem ser obtidos junto a Assessoria Internacional da Univille.

b) Estágio não obrigatório

Além do ECS, os estudantes podem realizar estágios não obrigatórios, os quais seguem a legislação e as regulamentações institucionais e são formalizados por meio de convênios estabelecidos entre a Universidade e as organizações e termos de compromisso de estágio entre o estudante, o campo de estágio e a Universidade. Esta oferece suporte aos estudantes por meio do Escritório de Empregabilidade e Estágio (EEE).

3.10 Metodologia de ensino-aprendizagem

A proposta metodológica para o processo de ensino-aprendizagem na Universidade aponta para um paradigma de educação que privilegie o papel e a importância do estudante, que deverá estar no centro do processo.

Essa proposta visa construir um ensino superior de qualidade, tendo como princípios:

a) a mobilização e o desafio para o desenvolvimento de atitudes científicas e de autonomia;

b) a pesquisa, o que pressupõe considerar o conhecimento como ferramenta de intervenção na realidade;

c) a relação entre teoria e prática;

d) a interdisciplinaridade, com o intuito de promover o diálogo entre as diferentes áreas do conhecimento na compreensão da realidade;

e) o desenvolvimento de habilidades, conhecimento e atitudes de forma integrada;

f) o uso das tecnologias de informação e comunicação como forma de potencializar a aprendizagem, contemplar as diferenças individuais e contribuir para a inserção no mundo digital.

Assim, diferentes estratégias viabilizam o processo de ensino-aprendizagem, como estudo de caso, estudo por problema, ensino por projetos, entre outras.

O Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais adotará os princípios da Política de Ensino da Univille e a concepção de inovação pedagógica e curricular que tem sido debatida na Instituição, operacionalizando-os pela adoção de estratégias ou metodologias de ensino e aprendizagem diversificadas, conforme demonstrado no quadro 2, respeitando os objetivos de aprendizagem de cada unidade curricular, as peculiaridades dos conteúdos a serem abordados e a autonomia docente. Entre as diferentes estratégias, é possível considerar a realização das seguintes durante a implantação do curso:

Quadro 2 – Estratégias de ensino e aprendizagem no Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.

N.º	Denominação	Descrição
1	Exposição dialogada	Exposição do conteúdo com participação dos estudantes. A estratégia pode partir de leitura de textos ou apresentação de situações-problema. Utilizam-se *software* de apresentação e computador conectado a um projetor multimídia e à internet/Web.
2	Palestra	O professor pode convidar um profissional a proferir uma palestra sobre tema pertinente ao curso. Os estudantes podem ser solicitados a elaborar relatório ou responder questões sobre a palestra.

3	Estudo de texto	Exploração das ideias de um autor com base na leitura e análise do texto, gerando resumos ou resenhas.
4	Estudo dirigido	Estudo orientado de um texto com base em um roteiro ou questões de estudo propostas pelo professor.
5	Resolução de problemas	Apresentação de uma situação nova aos estudantes, que deverão proceder à análise do problema e propor uma solução. Na área de computação é comum o emprego dessa estratégia, sobretudo na resolução de problemas com apresentação de soluções algorítmicas e/ou computacionais.
6	Abordagem baseada por projeto	Método sistemático de ensino-aprendizagem que envolve os acadêmicos na obtenção de conhecimentos e habilidades por meio de um processo de investigação estruturado em torno de produtos e tarefas previamente planejadas. Tem como premissas o ensino centrado no aluno e a aprendizagem colaborativa e participativa. Tem-se um produto tangível como resultado decorrente das atividades nessa modalidade.
7	Seminário	Atividade em grupo em que é apresentado um tema ou problema pelo professor e os estudantes devem formar grupos, levantar informações, discutir o tema/problema e apresentar um relatório com as conclusões.
8	Estudo de caso	Atividade em grupo em que o professor apresenta uma determinada situação real ou fictícia e os estudantes, individualmente ou em grupos, devem proceder à análise e indicar soluções às questões propostas na forma de um seminário ou de um relatório.
9	Aulas de laboratório	Emprega laboratórios de informática para a realização de uma série de atividades em diferentes unidades curriculares. Tais atividades incluem o treinamento/prática e aprimoramento do saber desenvolvido em sala de aula.
10	Pesquisa bibliográfica	Com base em um tema/problema apresentado pelo professor, os estudantes realizam, individualmente ou em grupos, pesquisa bibliográfica e elaboram relatório de pesquisa bibliográfica, que pode ser apresentado na forma de simpósio ou seminário.
11	Pesquisa de campo	Com base em um tema/problema apresentado pelo professor, os estudantes realizam, individualmente ou em grupos, pesquisa de campo e elaboram relatório da pesquisa, que pode ser apresentado na forma de simpósio ou seminário.

12	Saídas a campo	Os estudantes são levados a vivenciar a prática da aplicação dos conteúdos trabalhados em sala de aula.
13	Uso de *softwares*	Atividade individual ou em grupo na qual os estudantes são introduzidos ao uso de *softwares* de aplicação específica e, na maioria das vezes, técnica.
14	Projeto Colab	Laboratório colaborativo para o desenvolvimento das competências do século XXI. Integra atividades de ensino, pesquisa e extensão no âmbito de um laboratório colaborativo, a fim de desenvolver as habilidades e competências do século XXI entre um grupo de jovens, antes, durante e logo após a sua graduação na Univille, visando a uma experiência acadêmica diferenciada, bem como à inovação pedagógica. As palavras-chave do projeto são listadas como: integração ensino-pesquisa-extensão; laboratório colaborativo; inovação pedagógica.

Fonte: primária (2025)

3.11 Inovação pedagógica e curricular

Na Univille a inovação pedagógica e curricular é compreendida como um procedimento de mudança planejado e passível de avaliação que leva a processos de ensino e aprendizagem centrados no estudante, mediados pelo professor e que apresentam as seguintes características:

• Prática pedagógica planejada, cooperativa e reflexiva;

• A mobilização e o desafio, por meio de metodologias de aprendizagem ativa, para o desenvolvimento de atitudes científicas e de autonomia com base na problematização da realidade e do conhecimento existente a seu respeito;

• A pesquisa, o que pressupõe considerar o conhecimento como ferramenta de intervenção na realidade;

• A relação entre teoria e prática;

• A interdisciplinaridade, com o intuito de promover o diálogo entre as diferentes áreas do conhecimento na compreensão da realidade;

• A interprofissionalidade, que permite aprender sobre a sua profissão e a profissão de outros em busca de objetivos comuns e que estimulam as práticas colaborativas;

• O desenvolvimento de habilidades, conhecimento e atitudes de maneira integrada;

• O uso das tecnologias de informação e comunicação como forma de potencializar a aprendizagem, contemplar as diferenças individuais e contribuir para a inserção no mundo digital;

• A avaliação sistemática da aprendizagem, que contemple tanto o aspecto formativo quanto o somativo do processo de ensino e aprendizagem;

• O comportamento ético e democrático de professores e estudantes.

A Universidade instituiu o Centro de Inovação Pedagógica (CIP) com a missão de promover a inovação pedagógica e curricular nos cursos da Univille por meio de ações relacionadas à organização didático-pedagógica dos projetos pedagógicos dos cursos, à profissionalização docente continuada e à melhoria contínua da infraestrutura empregada no processo de ensino e aprendizagem (UNIVILLE, 2009).

A atuação do CIP, tendo em vista a inovação pedagógica e curricular, está pautada nos seguintes princípios:

• A promoção da autonomia dos estudantes no que diz respeito ao seu processo de aprendizagem;

• A contínua profissionalização e construção da identidade docente;

• A melhoria contínua da qualidade do processo de ensino e aprendizagem;

• A sustentabilidade dos cursos;

• A integração dos cursos por meio do compartilhamento de concepções educacionais, metodologias de ensino e aprendizagem e recursos didático-pedagógicos;

• A integração de suas ações com os processos de avaliação de cursos da Instituição;

• O alinhamento de suas ações ao PPI e ao PDI da Univille. O CIP tem como objetivo promover ações que contribuam para a inovação pedagógica e curricular dos cursos da Univille, atuando nos seguintes eixos:

• Organização didático-pedagógica proposta e operacionalizada por meio do PPC;

• Profissionalização docente que contemple concepções educacionais, metodologias de ensino e aprendizagem e recursos didático-pedagógicos conforme a perspectiva da inovação preconizada pelo PPI da Univille;

• Melhoria e adequação da infraestrutura necessária à inovação nos processos de ensino e aprendizagem.

Os serviços oferecidos pelo CIP compreendem:

• Assessoramento às coordenações nos processos de criação de cursos e estruturação, reestruturação e alteração do PPC;

• Assessoramento às coordenações nos processos de inovação pedagógica e curricular;

• Planejamento, execução, acompanhamento e avaliação do Programa de Profissionalização Docente (PPD);

• Planejamento, execução, acompanhamento e avaliação de projetos de assessoramento pedagógico aos docentes mediante demanda das coordenações de cursos;

• Planejamento, execução, acompanhamento e avaliação de projetos de prospecção e implantação de tecnologias de informação e comunicação aplicáveis aos processos de ensino e aprendizagem presenciais, semipresenciais e a distância.

O público-alvo do CIP engloba os profissionais da educação e as coordenações dos cursos da Univille.

3.12 Flexibilização curricular

A flexibilização curricular pode ocorrer ao se efetivar o aproveitamento de estudos e experiências anteriores do estudante com base no artigo 41 da LDB n.º 9.394/1996, que, de maneira bastante ampla, dispõe: o conhecimento adquirido na educação profissional, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos.

A sistemática de avaliação prevista pelo curso compreende estratégias como o exame de proficiência, que, segundo a Resolução do Consun, se destina à avaliação de potencialidades, conhecimentos e experiência profissional anteriores do estudante, propiciando-lhe o avanço nos estudos, mediante comprovada demonstração do domínio do conteúdo e das habilidades e competências requeridas por unidade curricular do currículo do seu curso por meio de avaliação teórica, prática ou teórico-prática.

Além disso, por meio das abordagens de temas transversais e por meio das atividades extracurriculares, a Instituição proporá atividades que viabilizem a flexibilidade curricular.

3.13 Procedimentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem

A avaliação da aprendizagem é um ato necessário, que abriga em seu movimento uma crítica pedagógica, a qual inclui desempenho e posturas docentes e discentes, expressando abertura para redimensionar as suas ações em face do desempenho dos acadêmicos no decorrer do processo.

Essa concepção implica um processo contínuo, sistemático e transparente fundamentado nos princípios institucionais e no projeto pedagógico do curso, que delineia o perfil do egresso e solicita a avaliação de habilidades, conhecimentos e atitudes. Deve equilibrar aspectos quantitativos e qualitativos, além de favorecer a formação científica, profissional e cidadã do acadêmico, tanto no seu percurso individual quanto no coletivo.

A avaliação do desempenho acadêmico no curso é feita por unidade curricular e tem como critérios: a frequência; a avaliação da aprendizagem nos estudos, expressa em notas.

Para cada unidade curricular serão atribuídas 2 (duas) Médias Bimestrais (MB1 e MB2), devendo cada média ser composta por, no mínimo, 2 (duas) notas. A Média Final (MF) será a média aritmética simples das médias bimestrais (MB1 e MB2), apurada pela fórmula MF = (MB1 + MB2)/2;

O estudante que obtiver Média Final igual ou superior a 6 (seis) estará aprovado desde que obtenha frequência mínima de 75% da carga horária lecionada em cada unidade curricular com atividades presenciais e/ou síncronas mediadas.

Portanto, a aprovação do estudante em cada unidade curricular de cada período letivo dependerá do cumprimento, concomitantemente, das seguintes condições:

I. - obtenção de frequência mínima de 75% da carga horária lecionada nas unidades curriculares;

II. - obtenção na avaliação de aprendizagem de Média Final mínima de 6 (seis):

O acadêmico que não fizer avaliações parciais ou finais ou não apresentar trabalhos acadêmicos previstos nas datas fixadas poderá requerer segunda chamada em cinco dias úteis, quando o motivo da falta estiver previsto em lei ou houver outro motivo justificável.

A frequência da Unidade Curricular será apurada:

I – Nas unidades curriculares totalmente presenciais: por meio da presença, a cada aula ministrada registrada no Diário de Classe;

II – Nas unidades curriculares 50% presencial e 50% assíncrona: por meio da presença nas aulas presenciais, a cada aula ministrada registrada no Diário de Classe e pela entrega das atividades/avaliações nas aulas assíncronas;

III – Nas unidades curriculares 50% síncrona mediada e 50% assíncrona: por meio da presença nas aulas síncronas mediadas registradas no Diário de Classe e pela entrega das atividades/avaliações nas aulas assíncronas;

IV – Nas unidades curriculares totalmente assíncronas: por meio da entrega das atividades/avaliações nas aulas assíncronas registrada no ambiente virtual de aprendizagem.

Independentemente dos demais resultados obtidos, considerar-se-á reprovado o acadêmico que não obtiver frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária lecionada em cada unidade curricular.

Nas unidades curriculares com carga horária parcial ou integral a distância, pelo menos uma das avaliações deverá:

I - Ser presencial;

II – Ter peso majoritário na composição da nota final da unidade curricular;

III – Incluir elementos discursivos que estimulem análise e síntese, com peso mínimo de 1/3 na avaliação ou realizar avaliação por meio de atividade prática.

Nos trabalhos de conclusão de curso ou estágio curricular supervisionado, poder-se-á exigir frequência superior ao fixado neste artigo, desde que previsto no respectivo Regulamento do Curso, aprovado pelo Conselho Universitário. Todas as provas e/ou trabalhos escritos devem ser devolvidos ao estudante depois de avaliados pelo professor.

A divulgação das notas é feita de acordo com o Calendário Acadêmico, disponível no *site* www.univille.br.

Outros detalhamentos da avaliação, como peso e periodicidade, serão especificados no Planejamento de Ensino e Aprendizagem (PEA), elaborado por cada professor quando do início do período letivo.

3.14 Apoio ao discente

As condições de atendimento ao discente decorrem principalmente de um dos objetivos do Planejamento Estratégico da Univille: expandir o acesso e favorecer a permanência do estudante na Instituição de modo sustentável. Esse objetivo é desdobrado na estratégia relativa à dimensão Sustentabilidade, que diz respeito a facilitar o acesso e a permanência do estudante. É com tal finalidade estratégica que a Univille desenvolve ações, projetos e programas para o atendimento aos discentes, conforme descrito no PDI.

3.14.1 Central de Relacionamento com o Estudante

Responsável por promover ações que busquem o desenvolvimento contínuo de um ambiente que favoreça a melhoria da qualidade das relações entre os estudantes e a Instituição, além de oferecer oportunidades de desenvolvimento de habilidades e competências, de integração e de inserção profissional, visando ao sucesso acadêmico. Entre os serviços da CRE estão o atendimento pedagógico, psicológico, social, atividades de nivelamento (reforço em conteúdo de disciplinas exatas, língua portuguesa e química), divulgação de vagas, controle e acompanhamento dos vínculos de estágios, acompanhamento de estudantes com necessidades especiais e/ou deficiência, programas de bolsas de estudo, além de outros projetos a serem desenvolvidos em parcerias com as coordenações de cursos.

a) O atendimento psicológico é realizado por profissional habilitado e oferecido gratuitamente mediante agendamento prévio. Para as orientações individuais são realizadas de 3 a 5 sessões. São realizadas ainda orientações para grupos, palestras ou conversas em sala de aula, dependendo da demanda dos cursos.

b) O atendimento pedagógico tem como foco a orientação nos casos de dificuldades de adaptação aos estudos, metodologia das disciplinas, utilização do tempo, organização pessoal, entre outras necessidades apresentadas pelos estudantes e que influenciam no seu desempenho acadêmico. Os atendimentos também são realizados por profissional habilitado e de forma gratuita.

c) No caso do atendimento social, os estudantes podem solicitar contato com a profissional disponível na CRE para orientações financeiras, de bolsas de estudo, dificuldades de integração na IES e dificuldades na renovação da matrícula por falta de recursos.

d) As atividades de nivelamento têm objetivo de oportunizar aos estudantes a revisão e aprimoramento de conteúdos da Língua Portuguesa, Matemática, Física e Química com vistas a melhorar seu desempenho acadêmico na Universidade.

e) A CRE mantém relação direta com as empresas e estudantes interessados em divulgar/realizar estágio. Para os estágios não obrigatórios todas as empresas podem cadastrar suas vagas no Banco de Oportunidades Univille – BOU e todos os estudantes da Univille podem cadastrar seu currículo e se candidatar nas vagas divulgadas. A partir da definição do estagiário pela empresa, os documentos específicos são elaborados, assinados e mantidos sob guarda do setor para eventuais consultas. Além disso, a regularização do estágio obrigatório por meio da emissão do termo de compromisso para os estudantes em fase de final do curso também é realizada pela CRE.

f) O acompanhamento dos estudantes com necessidades especiais e/ou deficiência está previsto no Programa de Inclusão de Pessoas com Necessidades Especiais (PROINES). A partir da realização da matrícula, os estudantes são orientados a apresentar um laudo médico que ateste a sua situação em termos de necessidades especiais. A entrega do laudo legitima o estudante a receber os atendimentos necessários à sua permanência. Visando auxiliar o estudante, a CRE realiza o mapeamento dos estudantes, informando aos cursos quais as necessidades que são apresentadas, sejam elas voltadas a acessibilidade arquitetônica ou a pedagógica. Por meio do PROINES, a CRE também viabiliza a contratação de intérprete de libras e monitores para acompanhar os estudantes em suas atividades, bem como realiza ações de sensibilização da comunidade acadêmica. O acompanhamento dos estudantes pelo PROINES é contínuo, durante o período em que estiverem na Instituição. Como forma de avançar em suas ações afirmativas, a CRE conta com o Laboratório de Acessibilidade – LABAS que está equipado com tecnologias assistivas como impressora a braile e computadores com sintetizador de voz para auxiliar acadêmicos com deficiência visual. Além disso, há um escâner que transforma imagem em textos.

g) Os programas de bolsas são regidos por legislação própria e pelas regulamentações institucionais. A CRE é responsável por repassar as informações e orientações sobre esses programas e divulgar para a comunidade acadêmica por meio de folders e cartazes, bem como por e-mail e no Portal da Univille.

Os programas de bolsas de estudo que a Univille disponibiliza para os estudantes serão detalhadas num item mais à frente.

3.14.2 Central de Atendimento Acadêmico

A Central de Atendimento Acadêmico (CAA) tem como objetivo facilitar o atendimento aos discentes, englobando as informações relevantes para a vivência acadêmica. Nela o acadêmico encontrará, entre outros serviços disponíveis, informações financeiras, acadêmicas e sobre crédito universitário. A CAA responde pelo serviço de expediente, registro e controle acadêmico dos cursos de graduação da Univille. Nesse sentido, gerencia e executa os processos de matrícula e rematrícula, mantém dados e documentos acerca do desenvolvimento das atividades dos cursos e emite documentos sobre a vida acadêmica dos estudantes.

Cabem também à CAA a responsabilidade do planejamento, da organização, da coordenação, da execução e do controle das atividades financeiras, a administração do fluxo de caixa, contas a pagar, contas a receber, cobrança, cadastro, contratos e a administração dos recursos financeiros da Univille.

Além disso, fica a seu encargo a administração dos programas de crédito universitário.

3.14.3 Programas de bolsa de estudo

Os programas de bolsas de estudo são regidos por legislação própria e pelas regulamentações institucionais. Além disso, a Instituição mantém comissões de acompanhamento e fiscalização da concessão de bolsas.

As informações e orientações sobre os programas de bolsas de estudo são divulgadas na comunidade acadêmica por meio de fôlderes e cartazes, bem como por e-mail, redes sociais e no Portal da Univille.

A Instituição mantém uma série de oportunidades de bolsas de estudo, opções de financiamento estudantil e programa de incentivos conforme descrito em https://universo.univille.br/bolsas

3.14.4 Assessoria Internacional

A Assessoria Internacional da Univille tem como missão promover a internacionalização curricular da comunidade acadêmica, por meio de projetos e programas desenvolvidos com base nos macroprocessos da Política de Internacionalização da Instituição. São eles: Mobilidade *Outgoing* e *Incoming*, Estágio e Pesquisa Internacional, *Short Term Programs* e *Internationalization at Home* (IaH). Os objetivos da Assessoria Internacional são:

• articular a troca de experiências entre estudantes, professores, pesquisadores e pessoal administrativo com seus pares de instituições estrangeiras parceiras;

• promover intercâmbios, cursos, eventos e estágios no âmbito internacional;

• intensificar a interação da Universidade com as diversas áreas de governo, com instituições de ensino superior, instituições de pesquisa, desenvolvimento e/ou inovação e com a iniciativa privada, com o propósito de fomentar iniciativas de internacionalização;

• buscar a interlocução e a articulação com as agências nacionais e internacionais de financiamento ao desenvolvimento da cooperação e do intercâmbio acadêmico-científico internacional;

• viabilizar ações de internacionalização de currículo “em casa”;

• incentivar a participação da comunidade acadêmica em diferentes tipos de atividades acadêmico-científicas e culturais internacionais;

• promover e divulgar as atividades da Univille no exterior;

• fortalecer a posição da Univille como universidade de referência regional nas articulações internacionais.

São atribuições da Assessoria Internacional:

• coordenar as ações relacionadas à cooperação internacional;

• identificar novas oportunidades de parcerias internacionais de potencial interesse para o desenvolvimento da Instituição, verificando seus mecanismos de funcionamento e formas de acesso;

• gerir convênios internacionais e prospectar novos projetos de colaboração com instituições já conveniadas;

• prospectar e divulgar oportunidades de intercâmbio, estágio, curso extracurricular, bolsa de estudo, trabalho e evento internacional;

• organizar visitas e missões internacionais, a fim de identificar potencialidades para o desenvolvimento de projetos conjuntos de interesse institucional;

• assessorar a comunidade acadêmica da Univille a respeito de atividades acadêmicas e científicas no exterior;

• apoiar, em parceria com os setores competentes da Instituição, a preparação e o encaminhamento de projetos às diferentes agências de fomento nacionais e internacionais, com o intuito de obter recursos financeiros para atividades de cooperação internacional;

• responder pelos contatos internacionais da Univille e pelas articulações internas com os setores acadêmico e administrativo para a viabilização das atividades;

• coordenar a recepção de visitantes estrangeiros na Univille;

• recepcionar estudantes, professores e pesquisadores estrangeiros e participantes de programas de mobilidade acadêmica internacional, assim como oferecer-lhes orientações gerais;

• coordenar o Programa de Mobilidade Acadêmica Internacional da Univille;

• representar a Univille no que tange às ações internacionais.

O público-alvo da Assessoria Internacional são os estudantes, docentes, pesquisadores, o pessoal administrativo e a comunidade (nas ações de internacionalização na Extensão). O setor está ligado à Reitoria e é composto por um assessor com conhecimentos e vivência nas áreas da internacionalização e mobilidade, bem como por técnicos administrativos responsáveis pela operacionalização das ações de mobilidade acadêmica.

3.14.5 Diretório Central dos Estudantes e representação estudantil

O Diretório Central dos Estudantes (DCE) é a entidade representativa dos acadêmicos da Univille, cuja eleição se dá pelo voto direto dos alunos. O DCE é entidade autônoma, possui estatuto próprio e organiza atividades sociais, culturais, políticas e esportivas voltadas à comunidade estudantil. O DCE tem direito a voz e voto nos conselhos superiores da Furj/Univille, conforme disposto nas regulamentações institucionais.

De acordo com os estatutos e regimentos da Furj/Univille, a representação estudantil compõe 30% do colegiado dos cursos. Anualmente as turmas indicam um representante e um vice-representante de classe entre os estudantes regularmente matriculados na turma. Esses estudantes participam das reuniões do colegiado do curso com direito a voto. Além disso, a coordenação realiza entrevistas e reuniões com os representantes e vice-representantes com vistas a obter informações sobre o andamento das atividades curriculares e informar as turmas sobre assuntos pertinentes à vida acadêmica.

3.14.6 Coordenação ou área

A coordenação do curso de graduação é o órgão executivo que coordena as atividades do curso de graduação. Suas ações incluem planejamento, organização, acompanhamento, controle e avaliação dos projetos e atividades de ensino, pesquisa e extensão no âmbito do curso. Para tanto, deve considerar a integração com os demais cursos do Comitê de Área e com a Instituição e estar em consonância com a legislação educacional, o PDI, as políticas, os estatutos, os regimentos e as regulamentações institucionais.

A Instituição está promovendo a integração dos cursos por áreas, com vistas a propiciar ações de melhoria contínua da qualidade. Cada área dispõe de atendimento aos estudantes por meio de uma equipe de auxiliares de ensino.

As coordenações de curso efetuam o atendimento a estudantes e grupos de estudantes. As demandas individuais e de grupo são analisadas e encaminhadas aos setores competentes. As situações relativas à gestão didático-pedagógica são discutidas, e os encaminhamentos são realizados por meio de reuniões administrativas

e pedagógicas com o colegiado, o Núcleo Docente Estruturante (NDE), os professores de determinada turma ou ainda com os professores de forma individual. As decisões e as ações são balizadas pela legislação interna e externa, pelo Projeto Pedagógico do Curso e pela busca da melhoria contínua da qualidade e da sustentabilidade do curso.

3.14.8 Outros serviços oferecidos

Os estudantes dos cursos de graduação da Univille também têm acesso a outros serviços, conforme discriminado no quadro a seguir:

Quadro 3 – Serviços disponibilizados aos estudantes

Outros serviços disponibilizados aos estudantes	Descrição
Serviço de Psicologia	O Serviço de Psicologia (SPsi) da Univille oferece: • atendimento clínico psicológico; • serviço de psicologia educacional; • serviço de psicologia organizacional e do trabalho; • programas e projetos nas diversas áreas de aplicação da Psicologia. O SPsi tem como público-alvo a comunidade interna e externa da Univille. Dispõe de um psicólogo responsável e conta com uma equipe formada por professores e estudantes da 5.ª série do curso de Psicologia da Univille
Ouvidoria	É um serviço de atendimento à comunidade interna e externa com atribuições de ouvir, registrar, acompanhar e encaminhar críticas e sugestões, em busca de uma solução. É acessível e direta, sem burocracia, e está à disposição da comunidade geral e universitária

Centro de Atividades Físicas (CAF)	É um programa de extensão institucional que tem por objetivo propiciar aos estudantes da Univille e à comunidade em geral a oportunidade de participar de atividades físicas e recreativas que contribuam para o desenvolvimento pessoal e profissional, valorizando o bem-estar físico e mental e a promoção da saúde e da qualidade de vida. Conta com uma infraestrutura que inclui piscina, academia de musculação, tatame, sala de ginástica, pista de atletismo. O CAF oferece turmas regulares em diversas modalidades esportivas e de saúde, incluindo musculação, ginástica e natação
Serviços de reprografia	O *Campus* Joinville da Univille conta com o fornecimento de serviços de reprografia por meio de empresa terceirizada. Essa estrutura é composta por: 1) centro de reprografia: localizado no Bloco B, que oferece serviços de fotocópia e encadernação nos turnos matutino, vespertino e noturno; 2) áreas de fotocópias: uma localizada no Bloco E, próximo ao CAF, e outra no prédio da Biblioteca Central, as quais fornecem serviço de fotocópia nos três turnos. O *Campus* São Bento do Sul e as demais unidades da Univille também contam com fornecimento de serviços de reprografia por meio de empresa terceirizada
Serviços de alimentação	O *Campus* Joinville da Univille dispõe de serviços de alimentação por meio de empresas terceirizadas. Essa estrutura é composta por: 2 restaurantes, sendo um localizado ao lado da pista de atletismo que oferece serviço de almoço, janta e café (a partir das 16h), e outro no Centro de Convivência que oferece serviço de almoço. 5 lanchonetes localizadas nos seguintes espaços do *Campus*: Bloco C, Bloco D, Bloco E, Academia e Coworking da Univille (UniCo). Os estabelecimentos fornecem serviço de lanchonete e cafeteria e funcionam nos três turnos. O *Campus* São Bento do Sul também conta com o fornecimento de serviços de alimentação por meio de uma lanchonete localizada no prédio principal do *campus*
Serviços médicos e odontológicos	A instituição mantém convênio com empresa de atendimento de emergência, que disponibiliza ambulância e atendimento de paramédicos quando da ocorrência de situações graves e de encaminhamento a hospitais. O serviço de emergência prevê o atendimento em todos os *campi* e unidades da Univille. As clínicas odontológicas do curso de Odontologia funcionam no Bloco C do *Campus* Joinville e atendem a comunidade em sistema de agendamento de consultas. Os estudantes da Univille podem utilizar os serviços mediante triagem realizada pela coordenação das clínicas odontológicas
Serviços de assessoramento jurídico	Os cursos de Ciências Jurídicas da Univille, em Joinville e São Bento do Sul, mantêm escritórios de práticas jurídicas nos respectivos *campi*. Os escritórios atendem a comunidade em sistema de agendamento, e os estudantes da Univille utilizam os serviços mediante triagem realizada pelas coordenações dos escritórios

Fonte: PDI 2022-2026 (UNIVILLE, 2022)

3.15 Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa

A Política de Avaliação Institucional da Univille tem por objetivo definir as diretrizes institucionais que orientam os processos de autoavaliação de atividades, processos, projetos e programas desenvolvidos pela Universidade e a gestão da participação da Instituição nos processos de avaliação externa promovidos pelos órgãos governamentais de avaliação, regulação e supervisão da educação.

Tal política considera os seguintes macroprocessos:

a) Monitoramento do IGC;

b) Autoavaliação institucional;

c) Gestão da avaliação externa institucional;

d) Gestão da autoavaliação de curso de graduação;

e) Gestão da avaliação externa de curso de graduação;

f) Gestão da autoavaliação de programas e cursos de pós-graduação;

g) Gestão da avaliação externa de programas e cursos de pós-graduação;

h) Avaliação contínua do desempenho docente;

i) Gestão da participação e dos resultados do Enade.

As diretrizes gerais a serem observadas nos macroprocessos da Avaliação Institucional são: integração com ensino, pesquisa e extensão; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; representatividade e participação; qualidade; transparência; legalidade; acompanhamento; comunicação; imparcialidade; equidade; melhoria contínua.

A gestão da autoavaliação de curso de graduação tem por objetivo obter nas coordenações um relatório que sintetize os resultados do processo auto avaliativo. Esse relatório visa promover a reflexão e a discussão sobre a qualidade percebida e identificada pelos instrumentos de avaliação, bem como estimular o NDE a analisar os

resultados e propor ações que visem à melhoria do curso. Tais ações devem ser apresentadas no Relatório de Autoavaliação do Curso, o qual subsidia a gestão do curso e alimenta o processo de autoavaliação institucional, de responsabilidade da Comissão Própria de Avaliação (CPA).

A gestão da avaliação externa de curso de graduação tem por objetivo viabilizar as providências necessárias para a realização do processo de reconhecimento ou renovação de reconhecimento de curso de graduação. A Pró-Reitoria de Ensino (Proen) é responsável pelo processo, e a sua operacionalização cabe às coordenações de cursos de graduação, com o assessoramento da Proen. O processo abrange definição, planejamento, execução e acompanhamento das providências necessárias para o reconhecimento e a renovação do reconhecimento dos cursos, o que engloba a articulação com demais instâncias institucionais, considerando a legislação e os instrumentos de avaliação vigentes. Inicialmente é realizada a adequação do PPC, o qual deve ser discutido e aprovado no colegiado e nos conselhos. Em seguida, o PPC é postado no sistema e-MEC e, no caso de ter diligências, estas devem ser respondidas, a fim de obter o despacho saneador e o agendamento das visitas *in loco*. Com o agendamento da visita, ocorre a preparação dos documentos solicitados pela comissão, bem como a preparação para a reunião com dirigentes, CPA, docentes, membros do NDE e discentes.Ao final da visita de avaliação *in loco,* recebe-se a devolutiva dos avaliadores e realiza-se, no sistema e-MEC, a avaliação da comissão designada para visita na instituição. Ao receber o relatório da avaliação *in loco*, este é encaminhando à Proen, à gestão institucional, ao coordenador do curso e à Assessoria de Planejamento e Avaliação Institucional, os quais avaliam e decidem pela homologação ou impugnação do relatório. O NDE e o colegiado do curso analisam os dados do relatório, realizam a autoavaliação e preparam um plano de ação de melhorias, o qual é encaminhado à CPA.

3.16 Tecnologias de informação e comunicação no processo de ensino e aprendizagem

A proposta metodológica para o processo de ensino e aprendizagem na Universidade aponta para um paradigma de educação que privilegia o papel central do estudante e a mediação e facilitação pelo professor. Essa proposta contempla o emprego de materiais didático-pedagógicos e tecnologia educacional que inclui recursos oferecidos pela tecnologia de informação e comunicação (TIC).

A Univille disponibiliza aos estudantes e profissionais da educação uma infraestrutura de TIC composta por servidores que hospedam os sistemas de informação da Instituição, redes de computadores no âmbito da Universidade, laboratórios de informática e conexão à internet/Web por meio de cabo e *wi-fi*, atualmente instalados em todas as salas de aula. A Universidade mantém contratos com empresas terceirizadas que fornecem serviços de tecnologia da informação. Além disso, convênios propiciam parcerias entre a Instituição e empresas com vistas a disponibilizar materiais e tecnologias a serem utilizados por docentes e estudantes no desenvolvimento das atividades acadêmicas. Adicionalmente é ofertado suporte aos usuários dos sistemas e das tecnologias por *e-mail* ou presencialmente.

A Univille mantém um portal acadêmico na internet (www.univille.br). Todos os estudantes, profissionais da educação e pessoal administrativo dispõem de uma conta de *e-mail* no domínio univille.br, bem como usuário e senha de acesso ao portal e às redes internas de computadores da Instituição. O acesso ao portal é customizado de acordo com o perfil do usuário (estudante, profissional da educação, pessoal administrativo). O perfil permite acesso a informações e rotinas administrativas relacionadas à vida acadêmica, além do acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) Enturma.

O Enturma consiste em um *learning management system* (LMS) disponibilizado e customizado para a Univille por meio de um contrato com a empresa Grupos Internet S.A. (www.gruposinternet.com.br). Ele é organizado em comunidades com uma estrutura hierárquica que parte da comunidade mais ampla, denominada Univille, até comunidades de turma/disciplina. Cada comunidade de turma/disciplina é formada pelos estudantes e professores da turma da disciplina em um período letivo específico. Por meio de ferramentas disponíveis na comunidade virtual, os seus integrantes podem compartilhar materiais didático-pedagógicos, dados e informações, colaborar

com a produção de conteúdo, interagir e se comunicar. As ferramentas incluem disco virtual, mural, grupo de discussão, fórum, repositório de aulas, cronograma, trabalhos/atividades, questionários, entre outros. Mediante sistemas específicos integrados ao Enturma, há também recursos relacionados à gestão acadêmica, tais como diário de classe, calendário de provas e boletim de notas. Pelo acesso ao portal e ao Enturma, os usuários podem interagir virtualmente com os integrantes das comunidades a que pertencem e com as diversas áreas institucionais.

Os materiais didático-pedagógicos favorecem o "diálogo didático", servindo para orientar o aprendizado e proporcionando suporte para a compreensão e apreensão eficaz dos conteúdos, além de espaços para a participação e contextualização voltados à construção do conhecimento. Os materiais bibliográficos constituem o principal referencial a ser empregado no processo de ensino e aprendizagem. Nesse sentido, o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e o Planejamento de Ensino e Aprendizagem (PEA) das disciplinas da Univille apresentam um referencial bibliográfico básico e complementar de cada disciplina. Esse referencial integra o acervo da Biblioteca Universitária (BU) e está disponível para consulta e empréstimo pelos estudantes, profissionais da educação e pessoal administrativo de acordo com regulamentações internas. A Univille também disponibiliza para a comunidade acadêmica o acesso à biblioteca virtual Minha Biblioteca, na forma de *e-books*. Outro recurso disponível é o acesso a bases de dados científicas por meio dos portais Capes e EBSCO.

Além de referencial bibliográfico disponível na BU, docentes e discentes contam com recursos de TIC para produzir materiais como textos e apresentações, os quais podem ser disponibilizados no AVA ou reproduzidos por meio dos serviços terceirizados de reprografia existentes na Instituição.

A Tecnologia da Informação da Univille, subordinada à Diretoria de Operações, é responsável por desenvolver, implementar, atualizar e manter soluções computacionais, garantir a segurança da informação, executar projetos de informática, prover recursos audiovisuais, realizar a gestão documental, além de oferecer suporte para a comunidade acadêmica, técnicos administrativos e

professores. Esta estrutura atende a todos os Campi, Unidades e Polos que fazem uso dos sistemas de gestão e tecnologia da informação.

Para capacitar os professores na utilização do que é disponibilizado pela instituição em termos de Tecnologias de Informação, anualmente são oferecidas oficinas pelo Programa de Profissionalização Docente.

A Univille também conta com laboratórios nas diferentes áreas do conhecimento, conforme previsto nos PPCs. Nos laboratórios são disponibilizados recursos tecnológicos e materiais didático-pedagógicos a serem empregados nas atividades de ensino de acordo com o PEA, elaborado pelo professor para cada disciplina que leciona, a cada início de ano letivo.

A Instituição também possui uma editora, a Editora Univille, que tem como missão disseminar o conhecimento produzido na Instituição e fora dela, visando favorecer a melhoria da qualidade do ensino e o desenvolvimento científico, tecnológico e cultural de sua região de atuação.

A Editora Univille é responsável pela edição de livros de caráter acadêmico-científico, periódicos da mesma natureza e diversas publicações institucionais. É afiliada à Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu) e à Associação Brasileira de Editores Científicos (Abec), além de ser cadastrada no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), responsável pela emissão de *international standard serial number* (ISSN), e na Câmara Brasileira do Livro (CBL), responsável pela emissão de *international standard book number* (ISBN). Está ligada ainda à BU da Univille, que faz a catalogação na fonte das obras que a editora produz. A Editora Univille também tem publicado obras em parceria com o Sistema Municipal de Desenvolvimento pela Cultura (SimDec) e eventualmente com outras organizações e universidades. Em 2014 a editora foi inserida no contexto dos livros digitais, com a publicação da quarta edição do livro Fazendo pesquisa: do projeto à comunicação científica, disponibilizado com acesso livre e irrestrito na página da editora. Em 2021 realizou sua primeira publicação em e-book.

A estrutura da Editora Univille é composta por um Conselho Editorial, pelo coordenador da área de editora, por revisora, diagramadora e por uma assistente

administrativa. O Conselho Editorial reúne-se quadrimestralmente para analisar obras candidatas a publicação e deliberar sobre assuntos específicos da área.

O foco do trabalho editorial abrange obras de:

• caráter didático, de autoria de professores da Instituição ou de outras universidades, de interesse imediato do público acadêmico nas diferentes áreas;

• caráter científico, como teses e dissertações adaptadas ao formato de livro;

• caráter geral, preferencialmente de autores ligados à Instituição, desde que a demanda pela referida obra justifique sua publicação.

O Univille Play é o canal institucional da Universidade na plataforma YouTube, que inicialmente surgiu como uma ferramenta para a divulgação de campanhas de vestibular, mas que teve um papel importante com a suspensão das atividades acadêmicas por causa da pandemia.

A grande abrangência de público que a plataforma permite propiciou a efetiva comunicação da Universidade com a sua comunidade de duas principais formas: por meio de programas institucionais, apresentando as ações efetivadas pela comunidade acadêmica, e pela realização de eventos temáticos por área de formação, contribuindo com o processo de aprendizagem. O Univille Play também cumpre um papel importante para com os futuros alunos da Instituição, pois com o constante aumento de conteúdo produzido para a plataforma, fornece a alunos concluintes do ensino médio a oportunidade de conhecer um pouco mais das características de formação de cada curso e fazer uma escolha de forma mais acertada.

A Biblioteca Virtual da Univille atualmente conta com mais de 8.000 títulos de diversas editoras (Saraiva, ArtMed, LTC etc.), disponíveis para acesso digital empregando o *login* no Portal Univille. A Biblioteca está disponível para estudantes, professores e pessoal administrativo da Universidade.

A Univille também possui assinatura das bases EBSCO, Science Direct e do Portal de Periódicos Capes, nos quais podemos encontrar diversos periódicos da área do curso.

No curso de Mídias Sociais e Digitais os docentes devem utilizar grande parte dos recursos de TICs, nas suas atividades acadêmicas, para melhorar o sistema de

aprendizagem e ensino. Um desses recursos utilizados é o Disco Virtual que permite o compartilhamento de arquivos entre docentes e discentes, recados dos professores, fórum de discussões, sistema de avaliação, enquetes, mural, conselho e diários de classe.

3.19 Ambiente Virtual de Aprendizagem

O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) utilizado pela Univille desde 2002 é denominado Enturma, fornecido pela empresa Grupos Internet. Ele oferece diversas ferramentas que possibilitam a interação entre tutores, discentes e docentes. No que concerne a conteúdo das unidades curriculares, este pode ser inserido no sistema, organizado em forma de aulas mediante um gerenciador de aulas e disponibilizado sob o conceito de cronograma com datação para atividades, avaliativas ou não. Quanto à acessibilidade metodológica, docentes, tutores e outros responsáveis pela inserção de conteúdo educacional possuem ferramentas como:

- Fórum – permite discussão assíncrona sobre temas pertinentes à unidade curricular;
- Trabalhos / atividades – possibilita a criação de uma atividade com *upload* de arquivos ou não, para a qual o docente pode dar nota e comentar a(s) resposta(s) do discente;
- Avaliações – ferramenta pela qual é ofertada ao discente uma lista de questões, discursivas, múltipla escolha ou escolha simples, que podem ser avaliativas ou não.

Em nível comunicacional o AVA conta com ferramentas como bate-papo, grupo de discussão, *chat* e mural da unidade curricular. Ainda, o instrumento “diário” permite ao docente registrar notas e disponibilizar os resultados aos discentes. Semestralmente ocorrem atualizações no AVA quanto a melhorias no âmbito de interface e procedimentos de maior complexidade. Correções e pequenas melhorias

podem ser disponibilizas à medida que forem necessárias para otimizar o uso do sistema.

3.20 Material didático

Nas unidades curriculares ofertadas na modalidade a distância há produção de material didático-pedagógico, que internamente são denominados Roteiro da unidade curricular, que é composto pelas atividades e ações das cinco semanas de cada unidade curricular. Para o desenvolvimento de tal roteiro da unidade curricular, é disponibilizado para os professores o acesso ao Sagah, que é um banco de unidades de aprendizagem, que serão selecionadas pelo professor conteudista da unidade curricular para a composição de semana a semana. Em todas as situações, é o próprio o professor que desenvolve tais roteiros, sempre com a assessoria da Equipe da Unidade de Educação a Distância da Univille (UnEaD). Tal Unidade conta com equipe de professores e técnicos com graduação e pós-graduação em cursos que possuem relação com o uso pedagógico de tecnologias digitais na educação. A equipe conta com profissionais desenvolvendo as seguintes funções:

Função: **Coordenador da UNEaD**
Atividades: Coordenação dos projetos da UNEaD, desenho de estratégias de ensino, gestão da equipe e análise do mercado.

Função: **Coordenador de Ensino da Unidade de Educação a Distância**
Atividades: Coordenação geral do ensino na Unidade EaD, alinhada com os planejamentos e políticas institucionais; Participação em reuniões institucionais; realização de reuniões com os coordenadores de curso, docentes, tutores e equipe multidisciplinar; participação em reuniões de colegiado e NDE; participação no processo de seleção de docentes; realização de devolutivas de avaliação de desempenho de tutores e coordenadores; entre outras atividades que envolvem a reestruturação de cursos, planos de ação corresponde ao ensino de graduação e pós-

graduação na modalidade EaD. Realização de reuniões de alinhamento entre os atores da modalidade.

Função: **Analista de Serviços Educacionais**

Atividades: Receber, corrigir e fazer a devolutiva de guias didáticos enviados pelos professores; Orientar professores na elaboração de seus guias didáticos; Corrigir e fazer a devolutiva de atividades desenvolvidas pelos professores da universidade nos cursos de formação docente; Revisar a ortografia de guias didáticos que são postados no AVA; Orientar e dar suporte pedagógico na elaboração de atividades para cursos de formação docente e de tutores; Desenvolvimento de materiais de aprendizagem; Inserção de objetos de aprendizagem no AVA. Organização de planilhas de pagamento dos materiais.

Função: **Analista de Serviços de Ensino**

Atividades: Gestão dos pagamentos dos professores, emissão de contratos de direitos autorais; acompanhamento e alinhamento dos indicadores e ações nos polos próprios e terceiros; atendimento aos estudantes, polos e tutores, Seleção e contratação de tutores, acompanhamento dos indicadores de Evasão, apoio nas demandas da secretaria dos polos; apoio na gestão das novas matrículas. Acompanhamento e alinhamento dos indicadores de resultados, de captação, financeiro e Evasão do EAD.

Função: **Analista de Serviços Educacionais Júnior**

Atividades: Apoio pedagógico na elaboração de projetos; Suporte aos coordenadores de curso, professores e tutores; Atendimento de estudantes e polos; Apoio às equipes UnEaD e CAA, nas atividades relacionadas ao AVA, Avalia e Lyceum; Suporte pedagógico na elaboração de atividades para cursos de formação docente e de tutores.

Função: **Designer**

Atividades: Criação e edição de imagens; Desenvolvimento de materiais de aprendizagem; Inserção de objetos de aprendizagem no AVA; Análise e testes de usabilidade do AVA.

Função: **Assistente de Produção Audiovisual**

Atividades: Edição e produção de vídeos (operar câmeras e gravadores de áudio) (Software Adobe Premiere); Pós-produção vídeos (correção de cor, iluminação, inserir efeitos e texto) (Software Adobe After Effects); Direção de entrevistas e depoimentos.

Função: **Auxiliar de Serviços Administrativos**

Atividades: Publicação de materiais no AVA e Avalia, atualização de datas e conferência de Unidades de Aprendizagem; atendimento telefônico e presencial, cadastro de planos de ensino no sistema de gestão, envio de certificados de cursos livres, atendimento aos alunos, atendimento do e-mail da UNEaD, cadastro dos professores da Pós-graduação no sistema de gestão, reservas de salas, abertura de chamados, solicitação de materiais, Comunicações Internas de pagamentos e pedidos de contratação, contratos, atualização de planilhas, abertura de chamados e outras atividades pertinentes à função.

Função: **Assistente Comercial**

Atividades: Captação de novos alunos, auxílio no processo de matrículas e atendimento via WhatsApp aos alunos.

Os materiais didático-pedagógicos favorecem o “diálogo didático”, a interação entre discentes, docentes e tutores, servindo para orientar o aprendizado, proporcionando suporte para a compreensão e apreensão dos conteúdos, além de criar espaços voltados à participação e contextualização da construção do conhecimento.

Além disso, os materiais-didáticos guardam significativa preocupação com a acessibilidade. Alguns dos materiais possuem legendas que auxiliam estudantes acometidos por alguma deficiência auditiva. Igualmente, tutores e professores da Instituição, sempre no início de cada ano letivo, recebem da UnEaD e/ou da Coordenação de seus Cursos, uma listagem contendo os nomes e as classificações dos tipos de deficiência que acometem estudantes integrantes das turmas nas quais eles realizarão atividades. Com isso, podem dimensionar as reais necessidades de

materiais didáticos especiais, desenvolvidos em sintonia com o perfil dos estudantes de cada turma.

De outra forma, os materiais bibliográficos constituem-se como referenciais fundamentais para o bom andamento do processo de ensino e aprendizagem. Nesse sentido, os projetos pedagógicos dos cursos da Univille apresentam um referencial bibliográfico básico e complementar de cada disciplina. Esse referencial integra os acervos da Biblioteca Universitária (BU), bem como da Biblioteca Virtual da Univille (BVU), e estão disponíveis para consulta e empréstimo pelos estudantes, professores, tutores e pessoal administrativo, de acordo com regulamentações internas.

Além de referencial bibliográfico disponível na BU e BVU, docentes e discentes contam com recursos de TIC para produzir materiais didáticos, tais como textos, vídeos, *podcast*, esquemas explicativos e apresentações, os quais podem ser disponibilizados no AVA ou reproduzidos por meio dos serviços terceirizados de reprografia existentes na Instituição.

A Univille também conta com laboratórios nas diferentes áreas do conhecimento, como previsto nos PPCs. Nesses laboratórios, são disponibilizados recursos tecnológicos e materiais didático-pedagógicos a serem empregados nas atividades de ensino, pesquisa ou extensão, de acordo com o planejamento de curso elaborado anualmente pelo professor para cada disciplina. Tal planejamento e as atividades que nele foram previstas são aprovados pelo coordenador do curso.

3.21 Número de vagas

O Estatuto da Univille conceitua o Planejamento Estratégico Institucional (PEI) como um processo cíclico, participativo e contínuo de análise dos ambientes interno e externo à Instituição, direcionando, definindo e monitorando o alcance de objetivos e metas, bem como a execução das estratégias, com vistas a aperfeiçoar a interação da Instituição com o ambiente externo, melhorar os seus resultados e propiciar a consecução de sua missão e a construção de sua visão, levando em conta os valores institucionais (UNIVILLE, 2019, p. 19; UNIVILLE, 2016b, capítulo II, art. 13).

O PEI é um dos macroprocessos que constam da Política de Gestão Institucional, conforme o PDI (UNIVILLE, 2019, p. 115). A Política de Gestão também inclui como macroprocessos a gestão integrada de ensino, pesquisa e extensão; a gestão de pessoas; a gestão financeira e de investimentos; a gestão da infraestrutura; e a gestão da comunicação organizacional.

O processo do PEI resulta na elaboração e atualização do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). O PDI, conforme artigo 14 do Estatuto da Univille, tem uma vigência quinquenal e anualmente é atualizado com base no PEI.

Entre outros aspectos, o PDI contempla o cronograma de oferta de cursos de graduação, cuja execução é objeto de análise contínua, levando em conta fatores externos, como a demanda da sociedade em relação à formação a ser oferecida, a evolução de matrículas da educação básica, a evolução da concorrência, a legislação e as oportunidades identificadas pela IES, além de aspectos internos, como infraestrutura existente (salas de aula, laboratórios, acervo bibliográfico etc.), investimentos a serem realizados, corpo docente/pessoal administrativo da Universidade e necessidade de contratações.

Nesse contexto, o número de vagas em um curso de graduação, no ato de criação e ao longo de sua evolução, está fundamentado em estudos quantitativos e qualitativos efetuados pela Assessoria de Planejamento e Avaliação Institucional para subsidiar processos decisórios no âmbito da Reitoria, da comissão de criação do curso e da coordenação/NDE/colegiado do curso. A decisão quanto ao número de vagas considera as diretrizes da Política de Gestão citadas anteriormente e leva em conta o dimensionamento do corpo docente e a infraestrutura física. Além disso, tais estudos quantitativos e qualitativos são periódicos e incluem pesquisas na comunidade acadêmica relacionadas a infraestrutura e serviços, avaliação do desempenho docente e pesquisa periódica realizada com egressos.

Além disso, a infraestrutura física e tecnológica é analisada semestralmente, quando é realizada a análise do quadro de cursos e vagas para o ingresso no próximo semestre, verificando salas de aula e laboratórios disponíveis.

Faz-se o acompanhamento periódico de evasão e ociosidade, e essa análise é ponderada no momento de decidir sobre a oferta do curso e das vagas.

Na definição do quadro de cursos e vagas para o período letivo seguinte são consideradas as vivências da equipe de atendimento, a qual estabelece contato com candidatos e alunos dos cursos, buscando entender as necessidades do mercado.

O curso oferecerá 44 vagas anuais no período noturno por meio de processos seletivos.

4. GESTÃO DO CURSO E PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO

Este capítulo versa sobre a gestão do curso e os profissionais de educação envolvidos. Primeiramente é caracterizada a gestão do curso, que, de acordo com as regulamentações institucionais, prevê o colegiado, a coordenação e o núcleo docente estruturante a serem implantados quando do início de funcionamento após a sua autorização.

4.1 Gestão do curso

De acordo com a legislação vigente e as regulamentações institucionais, ao entrar em funcionamento o curso contará com estrutura administrativo-acadêmica composta por:

a) Colegiado: órgão deliberativo formado por corpo docente, tutores, preceptores, se houver, e representação estudantil;

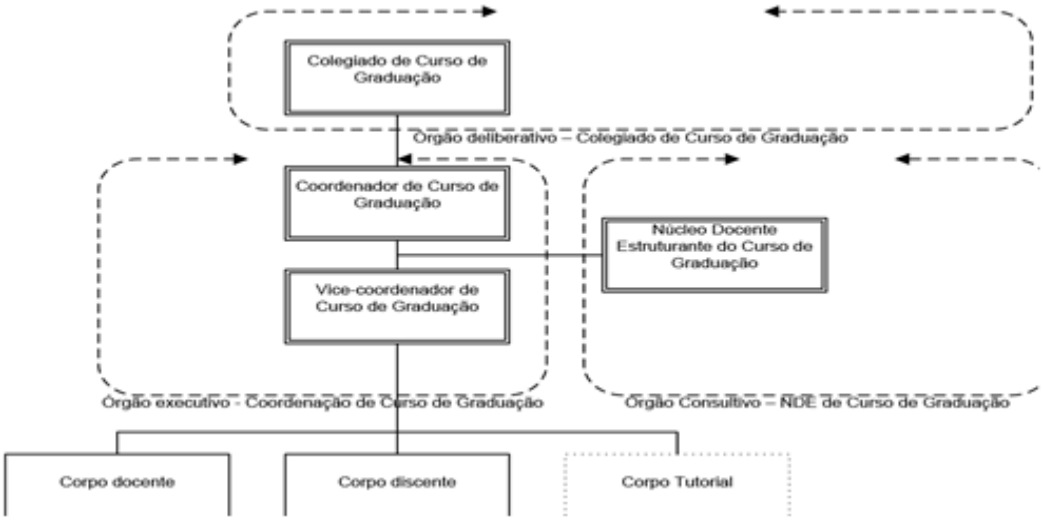
b) Coordenação: órgão executivo composto pelo docente coordenador de curso;

c) Núcleo Docente Estruturante (NDE): órgão consultivo composto por docentes que atuam na concepção, no acompanhamento, na consolidação e na avaliação do Projeto Pedagógico do Curso.

Esses órgãos, bem como o corpo docente e o corpo discente (figura 14), são os atores envolvidos na implementação e no contínuo aperfeiçoamento do curso.

Figura 14 – Estrutura organizacional do curso

Estrutura organizacional de cursos de graduação da Univille



Fonte: PDI 2022-2026 (UNIVILLE, 2022)

4.2 Colegiado do curso

O Colegiado do curso é o órgão deliberativo sobre temas pedagógicos, acadêmico-científicos, didático-pedagógicos e administrativo-financeiros no âmbito do curso, considerando a legislação e as regulamentações institucionais – artigo 19 do Estatuto da Univille (UNIVILLE, 2016b) e artigos 30 a 33 do Regimento da Univille (UNIVILLE, 2016c). O Colegiado de curso de graduação é constituído por:

I - Docentes em exercício no curso no período letivo vigente, incluindo os que atuam em unidade curricular de núcleo comum e núcleo compartilhado;

II - Docentes responsáveis por unidade curricular, afastados da unidade curricular conforme regulamentação vigente e que estejam em exercício docente na Univille;

III - Preceptores e tutores em exercício no curso no período letivo vigente;

IV - Representação estudantil.

O número de membros dos incisos I, II e III corresponde a 70% do Colegiado.

O número de representantes citados no inciso IV corresponde a 30% do Colegiado e será determinado por meio da fórmula E = (30*D)/70, em que D = número de membros dos incisos I, II e III.

O Colegiado reúne-se com a presença da maioria de seus membros e é presidido pelo coordenador do curso.

As convocações das reuniões do Colegiado são feitas pelo coordenador de curso ou por, no mínimo, 1/3 dos seus membros.

As reuniões ocorrem com a presença, em primeira convocação, da maioria de seus membros e, em segunda, com qualquer número. As deliberações são tomadas pela maioria simples dos votos dos presentes. O encaminhamento das deliberações é feito pelo coordenador do curso. As ações que têm relação com os projetos do Planejamento Estratégico Institucional são registradas em sistema de informação disponível na intranet da Instituição e são acompanhadas pelos supervisores de cada projeto.

O Colegiado tem reuniões ordinárias nos meses de fevereiro, julho e dezembro, porém, conforme a necessidade, poderão ser realizadas reuniões extraordinárias. As reuniões contam com pauta, lista de presença e ata.

O Colegiado também poderá designar comissões de caráter consultivo com vistas a estudar temas pertinentes ao curso de graduação e emitir pareceres que subsidiem as discussões do NDE e as decisões do Colegiado e da coordenação.

4.3 Coordenação do curso

A coordenação do curso de graduação é o órgão executivo que coordena as atividades do curso de graduação. Suas ações incluem planejamento, organização, acompanhamento, controle e avaliação dos projetos e atividades de ensino, pesquisa e extensão no âmbito do curso. Para tanto, deve considerar a integração com os demais cursos do Comitê de Área e com a Instituição e estar em consonância com a legislação educacional, o PDI, as políticas, os estatutos, os regimentos e as regulamentações institucionais.

Uma das funções da coordenação é acompanhar o progresso do estudante do curso, além de coordenar e supervisionar as atividades dos professores e manter o

diálogo com a coordenação da Unidade de Educação à Distância, que é responsável pela equipe multidisciplinar. O desenvolvimento dessas funções baseia-se em indicadores do Programa de Qualificação Docente, do *software* de Gestão da Totvs, da CPA, das matrículas dos processos seletivos, das avaliações externas e internas, inclusive da Avaliação Contínua de Desempenho Docente. A coordenação é exercida por professor com titulação, experiência e regime de trabalho conforme as regulamentações institucionais, a legislação vigente e os adequados níveis de qualidade a serem alcançados pelo curso.

Algumas ações realizadas pela coordenação do curso serão destacadas na sequência.

No início de cada período letivo é definido um plano de ação do NDE, e os itens a serem trabalhados no período são discutidos e acordados pelos docentes do NDE; as ações do plano desdobram-se, em alguns casos, na necessidade de convocar reuniões do Colegiado do curso composto não apenas pelos professores, mas também pela representação dos estudantes. Na maioria das reuniões podemos constatar o comparecimento da representação dos estudantes, comprovado pelas listas de presença das reuniões que ficam arquivadas na coordenação.

O coordenador do curso também participa das reuniões do Conselho Universitário da Universidade, nas quais assuntos do âmbito do curso são levados a conhecimento de todos os coordenadores e em alguns casos passam pela aprovação desse conselho. Tais reuniões ocorrem mensalmente e são comprovadas pelas listas de presença e atas arquivadas na Assessoria dos Conselhos da Univille.

Da mesma forma, para tratar de assuntos de interesse do curso ocorrem as reuniões de coordenadores dos cursos (comitês de áreas), em que são discutidos temas relacionados à operacionalização do funcionamento da Universidade e necessidades de cada coordenação. Essas reuniões também são comprovadas por listas de presença.

Outra ação institucionalizada pela Universidade é o Programa de Desenvolvimento Gerencial, em que os coordenadores são convocados para participar de reuniões com vistas a promover a profissionalização da gestão da Universidade. Nessa programação abordam-se temas desde inteligência emocional até reuniões para elaboração do PEI.

Por fim, outra atividade relevante está ligada ao processo de avaliação do desempenho docente. Uma vez concluído o ciclo de avaliação feito pelos discentes por unidade curricular, fica a cargo dos coordenadores analisar o resultado da avaliação e realizar uma reunião de *feedback* com cada professor, apontando pontos positivos e negativos de seu desempenho. O relato dessa reunião e suas conclusões são registrados na ferramenta de registro das devolutivas das reuniões de *feedback*, que fica na intranet da Universidade. A avaliação de desempenho do coordenador de curso é efetuada pela Pró-Reitoria de Ensino. Ainda sobre avaliação, é de responsabilidade do coordenador zelar pelas práticas que permitam a melhoria contínua em cada ciclo avaliativo; para tanto o plano de ação do NDE define estratégias que envolvem desde a revisão do Projeto Pedagógico do Curso até a elaboração de projetos interdisciplinares para a melhoria da qualidade do ensino. Todas essas ações são discutidas em reuniões do NDE, especificamente com as turmas envolvidas no processo e com o Colegiado.

4.4 Núcleo Docente Estruturante do curso

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) é o órgão consultivo composto pelo coordenador do curso e por docentes que atuam na concepção, no acompanhamento, na consolidação, na avaliação e na atualização periódica do Projeto Pedagógico do Curso, verificando o impacto do sistema de avaliação de aprendizagem na formação do estudante e analisando o impacto na adequação do perfil do egresso, considerando as Diretrizes Curriculares Nacionais e as particularidades do mundo do trabalho. A composição e o funcionamento do NDE ocorrem de acordo com regulamentações institucionais. As reuniões do NDE são convocadas e dirigidas pelo seu presidente, prevendo-se o registro por meio de listas de presença e atas.

O NDE do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais e Digitais da Univille será formado por professores atuantes no curso, os quais, por meio desse grupo, buscam garantir a melhoria contínua do processo de ensino e aprendizagem dos discentes, utilizando-se da integração curricular das diferentes unidades curriculares trabalhadas no curso, do incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e

extensão, da assessoria prestada ao Colegiado nas revisões e melhorias no PPC, do acompanhamento de processos avaliativos, entre outras atividades.

4.5 Equipe multidisciplinar

A Unidade de Educação a Distância da Univille (UnEaD) conta com uma equipe de trabalho multidisciplinar, integrada por técnicos e profissionais de nível superior, com formações de graduação e pós-graduação nas seguintes áreas de conhecimento: Educação, Design - Programação Visual, Design - Animação Digital, Direito, Administração, Ciências Contábeis, Engenharias e também na área de Sistemas de Informação.

Trata-se de uma equipe integrada por aproximadamente dez empregados (docentes e técnicos), que se encarregam da assessoria pedagógica a discentes, docentes e coordenadores de curso, desde a concepção, produção e disseminação do uso pedagógico de tecnologias digitais na Univille, até a validação dos materiais didáticos digitais utilizados nas aulas semipresenciais e EaD da Univille e do fortalecimento de metodologias ativas de ensino-aprendizagem para serem desenvolvidas no transcurso das aulas dos diferentes cursos mantidos pela Instituição.

Um dos pontos a ser destacado é que tal equipe atua segundo um Plano de Trabalho, com duração inicial de cinco anos, o qual, por sua vez, vincula-se Plano de Desenvolvimento Institucional da Univille. O referido Plano encontra-se em andamento, sendo que o primeiro quinquênio foi finalizado em 2021, e em 2022 iniciou o PDI 2022 – 2026. Suas etapas encontram-se organizadas sob o formato de Planos de Ação, com ações, metas e cronograma especificamente pensados para cada uma de suas etapas.

4.6 Corpo docente do curso

Os profissionais da educação superior da Univille são regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e por instrumentos coletivos de trabalho. Os docentes admitidos antes de 30/10/2014 são regidos pelo Estatuto do Magistério Superior.

A admissão é feita pela Reitoria, para preenchimento das funções existentes, à vista dos resultados obtidos nos processos de seleção, de acordo com as normativas internas.

De acordo com o Plano de Cargos, Carreiras e Salários da Educação Superior, o quadro de profissionais da educação superior da Univille é compreendido por integrantes do quadro de carreira e demais contratados.

O quadro de carreira da educação superior é composto por:

- Docentes titulares;
- Docentes adjuntos;
- Preceptores;
- Tutores;
- Instrutores/professores de cursos livres;

A Instituição também pode efetuar contratações de docentes Visitantes e docentes Temporários.

5 INFRAESTRUTURA

A Univille mantém a infraestrutura física necessária ao desenvolvimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão no *Campus* Joinville, *Campus* São Bento do Sul, Unidade São Francisco do Sul e Unidade Centro. Além disso, por meio de convênios e contratos, a Instituição mantém parcerias com instituições públicas, privadas e não governamentais com vistas ao desenvolvimento das atividades acadêmicas em hospitais, postos de saúde e espaços de atendimento psicossocial.

O quadro 4 sintetiza os dados sobre os espaços físicos da Universidade.

Quadro 4 – Infraestrutura física da Furj/Univille

Local	Área do terreno (m^2)	Área construída (m^2)
Campus Joinville Rua Paulo Malschitzki, 10 – Zona Industrial Norte – CEP 89219-710 – Joinville – SC	158.639,85	52.243,34
Campus Joinville: Terreno 1, ao lado do rio	7.747,00	
Terreno 2, ao lado do rio	2.780,00	
Campus Joinville: Terreno dos ônibus	1.005,28	
Terreno Jativoca – Joinville Rua A – Loteamento Bubi – Bairro Jativoca – Joinville	66.769,00	-
Unidade Centro Rua Rio do Sul, 439 – Centro – CEP 89202-207 – Joinville – SC	2.390,60	2.113,91
Univille Centro (área locada)	1.866,59	1.470,17
Campus São Bento do Sul Rua Norberto Eduardo Weihermann, 230 – Bairro Colonial – CEP 89288-385 – São Bento do Sul – SC	22.933,42	8.798,82
Cepa Rugendas Bairro Rio Natal – São Bento do Sul	27.892,25	388,08

Local	Área do terreno (m^2)	Área construída (m^2)
Unidade São Francisco do Sul Rodovia Duque de Caxias, 6.365 – km 8 – Bairro Iperoba – CEP 89240-000 – São Francisco do Sul – SC	50.008,76	3.527,34
Unidade São Francisco do Sul Ancoradouro para barcos	71.382,60	110,00
Cepa Vila da Glória - Terreno 1 Estrada Geral, s/n.º – Vila da Glória – São Francisco do Sul – SC Cepa Vila da Glória - Terreno 2	5.600,00 22.120,00	285,62
Terreno Bucarein Rua Plácido Olímpio de Oliveira, esquina com a Rua Urussanga – Joinville – SC Terreno Itinga A Terreno Itinga B	12.513,72 240 240	2.010,20
Campus Joinville: Terreno A – Complexo/Inovaparq	142.990,45	9.025,32
Terreno B – Complexo/Inovaparq	21.672,51	
Terreno C – Complexo/Inovaparq	11.883,13	
Total	678.239,49	79.972,80

Fonte: PDI 2022-2026 (UNIVILLE, 2022)

5.1 Campus São Bento do Sul

O Campus São Bento do Sul abrange os espaços para o desenvolvimento das atividades acadêmicas dos cursos da Univille nesta cidade. Além disso, em São Bento do Sul está instalado o Cepa Rugendas. A seguir, as instalações do Campus São Bento do Sul são caracterizadas.

a) Salas de aula: o Campus São Bento do Sul dispõe de salas de aula climatizadas e equipadas com mesinhas, cadeiras estofadas, projetor multimídia (data show), telão e internet. O quadro 5 apresenta o número de salas de aula por dimensão.

Quadro 5 – Salas de aula do Campus São Bento do Sul

Dimensão	Número de salas de aula
24 m^2	5
39,9 m^2	1
48 m^2	14
70 m^2- Metodologias Ativas	1
72,45 m^2	2
72,90 m^2	1
80 m^2	13
80 m^2- Metodologias Ativas	1
90 m^2 Espaço Maker	1
Total	37

Fonte: Primária (2021)

b) Coordenações de cursos: no Campus São Bento do Sul, existe um ambiente compartilhado de 135,96 m^2, onde todos os coordenadores dos diversos cursos atuam integradamente. Cada curso tem o seu espaço com estação de trabalho individual, porém integrados em um ambiente multifuncional, que proporciona o compartilhamento de recursos de infraestrutura física, de

pessoas e a integração administrativa, acadêmica e didático-pedagógica. Ressalta-se ainda que a sala dos professores com 39,32 m² está integrada de forma anexa à sala dos coordenadores facilitando o acesso dos professores à coordenação do curso e vice-versa.

c) Áreas de uso comum: o Campus São Bento do Sul conta com áreas de uso comum conforme Quadro 6.

Quadro 6 – Áreas de uso comum Campus São Bento do Sul

Descrição	Área (m2)
Lanchonete	146,00
Depósito/arquivo/zeladoria	69,73
Miniauditório	96,00
Área de exposição cultural	78,00
Biblioteca	426,00
Auditório	424,00
Justiça Federal	103,50
Núcleo de práticas jurídicas	96,18
Atendimento Psicológico	107,50
Estacionamento de motos	65,00
Lab. de Eletromecânica e Automação	49,25
Lab. de usinagem	119,20
Lab. de Máq. Térmicas e Veiculos automotivos	98,00
Lab. de Química, Física e Biologia	109,10
Lab. de Refrigeração	70,00

Lab. de materiais	72,00
Maquetaria	80,00
Espaço de convivência	141,05
Sala de reuniões	23,50
Área administrativa	286,25
Ginásio – Quadra poliesportiva	980,00
Vestiários	77,00
Academia	130,00
Laboratório de Física/ Sala de dinâmicas	90,00
Centro de Inovação – espaço administrativo	24,00
Centro de Inovação – Sala de trabalho	36,00
Centro de Inovação – Espaço para Incubação	70,00

Fonte: Primária (2021)

As condições gerais dos campi e unidades atendem ao disposto na legislação no que diz respeito a: largura de portas e de corredores de circulação, corrimãos e guarda-corpos, elevadores, sanitários, sinalização e vagas para estacionamento, visando propiciar às pessoas portadoras de necessidades especiais melhores condições de acesso e uso das edificações.

Existem:

a) vagas de estacionamento destinadas exclusivamente para deficientes físicos, devidamente demarcadas e sinalizadas;

b) faixas de pedestre elevadas, para facilitar a travessia dos usuários de cadeira de rodas;

c) instalações sanitárias para pessoas deficientes distribuídas em todas as edificações dos campi e unidades. Em cada conjunto, há ao menos uma peça adequada ao uso dos deficientes;

d) rampas e/ou elevadores em todas as edificações que possuem mais do que um pavimento. As rampas possuem inclinação compatível com as condições de desnível e comprimento, e os elevadores têm cabines adequadas, com dimensões conforme o recomendado pela norma para o transporte de cadeiras de rodas.

Na Univille novas edificações já preveem desde o projeto à adequação para o atendimento de pessoas deficientes. Além disso, a Divisão de Patrimônio executa a melhoria contínua das instalações com o propósito de atender a mudanças de legislação e aperfeiçoar as condições da infraestrutura em relação a acessibilidade e atendimento diferenciado a portadores de necessidades especiais.

O Programa de Inclusão de Pessoas com Necessidades Especiais (Proines), implantado em 2008, tem como objetivo auxiliar estudantes com necessidades especiais, assim como professores que têm em sua(s) unidade(s) curricular(es) estudantes com deficiência, nas atividades de ensino que precisam de uma abordagem inclusiva. Faz parte desse projeto a (re)adequação dos espaços físicos e a aquisição de equipamentos e materiais didáticos especializados para utilização dos deficientes. A educação inclusiva é uma diretriz institucional e é contemplada nas políticas de ensino, pesquisa, extensão e gestão. Para os estudantes com deficiência visual ou cegos são ofertadas lupas e fotocópias ampliadas. A fim de avançar em suas ações afirmativas, a Univille criou o Laboratório de acessibilidade (Labas), localizado na Biblioteca do Campus Joinville e atualmente equipado com tecnologias assistivas, como impressora a braile e computadores com sintetizador de voz para auxiliar acadêmicos com deficiência visual, além de um escâner que transforma imagem em texto. Open Book é um software desenvolvido para que pessoas cegas e com baixa visão possam ler, editar

e trabalhar com imagens escaneadas de livros, revistas, manuais, jornais e outros documentos impressos, tornando possível a leitura digital.

5.1.1 Sala/gabinetes de trabalho para professores de tempo integral

Os professores que possuem regime de tempo integral e que atuam na gestão tem à disposição posto de trabalho individual, e os professores que possuem regime de tempo integral de trabalho e não atuam na gestão, fazem uso da sala dos pesquisadores e extensionistas, sala dos professores, sala A anexa à sala dos professores, sala de reuniões da direção e espaços de estudos individuais e em grupos disponíveis na biblioteca.

5.2 Espaço de trabalho para coordenação do curso e serviços acadêmicos

No campus São Bento do Sul, existe um ambiente compartilhado de 73 m^2, onde todos os coordenadores dos diversos cursos atuam de maneira integrada. Cada curso tem o seu espaço com estação de trabalho individual, porém integrados em um ambiente multifuncional, que proporciona o compartilhamento de recursos de infraestrutura física, de pessoas e a integração administrativa, acadêmica e didático-pedagógica. Ressalta-se ainda que a sala dos professores está integrada de forma anexa à sala dos coordenadores facilitando o acesso dos professores às coordenações de curso e vice-versa.

5.3 Espaço para os professores do curso (sala dos professores)

A sala dos professores no Campus São Bento do Sul possui 39,78 m^2 e está integrada de forma anexa à sala de coordenação, facilitando o acesso dos professores a coordenação dos cursos e vice-versa. Nesta sala os professores possuem à disposição, água, café, sofás, mesa e cadeiras, onde os professores podem através dos seus notebooks, acessar a internet via rede sem fio da instituição.

Cada professor também possui nesse ambiente um escaninho identificado, onde pode acondicionar e receber materiais. Anexa à sala dos professores também existe uma sala A de uso exclusivo dos docentes, contendo 3 computadores, os quais estão equipados com softwares apropriados ao desenvolvimento das aulas, acesso à internet e impressora multifuncional.

5.4 Acesso dos alunos a equipamentos de informática

O Campus São Bento do Sul dispõe dos seguintes laboratórios de informática:

a) O laboratório I-A é climatizado, possui acesso à internet, projetor multimídia. O laboratório I-A possui 48m2 e 29 máquinas Intel(R) Core(TM) i3-9100T CPU @ 3.10GHz 8GB de RAM, com Windows 11. Adobe Acrobat DC, Adobe Acrobat Reader, ADOBE ILLUSTRATOR 2025, ADOBE LIGHTROOM, ADOBE PHOTOSHOP 2025, Adobre Creative Cloud, Adobre Shockwave Player 12.3, ANALYSIS BIO, ANSYS DISCOVERY, ARDUINO BOOTAVEL, ArcGIS 10.8.1, AUTODESK AUTOCAD 2025,AUTODESK REVIT 2025, Bitdefender, clic edit02,DEV C++,DOCKER DESKTOP, ELIPSE SCADA, Eclipse Temurin JDK, FLUIDSIM-PNEUMÁTICA, Git, GOOGLE CHROME, IHMC CMAPTOOLS, IntelliJ IDEA 2024.3.4.1, JAVA8, K-LITE MEGA CODEC, MICROSOFT EDGE, MICROSOFT OFFICE 365, MICROSOFT VISIO LTSC Professional Plus 2021, MICROSOFT ONEDRIVE, Microsoft Visual Studio Code, MICROSOFT TEAMS, MySQL WorkBench 8.0 CE, MOZILLA FIREFOX,OCS Ynvetory NG Agent 2.10.1.0, QGIS

3.20.1,POSTMAN,SKETCHUP 2024, SOFTWARE NUMÉRICO, SOL-AR,SOLIDWORKS 2020, Sql Server Management Studio, VLC MEDIA PLAYER, VOXELIZER 3, WAMPSERER64, XAMPP, VISUALG30, ZBBR, MICROSOFT PROJECT 2013, Sniffy Pro (10).Firefox, QGIS 3.20.1, OpenStudio, SketchUp 2021, Sniffy Pro, Software Numérico, SOL-AR, SolidWorks 2020 SP02, TeamViewer, VLC, WinRAR;

b) O laboratório I-B é climatizado, possui acesso à internet, projetor multimídia. O laboratório I-A possui 48m2 e 33 máquinas Intel(R) Core(TM) i3-9100T CPU @ 3.10GHz 8GB de RAM,com Windows 11. Adobe Acrobat DC, Adobe Acrobat Reader, ADOBE ILLUSTRATOR 2025, ADOBE LIGHTROOM, ADOBE PHOTOSHOP 2025, Adobre Creative Cloud, Adobre Shockwave Player 12.3, ANALYSIS BIO, ANSYS DISCOVERY, ARDUINO BOOTAVEL, ArcGIS 10.8.1, AUTODESK AUTOCAD 2025,AUTODESK REVIT 2025, Bitdefender, clic edit02,DEV C++,DOCKER DESKTOP, ELIPSE SCADA, Eclipse Temurin JDK, FLUIDSIM-PNEUMÁTICA, Git, GOOGLE CHROME, IHMC CMAPTOOLS, IntelliJ IDEA 2024.3.4.1, JAVA8, K-LITE MEGA CODEC, MICROSOFT EDGE, MICROSOFT OFFICE 365, MICROSOFT VISIO LTSC Professional Plus 2021, MICROSOFT ONEDRIVE, Microsoft Visual Studio Code, MICROSOFT TEAMS, MySQL WorkBench 8.0 CE, MOZILLA FIREFOX,OCS Ynvetory NG Agent 2.10.1.0, QGIS 3.20.1,POSTMAN,SKETCHUP 2024, SOFTWARE NUMÉRICO, SOL-AR,SOLIDWORKS 2020, Sql Server Management Studio, VLC MEDIA PLAYER, VOXELIZER 3, WAMPSERER64, XAMPP, VISUALG30, ZBBR, MICROSOFT PROJECT 2013;

c) Laboratório de Informática II (80 m2): Ambiente climatizado, equipado com 30 computadores com Windows 11. Adobe Acrobat DC, Adobe Acrobat Reader, ADOBE ILLUSTRATOR 2025, ADOBE LIGHTROOM, ADOBE PHOTOSHOP 2025, Adobre Creative Cloud, Adobre Shockwave Player 12.3,

ANALYSIS BIO, ANSYS DISCOVERY, ARDUINO BOOTAVEL, ArcGIS 10.8.1, AUTODESK AUTOCAD 2025,AUTODESK REVIT 2025, Bitdefender, clic edit02,DEV C++,DOCKER DESKTOP, ELIPSE SCADA, Eclipse Temurin JDK, FLUIDSIM-PNEUMÁTICA, Git, GOOGLE CHROME, IHMC CMAPTOOLS, IntelliJ IDEA 2024.3.4.1, JAVA8, K-LITE MEGA CODEC, MICROSOFT EDGE, MICROSOFT OFFICE 365, MICROSOFT VISIO LTSC Professional Plus 2021, MICROSOFT ONEDRIVE, Microsoft Visual Studio Code, MICROSOFT TEAMS, MySQL WorkBench 8.0 CE, MOZILLA FIREFOX,OCS Ynvetory NG Agent 2.10.1.0, QGIS 3.20.1,POSTMAN,SKETCHUP 2024, SOFTWARE NUMÉRICO, SOL-AR,SOLIDWORKS 2020, Sql Server Management Studio, VLC MEDIA PLAYER, VOXELIZER 3, WAMPSERER64, XAMPP, VISUALG30, ZBBR. Sniffy Pro (30);

d) Laboratório de Informática III (84 m2): Ambiente climatizado, equipado com 51 computadores com Windows 11. Adobe Acrobat DC, Adobe Acrobat Reader, ADOBE ILLUSTRATOR 2025, ADOBE LIGHTROOM, ADOBE PHOTOSHOP 2025, Adobre Creative Cloud, Adobre Shockwave Player 12.3, ANALYSIS BIO, ANSYS DISCOVERY, ARDUINO BOOTAVEL, ArcGIS 10.8.1, AUTODESK AUTOCAD 2025,AUTODESK REVIT 2025, Bitdefender, clic edit02,DEV C++,DOCKER DESKTOP, ELIPSE SCADA, Eclipse Temurin JDK, FLUIDSIM-PNEUMÁTICA, Git, GOOGLE CHROME, IHMC CMAPTOOLS, IntelliJ IDEA 2024.3.4.1, JAVA8, K-LITE MEGA CODEC, MICROSOFT EDGE, MICROSOFT OFFICE 365, MICROSOFT VISIO LTSC Professional Plus 2021, MICROSOFT ONEDRIVE, Microsoft Visual Studio Code, MICROSOFT TEAMS, MySQL WorkBench 8.0 CE, MOZILLA FIREFOX,OCS Ynvetory NG Agent 2.10.1.0, QGIS 3.20.1,POSTMAN,SKETCHUP 2024, SOFTWARE NUMÉRICO, SOL-AR,SOLIDWORKS 2020, Sql Server Management Studio, VLC MEDIA PLAYER, VOXELIZER 3, WAMPSERER64, XAMPP, VISUALG30, ZBBR;

e) O laboratório de engenharia de software que está situado no primeiro andar em anexo a biblioteca possui 43m2 e 25 máquinas com Windows 11. Adobe Acrobat DC, Adobe Acrobat Reader, ADOBE ILLUSTRATOR 2025, ADOBE LIGHTROOM, ADOBE PHOTOSHOP 2025, Adobre Creative Cloud, Adobre Shockwave Player 12.3, ANALYSIS BIO, ANSYS DISCOVERY, ARDUINO BOOTAVEL, ArcGIS 10.8.1, AUTODESK AUTOCAD 2025,AUTODESK REVIT 2025, Bitdefender, clic edit02,DEV C++,DOCKER DESKTOP, ELIPSE SCADA, Eclipse Temurin JDK, FLUIDSIM-PNEUMÁTICA, Git, GOOGLE CHROME, IHMC CMAPTOOLS, IntelliJ IDEA 2024.3.4.1, JAVA8, K-LITE MEGA CODEC, MICROSOFT EDGE, MICROSOFT OFFICE 365, MICROSOFT VISIO LTSC Professional Plus 2021, MICROSOFT ONEDRIVE, Microsoft Visual Studio Code, MICROSOFT TEAMS, MySQL WorkBench 8.0 CE, MOZILLA FIREFOX,OCS Ynvetory NG Agent 2.10.1.0, QGIS 3.20.1,POSTMAN,SKETCHUP 2024, SOFTWARE NUMÉRICO, SOL-AR,SOLIDWORKS 2020, Sql Server Management Studio, VLC MEDIA PLAYER, VOXELIZER 3, WAMPSERER64, XAMPP, VISUALG30, ZBBR;

f) Temos ainda o Laboratório de Informática Móvel, que é composto por 15 notebooks com Windows 11, Adobe Reader, Bitdefender, Google Chrome, K-lite, Edge, Office365, PDF Creator, Teamviewer. Arduino Bootável, Bitdefender. OCS Inventory NG Agent 2.10.1.0.

Os estudantes também têm acesso a computadores disponibilizados na Biblioteca do Campus, disponível aos alunos de 2ª a 6ª-feira das 07:15 às 12:00, das 13 às 22h e aos sábados das 07:15 às 12:15 horas. Os computadores estão na sala de estudos que tem 52m2. Os equipamentos são 14 computadores, com sistema operacional Windows 11, Adobe Reader, Bitdefender, Google Chrome, K-lite, Edge, Office365, PDF Creator, Teamviewer, Bitdefender. OCS Inventory NG Agent 2.10.1.0

A central de Relacionamento com o Estudante possui computadores com softwares específicos para atendimento aos alunos com deficiência visual e uma impressora em braile.

A Univille dispõe do setor de Tecnologia da Informação - TI sendo que 2 das atividades realizadas podem ser caracterizadas pelos seguintes grupos de processos: Suporte aos usuários e Rotinas de manutenção. No suporte aos usuários o atendimento é feito pela equipe de triagem e pode ocorrer de 3 formas distintas: presencial, por telefone ou pelo sistema Help Desk. Uma vez solicitado o atendimento, a equipe de triagem busca inicialmente resolver o caso e concluir o atendimento.

Quando o que foi solicitado não está no escopo de solução pela triagem, a demanda é repassada para um membro da equipe da TI através do sistema Help Desk. Para a rotina de manutenção, o planejamento e execução é feito pela equipe técnica que determina e organiza o cronograma para as preventivas e preditivas. No caso de corretiva, o atendimento é feito mediante as solicitações cadastradas no Help Desk, por chamado feito por telefone ou pessoalmente. Para as manutenções corretivas urgentes há equipamentos backup para suprir a necessidade de troca rápida.

A TI na Univille está em constante atualização para acompanhar as tendências do mercado. Neste sentido, questões como cloud, ambientes compartilhados, segurança da informação, mobilidade, atualização dos sistemas, disponibilidade, desempenho, tolerância a falhas e comunicação, fazem parte do planejamento contínuo. O Wireless está instalado em todos os Campi e Unidades na modalidade indoor e outdoor definidas pelas células de acesso. Atualmente são 370 antenas instaladas nos Campi e Unidades que atendem no seu período de maior consumo, noturno, com cerca de 3.500 conexões simultâneas. A Univille conta com 3 acessos para internet que operam no modelo de redundância, visando aumentar a disponibilidade mesmo com a queda de sinal ou congestionamento de banda. Atualmente é fornecido à comunidade acadêmica um link particular de 300Mbps, um link de 400Mbps fornecido pela RCT e outro link de 1Gbps da REMEP.

Todos os alunos têm uma conta de usuário no domínio da instituição. Esta conta permite ao usuário autenticar-se nos computadores dos laboratórios, acesso ao sistema acadêmico online e à plataforma Microsoft Office 365, onde o aluno também tem direito a um e-mail institucional, além do acesso a diversos softwares. Foi estabelecido um contrato com o datacenter da Sercompe, o que viabilizou a conexão através de um link de 1Gb. Além da Sercompe, a Univille tem contrato de 5 hosts no ambiente Azure da Microsoft. Com isso, há disponibilidade destas tecnologias e serviços: cloud server, conectividade internet, cloud backup, servicedesk, monitoramento e desempenho da rede, firewall dedicado, suporte, storage e colocation.

No que diz respeito aos investimentos, anualmente ocorre um levantamento de necessidades, realizado de forma descentralizada por todos os setores. Tais necessidades são analisadas e a sua implementação considera a dotação orçamentária, as prioridades institucionais (PDI, PEI) e o cumprimento de requisitos legais.

Atualização de um software é identificada quando o desenvolvedor disponibilizar uma nova versão, correções, para atender uma nova legislação ou outra necessidade requerida. A atualização deve ser executada pela TI ou pelo fornecedor sob a supervisão da equipe da TI, conforme planejamento prévio e considerando ambientes para homologações, testes de desempenho, aderência aos requisitos contratados e outras formas de certificação para liberação em produção.

A Univille dispõe de infraestrutura de TI com ativos de rede, servidores, computadores, projetores e antenas wi-fi que demandam atualização e manutenção.

A atualização de hardware deve considerar as modalidades de compra ou locação. Para os equipamentos comprados, deve-se levar em conta o período de garantia, depreciação e condições de uso. Já para os equipamentos locados, o período de atualização é definido em contrato. Neste processo de atualização, deve-se verificar: idade do equipamento; Capacidade de processamento para demanda atual;

Capacidade de processamento para demanda futura; Estabilidade do equipamento; Qualidade de uso; Frequência de reparos; Aderência aos requisitos de software.

A partir do diagnóstico que deve ser feito anualmente, a TI deve elaborar o plano de atualização com o cronograma financeiro e de substituição.

A manutenção do hardware deve ser orientada segundo a classificação por tipo: corretiva, preditiva e preventiva. É importante distinguir as diferenças entres estes tipos já que a forma de uso dos equipamentos é variada e se diferenciam pela sua função. Manutenção corretiva - o usuário deve registrar no sistema Help Desk uma solicitação de reparo descrevendo o problema. A equipe de triagem é acionada e o chamado é direcionado para a equipe responsável que deve providenciar o reparo ou troca do equipamento. Manutenção preditiva – realizada em equipamentos de fornecimento auxiliar de energia como geradores, nobreak, climatização, switch, servidores e outros. Manutenção preventiva - esse procedimento deve ser realizado em períodos em que há disponibilidade de acesso para intervenção nos equipamentos, como por exemplo, em períodos de recesso, férias ou entre turnos.

5.5 Biblioteca – Sistema de Bibliotecas da Univille (Sibiville)

A Biblioteca Universitária funciona como órgão suplementar da Univille, tendo aos seus cuidados o processamento técnico, bem como os serviços de seleção e aquisição de material bibliográfico do Sistema de Bibliotecas da Univille (Sibiville). Constituem o Sibiville, além da Biblioteca Central, as seguintes bibliotecas setoriais: Biblioteca do *Campus* São Bento do Sul; Biblioteca Infantil Monteiro Lobato, do Colégio Univille – Joinville; Biblioteca da Unidade São Francisco do Sul; Biblioteca da Unidade Centro – Joinville; Biblioteca do Centro de Estudos do Hospital Municipal São José – Joinville; Biblioteca do Centro de Estudos Dr. Donaldo Diner, no Hospital Materno Infantil Dr. Jeser Amarante Faria – Joinville.

O Sibiville integra e disponibiliza seus serviços mediante o Sistema Pergamum com agilidade e segurança aos seus usuários. Por meio desse sistema, a comunidade acadêmica tem acesso a todas as informações bibliográficas disponíveis no Sibiville, podendo realizar suas pesquisas no âmbito das bibliotecas e com acesso *on-line* pelo *site* http://www.univille.br/biblioteca. O sistema permite aos usuários renovação, reservas, solicitação de empréstimo entre bibliotecas do Sibiville, verificação de materiais pendentes e débitos. Envia *e-mail* de avisos de renovação, débitos e reservas automaticamente.

O Sibiville tem como objetivos adquirir, disponibilizar e difundir recursos de informação, impressos e eletrônicos, de qualidade, a professores, alunos, funcionários e comunidade em geral, contribuindo para o desenvolvimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão.

5.5.1 Espaço físico, horário e Pessoal administrativo

O espaço físico das bibliotecas setoriais conta com equipamentos informatizados para consulta e salas de estudo e ambiente para pesquisa. A Biblioteca Central, que dá suporte às bibliotecas setoriais, conta com:

a) uma sala polivalente;
b) um auditório;
c) um salão para exposição;
d) duas salas de vídeo/DVD;
e) quatro cabines para estudo individual;
f) 14 cabines para estudo em grupo;
g) Ambientes para pesquisa/estudo;

h) 12 computadores com acesso à internet para pesquisa e digitação de trabalhos;
i) uma sala Memorial da Univille;
j) uma sala Gestão Documental da Univille;
k) uma sala do Programa Nacional de Incentivo à Leitura (Proler);
l) uma sala do Programa Institucional de Literatura Infantil e Juvenil (Prolij)
m) um espaço do Único – Univille Coworking;
n) uma cafeteria;
o) uma sala de atendimento psicológico, vinculado à área de Gestão de pessoas;

O horário de funcionamento das bibliotecas setoriais da Univille é apresentadono quadro 7.

Quadro 7 – Horário de funcionamento bibliotecas Univille

Biblioteca	Horário
Campus Joinville	De segunda a sexta-feira, das 8h às 22h, e sábados, das 8h às 11h30
Campus São Bento do Sul	De segunda a sexta-feira, das 7h15h às 12h e das 13h às 22h, e sábados, das 7h15 às 12h15
São Francisco do Sul	De segunda a sexta-feira, das 8h às 12h30 e das 13h30 às 21h
Unidade Centro – Joinville	De segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 20h
Biblioteca Infantojuvenil Colégio Univille	De segunda a sexta-feira, das 7h45 às 12h e das 13h às 16h45
Biblioteca Centro de Estudos do HMSJ	De segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 13h às 18h
Biblioteca Polo Jaraguá do Sul	De segunda a sexta-feira, das 13h às 19h

Fonte: PDI 2022-2026 (Univille, 2022)

5.5.2 Acervo

O acervo do Sibiville é composto por livros e periódicos nas quantidades apresentadas nos quadros 9 e 10:

Quadro 9 – Acervo de livros por área de conhecimento

Área	Títulos	Exemplares
000 – Generalidades	8814	12.699
100 – Filosofia/Psicologia	3.969	6.270
200 – Religião	874	1.093
300 – Ciências Sociais	23.896	43.887
400 – Linguística/Língua	2.517	4.726
500 – Ciências Naturais/Matemática	4.885	10.467
600 – Tecnologia (Ciências Aplicadas)	14.365	30.137
700 – Artes	5.119	9.410
800 – Literatura	13.441	17.721
900 – Geografia e História	5.225	8.356

Fonte: PDI 2022-2026 (Univille, 2022)

Quadro 10 – Acervo de Periódicos por área de conhecimento

Área	Títulos	Exemplares
000 – Generalidades	104	6.574
100 – Filosofia/Psicologia	62	1.111
200 – Religião	8	147
300 – Ciências Sociais	895	27.836
400 – Linguística/Língua	46	1.036
500 – Ciências Naturais/ Matemática	158	4.626
600 – Tecnologia (Ciências Aplicadas)	833	33.484
700 – Artes	144	3.338
800 – Literatura	36	717
900 – Geografia e História	76	2.492

Fonte: PDI 2022-2026 (Univille, 2022)

A atualização do acervo é feita conforme solicitação dos docentes, para atender ao previsto nos PPCs e nos planos de ensino e aprendizagem das unidades curriculares.

5.5.3 Serviços prestados/formas de acesso e utilização

O Sibiville, por meio dos serviços oferecidos, possibilita à comunidade acadêmica suprir suas necessidades informacionais. São eles:

- **Empréstimo domiciliar:** os usuários podem pegar emprestado o material circulante de acordo com os prazos para sua categoria, conforme Regulamento do Sibiville;
- **Empréstimo interbibliotecário:** empréstimos entre as bibliotecas que compõem o Sibiville e instituições conveniadas;
- **Consulta ao acervo, renovações, reservas, verificação de débitos e materiais pendentes:** ocorrem tanto nos terminais de consulta das Bibliotecas quanto via internet pelo *site* www.univille.br/biblioteca;
- **Programa de Comutação Bibliográfica – Comut:** permite a obtenção de cópias de documentos técnico-científicos disponíveis nos acervos das principais bibliotecas brasileiras e em serviços de informações internacionais;
- **Levantamento bibliográfico:** serviço de pesquisa por intermédio de palavras-chave. Os usuários informam os assuntos e a bibliotecária efetua uma busca exaustiva em bases de dados nacionais e estrangeiras, catálogos de bibliotecas e outras fontes de informação. Os resultados são repassados aos usuários por correio eletrônico;
- **Capacitação para utilização das bases de dados e biblioteca virtual:** por meio de agendamento prévio a biblioteca oferece capacitação para uso das bases

de dados Academic Search Complete (EBSCO), Medline Complete (EBSCO), Portal Capes, biblioteca virtual Minha Biblioteca e outras fontes de informação pertinentes ao meio acadêmico. São explanadas as formas de pesquisa e os diversos recursos oferecidos;

- **Indexação Compartilhada de Artigos de Periódicos (Icap):** por meio desse serviço, é possível ter acesso aos artigos de periódicos nacionais editados pelas instituições que fazem parte da Rede Pergamum;
- **Elaboração de ficha catalográfica:** ocorre para as publicações da Editora Univille e para as dissertações e teses dos alunos da Univille;
- **Treinamento aos ingressantes:** acontece a cada início de semestre e é ministrado pela bibliotecária de referência, que explana sobre serviços das bibliotecas do Sibiville, consulta ao Sistema Pergamum, localização de materiais, normas e conduta, seus deveres e obrigações no âmbito das bibliotecas.

5.5.2 Acesso a bases de dados

A Univille mantém assinatura de bases de dados bibliográficos, permitindo que estudantes, professores e técnicos administrativos tenham acesso a publicações técnico-científicas. A seguir são caracterizadas as bases de dados disponíveis no Sistema de Bibliotecas Univille.

- **EBSCO:** a Univille assinou em março de 2005 a base de dados multidisciplinar Academic Search Elite e em 2007 ampliou seu conteúdo assinando a base Academic Search Premier. No ano seguinte, mais uma vez o conteúdo da base foi ampliado, e desde então a Univille conta com a base multidisciplinar Academic Search Complete. São 13.600 títulos de periódicos estrangeiros, dos quais 8.800 têm textos na íntegra;

- **Medline Complete:** dentro da EBSCO a base de dados Medline Complete oferece mais de 2.500 títulos de periódicos com texto completo nas áreas de biomedicina, ciências do comportamento, bioengenharia, desenvolvimento de políticas de saúde, ciências da vida, entre outras;
- **DynaMed:** dentro da EBSCO, essa é uma base de dados com atualizações na área de medicina baseada em evidências;
- **Portal Capes:** convênio que disponibiliza o acesso a 125 bases de dados disponíveis no portal, com materiais em texto completo e abstracts;
- **RT – Revista dos Tribunais *on-line*:** oferece ferramentas de pesquisa jurídica, tais como conteúdo doutrinário, legislação, julgados dos tribunais, acórdãos e notícias em geral.
-

5.5.3 Biblioteca virtual Minha Biblioteca

A plataforma de *e-books* conta com mais de 8.000 títulos, dando acesso a conteúdo multidisciplinar, técnico e científico de qualidade. Por meio da plataforma Minha Biblioteca, estudantes têm acesso rápido e fácil às principais publicações de títulos acadêmicos das diversas áreas do conhecimento. O acesso pode ser feito na Univille ou fora da Instituição, utilizando computador, celular ou *tablet* com acesso à internet.

5.5.7 Acervo específico do curso

Acervo físico no Campus São Bento do Sul

Estão à disposição para o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais e Digitais 969 títulos e 1711 exemplares. Contamos com alguns periódicos na área de Marketing e Administração tendo no total 5 títulos e 443 exemplares. Os periódicos referentes à área de Marketing estão disponíveis em duas bases de dados assinadas pela Univille. São 210 títulos disponíveis no Portal de Periódicos da Capes e 175 na Base de Dados EBSCO.

A Biblioteca da Univille não dispõe de periódicos atualizados impressos da área de Mídias Sociais Digitais.

Acervo de livros (somente físico) de Joinville e São Bento do Sul

Estão à disposição para o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais 3054 títulos e 5956 exemplares. Contamos com alguns periódicos na área de Desing, Marketing e Administração tendo no total 10 títulos e 680 exemplares.

5.6 Laboratórios didáticos especializados: quantidade, qualidade e serviços

A política de gerenciamento e ampliação da infraestrutura de laboratórios consiste em ações planejadas e discutidas estrategicamente no âmbito das Pró-Reitorias, abrangendo o uso, a manutenção, a atualização e a aquisição de novos equipamentos, de forma a possibilitar o gerenciamento racional dos recursos físicos e humanos dos laboratórios, visando, assim, manter a qualidade dos serviços e a sua sustentabilidade.

Em todos os casos as prioridades são definidas avaliando-se as solicitações da coordenação dos cursos, os projetos de curso, as recomendações das comissões avaliadoras e o Plano Diretor da Universidade.

Os laboratórios da Univille são divididos em duas categorias: os de uso específico e os de uso geral. Nos de uso geral são ministradas as unidades curriculares que demandam a utilização de laboratório, independentemente do curso. No caso dos laboratórios de uso específico, somente o curso que demanda a infraestrutura nele disponível o utiliza.

O acesso aos laboratórios é realizado por meio de reservas encaminhadas pelas coordenações dos cursos ou diretamente pelo professor. Uma vez feita a solicitação para uso, a prática é preparada por técnicos e estagiários das áreas específicas à natureza do laboratório. No caso dos laboratórios de uso específico cursos gerenciam sua utilização e contam com pessoal técnico treinado para atender à demanda de aulas práticas. Tal demanda de aulas é o que determina a aquisição, o emprego e o armazenamento dos insumos, que podem tanto ser comprados pela Área de Laboratórios quanto pelas coordenações de curso.

Independentemente do laboratório em que trabalhe, o pessoal técnico tem formação profissional qualificada e recebe treinamentos funcionais específicos em biossegurança e segurança química.

A segurança dos usuários dos laboratórios é um dos itens mais importantes nas rotinas de atividades de aula. Exige-se que os alunos usem os equipamentos de proteção individual (EPIs) e as paramentações especiais, quando for o caso. Todos os laboratórios possuem placas indicativas dos riscos associados às práticas neles desenvolvidas, bem como os EPIs recomendados para permanecer no local.

O Campus São Bento do Sul, além dos laboratórios de informática já destacados acima, possui outras estruturas de laboratórios já implantadas as quais serão também utilizadas pelo Curso de Mídias Sociais Digitais. O Quadro 11 apresenta a descrição deles.

Quadro 11 - Laboratórios já existentes

Laboratório	Descrição
Sala do Centro de Inovação	Possui uma área com 24m2, sendo um ambiente climatizado, equipado com 01 estação de trabalho com computadores e telefone. Uma mesa de reunião para seis pessoas e 4 mesas individuais para incubados.
Sala para Incubação de empresas	Sala com 6 estações de trabalho para incubados
Espaço Maker	Ambiente com 6 bancadas de trabalho com tampos de vidro, 3 balcões para armazenamentos de atividades, um armário com 10 portas contendo vários materiais de consumo como: jogos lúdicos, pincéis, massa de modelar, blocos de montar etc. Uma impressora 3D.
Salas de Metodologias Ativas	Ambiente climatizado, equipada com computador (Sistema Operacional Windows, Microsoft Office, com acesso à internet), 2 projetores multimídia, sistema de som, quadro, mesas para atividades em equipe e cadeiras estofadas.

Fonte: Primária (2020)

REFERÊNCIAS

ARROZ em Massaranduba: áreas de plantação tomam 70% do município. OCPNews. Disponível em: https://ocp.news/economia/arroz-que-ganhou-ate-festa-e-um-dos-pilares-da-economia-demassaranduba. Acesso em: 20 set. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DO MOBILIÁRIO – ABIMÓVEL. Conjuntura de Móveis: indicadores de maio de 2025. Inteligência de Mercado. PDF. Disponível em https://abimovel.com/wp-content/uploads/2025/06/cj-moveis-maio.pdf. Acesso em 19 jun. 2025.

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE SÃO BENTO DO SUL – ACISBS. Panorama socioeconômico de São Bento do Sul. São Bento do Sul, 2015.

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE SÃO BENTO DO SUL – ACISBS. Síntese conjuntural. Disponível em: https://panoramasbs.org.br/sintese_conjuntural. Acesso em: 20 set 2021.

BANDEIRA, D. R. Ceramistas pré-coloniais da Baía da Babitonga, SC – arqueologia e etnicidade. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

BANDEIRA, D. R. Povos sambaquianos: os construtores dos montes de conchas e os mais antigos moradores da Baía da Babitonga. Joinville Ontem e Hoje, Joinville, p. 4-9, 2005. Disponível em: http:// learqjlle.blogspot.com.br/p/arque.html. Acesso em: 30 ago. 2016.

BANDEIRA, D. R.; OLIVEIRA, E. L.; SANTOS, A. M. P. Estudo estratigráfico do perfil nordeste do Sambaqui Cubatão I, Joinville/SC. Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia, São Paulo, v. 19, p. 119-142, 2009. Disponível em: http://learqjlle.blogspot.com.br/p/arque.html. Acesso em: 30 ago. 2016.

BENETTI, E. Dependência da economia portuária tem que diminuir e turismo pode ser saída, diz prefeito de São Francisco do Sul. NSC Total, 10 ago. 2019. Disponível em:

https://www.nsctotal.com.br/colunistas/estela-benetti/dependencia-da-economia-portuaria-tem-que-diminuir-eturismo-pode-ser. Acesso em: 18 fev. 2021.

BRASIL. Diretrizes e normas nacionais para a oferta de programas e cursos de educação superior na modalidade a distância: Resolução n.º 1, de 11 de março de 2016, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação (CNE). Brasília: CNE, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=35541-rescne- ces-001-14032016-pdf&category_slug=marco-2016-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 20 set. 2016.

BRASIL. Lei n.º 13.005, de 25 de junho de 2014. Aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011- 2014/2014/Lei/L13005.htm. Acesso em: 28 set. 2016.

BRASIL. Ministério da Educação. Parecer CNE/CP n.º 003 de 10 março de 2004. Brasília, 2004. Disponível em: portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/003.pdf.

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução n.º 1 de 30 de maio de 2012. Estabelece diretrizes nacionais para a educação em direitos humanos. Brasília, 2012. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&id=17810&Itemid=866.

BRASIL. Presidência da República. Lei n.o 9.795 de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Brasília, 1999. Disponível em: http://www.planalto.gov.br /ccivil_03/leis/l9795.htm.

CÂMARA MUNICIPAL DE GARUVA. Histórico do município. Disponível em: https://www.camaragaruva.sc.gov.br/imprensa/imprensa/o-Municipio/1/2016/1#lista_texto_news. Acesso em: 20 set. 2021.

CAM EMPREENDIMENTOS. Jaraguá do Sul: um dos maiores parques industriais do país. Disponível em: https://www.camempreendimentos.com.br/jaragua-do-sul/. Acesso em: 20 set. 2021.

CAMPO ALEGRE. Portal Municipal de Turismo de Campo Alegre. Disponível em: https://turismo.campoalegre.sc.gov.br/o-que-fazer/item/estrada-imperial-dona-francisca. Acesso em: 20 set. 2021.

COELHO, I.; SOSSAI, F. C. (org.). Univille: 50 anos de ensino superior em Joinville e região (1965-2015). Joinville: Editora Univille, 2015.

CURY, A.; CARDOSO, C. Economia brasileira cresce 0,1% em 2014, diz IBGE. G1, 27 mar. 2015. Disponível em: http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/03/ economia-brasileira-cresce-01-em2014-diz-ibge.html. Acesso em: 20 set. 2021.

DELORS, J. Educação: um tesouro a descobrir. Relatório para a Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA – EPAGRI. Turismo náutico é aposta da pesca artesanal em Balneário Barra do Sul. 2020. Disponível em: https://www.epagri.sc.gov.br/index.php/2020/09/25/turismo-nautico-e-aposta-da-pescaartesanal-em-balneario-barra-do-sul/. Acesso em: 20 set. 2021. FAZCOMEX. Exportações de Joinville-SC: entenda. Disponível em: https://www.fazcomex.com.br/ blog/exportaçoes-de-joinville-sc/. Acesso em: 20 set. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA – FIESC. Perfil e oportunidade de exportação e investimentos. 2020. Disponível em: https://www2.fiescnet.com.br/web/uploads/recursos/82368da4d9409835bf256b142c7b65bb.pdf. Acesso em: 18 fev. 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA – FIESC. Comércio Exterior. Disponível em: https://observatorio.fiesc.com.br/paineis/comercio-exterior. Acesso em 19 jun. 2025.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. Construindo o conceito de competência. Revista de Administração Contemporânea, edição especial, 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rac/v5nspe/v5nspea10.pdf. Acesso em: 16 out. 2016.

FREIRE, P. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DA REGIÃO DE JOINVILLE – FURJ. Estatuto da Fundação Educacional da Região de Joinville. Resolução do Conselho de Administração da Fundação Educacional da Região de Joinville n.º 11/14, de 31 de julho de 2014. Joinville, 2014a.

GONÇALVES, A. P. 14 marcas de empresas de Jaraguá do Sul conhecidas no Brasil inteiro. OCPNews, 24 fev. 2021. Disponível em: https://ocp.news/economia/10-marcas-de-empresas-dejaragua-do-sul-que-voce-encontra-no-brasil-inteiro. Acesso em: 20 set. 2021.

GOVERNO DE SANTA CATARINA. Barra Velha. Disponível em: https://www.sc.gov.br/conhecasc/municipios-de-sc/barra-velha. Acesso em: 20 set. 2021.

GUARATUBA. Portal da Cidade. Guaratuba 250 anos. Disponível em: https://guaratuba.portaldacidade.com/história-de-guaratuba-pr. Acesso em: 20 set. 2021.

GUIA RIOMAFRA. Dados da cidade de Mafra – Santa Catarina. Disponível em: http://www.guiariomafra.com.br/dados-da-cidade-de-mafra. Acesso em: 20 set. 2021.

HALL, R. H. Organizações: estruturas, processos e resultados. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

INSTITUTE FOR THE FUTURE – IFTF. Future Work Skills 2020. Califórnia, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Araquari. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/araquari/panorama. Acesso em: 20 set. 2021a.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Balneário Barra do Sul. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/balneario-barra-do-sul/panorama. Acesso em: 20 set. 2021b.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Barra Velha. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/barravelha/ panorama. Acesso em: 20 set 2021c.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Campo Alegre. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/campo-alegre/panorama. Acesso em: 20 set. 2021d.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Corupá. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/corupa/panorama. Acesso em: 20 set. 2021e.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Garuva. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/garuva/panorama. Acesso em: 20 set. 2021f.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Geral. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br. Acesso em: 20 set 2021g.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Guaramirim. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/Guaramirim/panorama. Acesso em: 20 set. 2021h.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Guaratuba. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/guaratuba/panorama. Acesso em: 20 set. 2021i.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Itapoá. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/itapoa/panorama. Acesso em: 20 set. 2021j.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Jaraguá do Sul. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/jaragua-do-sul/panorama. Acesso em: 20 set. 2021k.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Joinville. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/Joinville/panorama. Acesso em: 20 set 2021l.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Mafra. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/mafra/panorama. Acesso em: 20 set 2021m.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Massaranduba. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/Massaranduba/panorama. Acesso em: 20 set. 2021n.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Rio Negrinho. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/rio-negrinho/panorama. Acesso em: 20 set. 2021o.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – São Bento do Sul. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/sao-bento-do-sul/panorama. Acesso em: 20 set. 2021p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – São Francisco do Sul. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/sao-francisco-do-sul/panorama. Acesso em: 20 set. 2021q.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – São João do Itaperiú. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/sao-joao-do-itaperiu/panorama. Acesso em: 20 set. 2021r.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Cidades – Schroeder. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/schroeder/panorama. Acesso em: 20 set. 2021s.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. População residente estimada. Disponível em: https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6579. Acesso em: 20 set. 2021t.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Sidra – Produto Interno Bruto dos Municípios. Disponível em: https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5938. Acesso em: 20 set. 2021u.

INVESTIMENTO de peso. Tecnologística, ed. 111, fev. 2005. Disponível em: https://issuu.com/publicare/docs/tecno_fev_2005. Acesso em: 21 set. 2021.

JIMÉNEZ-JIMÉNEZ, D.; SANZ-VALLE; R. Innovation, organizational learning, and performance. Journal of Business Research, v. 64, n. 4, p. 408-417, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/222417149_Innovation organizational_ learning_and_performance. Acesso em: 24 set. 2015.

JOINVILLE é a terceira cidade mais rica do Sul do país. NDMAIS, 12 jan. 2021. Disponível em: https://ndmais.com.br/economia-sc/joinville-e-a-terceira-cidade-mais-rica-do-sul-do-pais/. Acesso em: 20 set. 2021.

JOINVILLE tem 19 entre as 500 maiores empresas do Sul do país. Revista Amanhã, 2016. Disponível em: http://sh.adv.br/pt/noticia/joinville-tem-19-entre-as-500-maiores-empresas-do-suldo-pais. Acesso em: 20 set. 2021.

KOIWASKI, D. Corupá completa 122 anos com desenvolvimento econômico e turístico em alta. OCPNews, 7 jul. 2019. Disponível em: https://ocp.news/geral/corupa-completa-122-anos-comdesenvolvimento-economico-e-turistico-em-alta. Acesso em: 21 set. 2021.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KUNSCH, M. M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

KUTACH, F. Pioneirismo entrelaçado com a história de São Bento do Sul. A Gazeta, São Bento do Sul, 23 set. 2014. Disponível em: http://www.gazetasbs.com.br/site/noticias/pioneirismoentrelacado-com-a-historia-de-sao-bento-do-sul-1086#:~:text=São%20Bento%20do%20Sul%20foi,a%20região%20pertencia%20ao%20Paraná. Acesso em: 20 set. 2021.

LEAL, P. Guaramirim 71 anos: força econômica em pleno desenvolvimento e expansão. OCP News, 28 ago. 2020a. Disponível em: https://ocp.news/economia/guaramirim-71-anos-forcaeconomica-em-pleno-desenvolvimento-e-expansao. Acesso em: 20 set. 2021.

LEAL, P. Schroeder 56 anos: com aumento populacional, município fortalece sua economia. OCP News, 3 out. 2020b. Disponível em: https://ocp.news/economia/schroeder-56-anos-comaumento-populacional-municipio-fortalece-sua-economia. Acesso em: 20 set. 2021.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – MEC. Planejando a próxima década: conhecendo as 20 metas do Plano Nacional de Educação. Brasília, 2014. Disponível em: http://pne.mec.gov.br/images/pdf/pne_conhecendo_20_metas.pdf. Acesso em: 13 mar. 2016.

MINTZBERG, H. Managing: desvendando o dia a dia da gestão. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MORIN, E. A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

O POTENCIAL econômico do norte catarinense: conheça os motivos para investir na região. G1, 10 abr. 2019. Disponível em: https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/irineu-imoveis/araquari-a-bola-da-vez/noticia/2019/04/10/o-potencial-economico-do-nortecatarinense-conheca-os-motivos-para-investir-na-regiao.ghtml. Acesso em: 20 set. 2021.

O PRESENTE RURAL. Frigorífico São João, de São João do Itaperiú (SC), é o nono parceiro do Programa Carne Angus Certificada. 2014. Disponível em: https://opresenterural.com.br/frigorifico-sao-joao-de-sao-joao-do-itaperiu-sc-e-o-nono-parceiro-do-programa-carne-anguscertificada/. Acesso em: 20 set. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE – OMS. Painel do coronavírus da OMS (covid-19). 2021. Disponível em: https://covid19.who.int/. Acesso em: 3 nov. 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE (OPAS). Histórico da pandemia de covid-19. 2020. Disponível em: https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19. Acesso em: 20 jun. 2021.

O'SULLIVAN, D. Development of integrated manufacturing systems. Computer Integrated Manufacturing Systems, v. 5, n. 1, p. 39-53, 1992.

PORTAL DA CIDADE. Guaratuba 250 anos. Disponível em: https://guaratuba.portaldacidade.com/história-de-guaratuba-pr. Acesso em: 20 set. 2021.

PORTO DE SÃO FRANCISCO DO SUL. Porto completa 65 anos. Disponível em: https://portosaofrancisco.com.br/saiba-mais/id/101. Acesso em: 20 set. 2021.

PORTO ITAPOÁ. O Porto Itapoá está entre os maiores terminais portuários de contêineres do Brasil. Disponível em: https://www.portoitapoa.com/porto-itapoa/. Acesso em: 25 out. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAQUARI. Araquari. Disponível em: https://www.araquari.sc.gov.br. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO BARRA DO SUL. Balneário Barra do Sul. Disponível em: https://balneariobarradosul.atende.net/#!/tipo/pagina/valor/1. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO ALEGRE. Campo Alegre. Disponível em: https://www.campoalegre.sc.gov.br/cms/página/ver/codMapaItem/28660. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUPÁ. Corupá. Disponível em: https://corupa.atende.net/#!/tipo/pagina/valor/52. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARUVA. Economia. Disponível em: https://garuva.atende.net/cidadao/pagina/economia. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPOÁ. Aspectos econômicos. Disponível em: https://www.itapoa.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaItem/22510. Acesso em: 21 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MASSARANDUBA. Economia do município. Disponível em: https://massaranduba.atende.net/cidadao/página/economia-do-município. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO NEGRINHO. Perfil socioeconômico. 2015. Disponível em:https://www.rionegrinho.sc.gov.br/download.php?id=3549. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO BENTO DO SUL. São Bento do Sul em números. Disponível em: https://www.saobentodosul.sc.gov.br/sao-bento-sul-em-numeros. Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO FRANCISCO DO SUL. Economia. Disponível em: https://www.saofranciscodosul.sc.gov.br/economia. Acesso em: 20 set 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO DE ITAPERIÚ. São João do Itaperiú. Disponível em:http://www.pmsji.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaItem/35575.

Acesso em: 20 set. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SCHROEDER. História. Disponível em: https://www.schroeder.sc.gov.br/cms/página/ver/codMapaItem/32646. Acesso em: 20 set. 2021.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE – PMI. Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos (guia PMBoK®. Project Management Institute). 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

RAMPELOTTI, L. Guaratuba 249 anos: agricultura e pesca movimentam a economia da cidade.

JBLitoral, 28 abr. 2020. Disponível em: https://jblitoral.com.br/guaratuba-249-anos-agricultura-epesca-movimentam-a-economia-da-cidade. Acesso em: 20 set 2021.

SANTOS, B. de S. Introdução a uma ciência pós-moderna. 4. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO URBANO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – SEPUD. Joinville em Dados – 2020. Joinville: Prefeitura de Joinville, 2020. Disponível em:

https://www.joinville.sc.gov.br/publicacoes/joinville-cidade-em-dados-2020/. Acesso em: 20 set. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE/SC. Cadernos de desenvolvimento – Barra Velha. 2019a. Disponível em: https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Barra%20 Velha%20-%20Cadernos%20de%20Desenvolvimento.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE/SC. Cadernos de desenvolvimento – Campo Alegre. 2019b. Disponível em:https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Campo%20 Alegre%2020Cadernos%20de%20 Desenvolvimento.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE/SC. Cadernos de desenvolvimento – Jaraguá do Sul. 2019d. Disponível em: https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Jaragua%20do%20Sul%20-20Cadernos %20de%20Desenvolvimento.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE/SC. Cadernos de desenvolvimento – Joinville. 2019e. Disponível em: https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Joinville%20-%20Cadernos%20de%20Desenvolvimento.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE/SC. Cadernos de desenvolvimento – São Bento do Sul. 2019f. Disponível em: https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/São%20Bento%20do%20Sul%20-%20Cadernos%20de%20Desenvolvimento.pdf. Acesso em: 18 fev. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA – SEBRAE/SC. Cadernos de Desenvolvimento – São Francisco do Sul. 2019g. Disponível em: https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Sao

%20Francisco%20do%20Sul%20-%20Cadernos%20de%20Desenvolvimento.pdf. Acesso em: 18 fev. 2021.

THECITIES. Joinville, SC. Disponível em: https://www.thecities.com.br/Brasil/Santa-Catarina/Joinville/Economia/1820/. Acesso em: 20 set. 2021.

TOMPOROSKI, A. A. et al. Rio Negrinho em dados socioeconômicos 2019/2020. Universidade do Contestado. Mafra: Ed. da UnC, 2020. Disponível em: https://uni-contestado-site.s3.amazonaws.com/site/biblioteca/ebook/Rio_Negrinho_em_dados_socioeconomicos.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Estatuto da Universidade da Região de Joinville. Resolução do Conselho Universitário da Universidade da Região de Joinville n.º 09/16, de 1.º de setembro de 2016. Joinville, 2016.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Plano de Desenvolvimento Institucional 2022-2026. Joinville, 2022.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Plano de Desenvolvimento Institucional 2012-2016. Joinville, 2014a.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Política de Acompanhamento dos Egressos. Joinville, 2015a.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Política de Gestão de Pessoas. Joinville, 2015b.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Política de Relacionamento com os Estudantes. Joinville, 2014b.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Projeto da Universidade da Região de Joinville. Joinville, 1991a.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Relatório de Serviços de Extensão e Pesquisa. Joinville, 1991b.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Resolução do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade da Região de Joinville n.º 07/09. Joinville, 2009.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Resolução do Conselho Universitário da Universidade da Região de Joinville n.º 06/17. Joinville, 2017.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE. Resolução do Conselho Universitário da Universidade da Região de Joinville n.º 14/21. Joinville, 2021.

21.ª LOJA da Havan é inaugurada em Barra Velha. NSCTotal, 18 dez. 2010. Disponível em: https://www.nsctotal.com.br/noticias/21a-loja-da-havan-e-inaugurada-em-barra-velha. Acesso em: 20 set. 2021.