



UMC
UNIVERSIDADE

**Projeto Pedagógico
do Curso de
Comunicação e Marketing**

Mogi das Cruzes - 2024

ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR DA UNIVERSIDADE

Reitora

Regina Coeli Bezerra de Melo

Pró-Reitor Acadêmico

Cláudio José Alves de Brito

Assessor Pedagógico de Graduação

Helio Martucci Neto

Diretor Administrativo

Luiz Carlos Jorge de Oliveira Leite

Diretor Jurídico

Demetrius Abrão Bigaran

Diretor de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão

Cláudio José Alves de Brito

Coordenadora de Pesquisa e Pós-Graduação *Stricto Sensu*

Tatiana Ribeiro de Campos Mello

Coordenador de Pós-Graduação *Lato Sensu* e Extensão

Nellis Oliveira Santos

Coordenador da Comissão Própria de Avaliação – CPA

Sérgio Henrique Leal

Gerente de Atendimento Integrado

Elisângela Souza de Oliveira Cipullo

Sumário

	CONTEXTUALIZAÇÃO DA IES	6
1	DIMENSÃO 1 - ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	16
1.1	Políticas institucionais no âmbito do curso	16
1.1.1	Implementação da Política de Capacitação no Âmbito do Curso	16
1.1.2	Apoio à Produção Científica, Técnica, Pedagógica e Cultural	17
1.1.3	Apoio à Participação em Eventos Científicos e Acadêmicos	18
1.1.4	Incentivo à Formação/Atualização Pedagógica dos Docentes	18
1.1.5	Incentivo à Formação/Atualização dos Discentes	19
1.2	Objetivos do curso	20
1.3	Perfil profissional do egresso	21
1.3.1	Mecanismos de acompanhamento dos egressos	22
1.4	Estrutura curricular	24
1.4.1	Atividades de extensão / ação social	29
1.4.2	Articulação do Curso com atividades de pesquisa e extensão	30
1.4.3	Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica	30
1.5	Conteúdos curriculares	32
1.5.1	Representação Gráfica de um Perfil de Formação	33
1.5.2	Matriz Curricular	34
1.6	Metodologia	34
1.7	Estágio curricular supervisionado	35
1.8	Estágio curricular supervisionado – relação com a rede de escolas da educação básica	35
1.9	Estágio curricular supervisionado – relação teoria e prática	35
1.10	Atividades complementares	36
1.11	Projeto de Final de Curso (PFC)	36
1.12	Apoio ao discente	38
1.12.1	Intercâmbios Internacionais	40
1.12.1.1	Convênio com a University of Miami Harrington	40
1.12.1.2	Convênio com a California Northstate University (CNU)	40
1.12.1.3	Convênio com a Universidade Católica de Santiago del Estero (UCSE)	41
1.12.1.4	Convênio com a Università Degli Studidi Roma - Foro Italico	41
1.12.1.5	Programa Ciência sem Fronteiras	42
1.13	Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa	42
1.14	Atividades de tutoria	44
1.15	Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às atividades de tutoria	45

1.16	Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no processo ensino e aprendizagem	45
1.17	Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)	47
1.18	Material didático	48
1.19	Procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem	48
1.20	Número de vagas	49
1.21	Integração com as redes públicas de ensino	50
1.22	Integração do curso com o sistema local e regional de saúde (SUS)	51
1.23	Atividades práticas de ensino para áreas da saúde	51
1.24	Atividades práticas de ensino para licenciaturas	51
2	DIMENSÃO 2 - CORPO DOCENTE E TUTORIAL	52
2.1	Núcleo Docente Estruturante – NDE	52
2.2	Equipe multidisciplinar	52
2.3	Atuação do coordenador	53
2.4	Regime de trabalho do coordenador de curso	54
2.5	Corpo docente: titulação	55
2.6	Regime de trabalho do corpo docente do curso	56
2.7	Experiência profissional do docente	57
2.8	Experiência no exercício da docência na educação básica	57
2.9	Experiência no exercício da docência superior	58
2.10	Experiência no exercício da docência na educação a distância	58
2.11	Experiência no exercício da tutoria na educação a distância	59
2.12	Atuação do colegiado de curso ou equivalente	59
2.13	Titulação e formação do corpo de tutores do curso	61
2.14	Experiência do corpo de tutores em educação a distância	61
2.15	Interação entre tutores (presenciais – quando for o caso – e a distância), docentes e coordenadores de curso a distância	62
2.16	Produção científica, cultural, artística ou tecnológica	63
3	DIMENSÃO 3 - INFRAESTRUTURA	64
3.1	Espaço de trabalho para docentes em tempo integral	64
3.2	Espaço de trabalho para o coordenador	64
3.3	Sala coletiva de professores	65
3.4	Salas de aula	65
3.5	Acesso dos alunos a equipamentos de informática	65
3.6	Bibliografia básica por Unidade Curricular (UC)	66
3.7	Bibliografia complementar por Unidade Curricular (UC)	68
3.8	Laboratórios didáticos de formação básica	70

3.9	Laboratórios didáticos de formação específica	70
3.10	Laboratórios de ensino para a área de saúde	71
3.11	Laboratórios de habilidades	71
3.12	Unidades hospitalares e complexo assistencial conveniados	71
3.13	Biotérios	72
3.14	Processo de controle de produção ou distribuição de material didá- tico (logística)	72
3.15	Núcleo de práticas jurídicas: atividades básicas e arbitragem, nego- ciação, conciliação, mediação e atividades jurídicas reais	72
3.16	Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)	72
3.17	Comitê de Ética na Utilização de Animais (CEUA)	72
3.18	Ambientes profissionais vinculados ao curso	72
	ANEXO I – Ementas, bibliografias básicas e complementares	73
	ANEXO II – Relação do Corpo Docente; NDE e COLEGIADO do curso	89
	ANEXO III – Regulamentos do Curso de Comunicação e Marketing (Regulamento do Projeto Final de Curso/Projeto Experimental; Regras de uso dos Laboratórios de Comunicação)	90
	ANEXO IV - Instruções Normativas Vigentes	96
	ANEXO V – Lista de Periódicos	160

CONTEXTUALIZAÇÃO DA IES

Da IES - Mantenedora

OMEC - Organização Mogiana de Educação e Cultura S/S Ltda.

CNPJ: 52.562.758/0001-17 – Mogi das Cruzes

52.562.758/0003-89 – São Paulo

End: Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida Souza, 200

Bairro: Vila Partênio

Cidade: Mogi das Cruzes – SP

CEP: 08780-911.

Base Legal

A Organização Mogiana de Educação e Cultura S/S Ltda - OMEC, é pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, organizada sob a forma de uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, com sede e foro em Mogi das Cruzes (SP), registrada no 1º Cartório de Registro de Imóveis e Anexos da Comarca de Mogi das Cruzes, sob nº 309, livro A-4. A Instituição está inscrita no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ sob os números 52.562.758/0001-17 – Mogi das Cruzes e 52.562.758/0003-89 – São Paulo e mantém regularidade fiscal e parafiscal, estando em dia com os recolhimentos e obrigações, conforme certidões comprobatórias.

Nome da IES

A Universidade de Mogi das Cruzes tem como limite territorial de atuação o Estado de São Paulo, constituindo-se de:

I – *Campus* Sede – Mogi das Cruzes (Ato de Reconhecimento: Decreto nº 72129, de 25 de abril de 1973, à vista do Parecer nº 380, de 15 de março de 1973, do Conselho Federal de Educação), assim composto:

- a) Unidade I – Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida Souza, nº 200, Vila Partênio, Mogi das Cruzes, SP, 08780-911;
- b) Unidade II – R. Delphino Alves Gregório, 755 – Mogilar, Mogi das Cruzes, SP, 08773-520;
- c) Unidade III – Instituto Central de Saúde – R. Dom Antônio Cândido Alvarenga, nº 170, Centro, Mogi das Cruzes, SP, 08780-070.

Base legal da IES

A Universidade de Mogi das Cruzes, mantida pela Organização Mogiana de Educação e Cultura S/S Ltda. - OMEC, com sede em Mogi das Cruzes, cidade integrante da Grande São Paulo, região Cone Leste, também conhecida como região do Alto Tietê, é uma instituição particular com autonomia didático-científica, disciplinar, administrativa e financeira, exercida na forma de seu Estatuto e da legislação pertinente.

Perfil e Missão da IES

A Universidade de Mogi das Cruzes - UMC, Instituição atuante na produção, preservação e construção de conhecimentos, além de considerar o trinômio de sua função acadêmica – o Ensino, a Pesquisa e a Extensão, tem conhecimento de que precisa acompanhar e participar, de forma crítica e consciente, do processo contínuo de mudanças que ocorrem na sociedade brasileira e no mundo contemporâneo, influenciando diretamente da formação de pessoas transformadoras e atuantes na sociedade.

A Missão da Universidade de Mogi das Cruzes, definida em seus documentos essenciais é a de *gerar e disseminar o conhecimento para formar profissionais socialmente responsáveis, empreendedores e transformadores da realidade contemporânea.*

Objetivos Gerais

- Sedimentar a UMC como centro de referência capaz de gerar e difundir conhecimentos a partir de atividades de pesquisa desenvolvidas na própria instituição e no comprometimento dos docentes na melhoria da qualidade de vida em nossa sociedade em diferentes níveis.
- Ampliar o reconhecimento e a qualidade conquistada pelos cursos e programas da instituição.

Objetivos Específicos

- Atender permanentemente a comunidade por meio de projetos e ações integradas, estimulando propostas junto aos diversos setores da sociedade em todos os campos e níveis do saber;
- Buscar o ajuste contínuo às mudanças por que passa a sociedade, criando e reformulando cursos e programas, adotando a flexibilidade como característica de métodos, critérios e currículos;
- Formar profissionais socialmente responsáveis e empreendedores nas diferentes áreas do conhecimento, aptos à participação no desenvolvimento da sociedade em que interagem;

- Estimular o envolvimento de toda comunidade acadêmica no aumento do número de matrículas e na redução da evasão;
- Aumentar a produtividade e a competitividade com redução de custos e sem prejuízo do nível de qualidade;
- Estimular parcerias com instituições nacionais e internacionais, governamentais e/ou não governamentais, visando à execução de projetos destinados à produção do conhecimento acadêmico, científico, tecnológico, cultural e artístico e à prestação de serviços;
- Contribuir para o processo de consolidação da cidadania brasileira, mediante a formulação de propostas pertinentes à melhor percepção e exercício dos deveres e direitos do cidadão, promovendo a responsabilidade social;
- Manter, permanentemente, processos administrativos que propiciem a eficácia e a eficiência da instituição e garantam qualidade do desempenho gerencial;
- Manter, racionalizar, otimizar e promover a modernização contínua das instalações, dos recursos materiais e das condições ambientais da instituição;
- Simplificar e agilizar os procedimentos de acesso e interação às informações acadêmicas e administrativas, aprimorando o sistema de geração, captação e sistematização de dados, bem como a avaliação continuada dos produtos e processos;
- Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos;
- Divulgar o saber por meio do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;
- Valorizar o corpo discente como polo convergente das atividades da universidade;
- Valorizar o corpo docente como agente fundamental no desenvolvimento das ações que propiciem o alcance dos objetivos da instituição;
- Atuar em favor da universalização e do aprimoramento da educação básica, mediante a formação e a capacitação de profissionais, a realização de pesquisas pedagógicas e o desenvolvimento de atividades de extensão que aproximem os dois níveis escolares;
- Considerar a avaliação institucional permanente como um dos instrumentos para a melhoria da qualidade das atividades de ensino, de pesquisa e de extensão;
- Cumprir e fazer cumprir as diretrizes emanadas da mantenedora, respeitada a legislação vigente.

Bases filosóficas/princípios metodológicos

A concepção que embasa a ação da UMC é a de que o processo de ensino-aprendizagem se constitui a partir das relações entre os sujeitos, em torno de um objeto, e que essas ações não são abstratas e universais ou apenas cognitivas, porém, nelas estão presentes também: imaginação, emoção, prazer, valores, crenças e concepções a respeito do mundo e do homem.

A concepção que embasa a ação da UMC é a de que o processo de ensino-aprendizagem se constitui a partir das relações entre os sujeitos, em torno de um objeto, e que essas ações não são abstratas e universais ou apenas cognitivas, porém, nelas estão presentes também: imaginação, emoção, prazer, valores, crenças e concepções a respeito do mundo e do homem.

A metodologia de ensino aqui preconizada parte da análise do processo de ensino e da sua relação com o contexto global do fenômeno educativo, bem como procura configurar o ensino e a aprendizagem como uma dinâmica interativa, situada historicamente, destacando-se o papel do professor e do aluno. Os conteúdos de ensino são organizados de acordo com uma visão eminentemente processual e o desenvolvimento curricular como um campo de intervenção e ação do professor, visando:

- Garantir a aproximação de unidades curriculares que ministrem conteúdos afins, estimulando a interdisciplinaridade e a correlação entre teoria e prática;
- Inserir o aluno nos campos de atuação desde o início do curso, propiciando a interação de teoria com prática, influenciando na motivação do aluno e valorizando a integração interdisciplinar;
- Fazer aproximações sucessivas com os diversos cenários de aprendizagem em períodos subsequentes, permitindo a aquisição gradual de conhecimentos e habilidades (do mais simples ao mais complexo), e promovendo a aprendizagem para um competente desempenho profissional;
- Desenvolver a aprendizagem centrada no aluno, visando estimular a formação do pensamento lógico-crítico;
- Valorizar a pesquisa como instrumento de conhecimento analítico e estabelecimento de conceitos lúcidos e transformadores;
- Promover as avaliações e recuperações de assuntos de acordo com as reais necessidades reconhecidas pelo conjunto professor-aluno;
- Estimular o talento, a criatividade, a iniciativa, face às exigências das demandas de mercado nos tempos modernos, incentivando, ainda, o espírito integrado-participativo;

- Criar ambiente cooperativo de aprendizagem, possibilitando modos de interação social com desenvolvimento de projetos que atendam aos diversos segmentos sociais.

As justificativas desses objetivos estão nos pressupostos de ensino-aprendizagem que permitem à Universidade, numa perspectiva humanística, desenvolver o ensino, a pesquisa e a extensão, considerando o aluno como sujeito de seu próprio desenvolvimento, possibilitando a elaboração da experiência humana de forma crítica e criativa. Para isso, procura desenvolver as capacidades de observação, reflexão e criação, comunicação, cooperação e solidariedade, discernimento de valores, que iluminam a opção e a ação, ao mesmo tempo em que criam condições para que o educando possa ser uma resposta original aos desafios de uma sociedade em constante mudança como sujeito livre, autônomo, capaz de ações responsáveis e conseqüentes. Além disso, a UMC, identificada com a abordagem sociocultural, que não considera o homem um ser isolado, uma vez que ele é, ao mesmo tempo, fruto e semente da sociedade, tem como objetivo a construção de novas relações, assumindo uma proposta pedagógica que contempla o compromisso com a democracia social e com o desenvolvimento cultural, científico, político, econômico e tecnológico.

Dados socioeconômicos da região

As informações, a seguir, permitem uma apreciação dos aspectos demográficos, das condições de vida do município de Mogi das Cruzes, que apresenta IDHM, classificado em Alto Desenvolvimento Humano, de 0,783 com longevidade de 0.851, renda na faixa de 0.762 e educação com 0.740, de acordo com os dados divulgados pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNAD, 2013 e da composição da economia do Município de Mogi das Cruzes onde é ofertado o Curso de Graduação em Comunicação e Marketing.

Segundo o Plano Municipal de Educação de Mogi das Cruzes-2015/2016, a cidade está localizada a leste da região metropolitana do município de São Paulo, no compartimento hidrográfico do Alto Tietê-Cabeceiras, abrangendo uma área de 7.126.67 Km². A malha urbana da cidade desenvolve-se às margens de extensas áreas de várzeas que cortam Mogi de leste à oeste, elevando, por conta disso a preocupação do Município com as questões ambientais, principalmente, tendo em vista o rápido crescimento socioeconômico do Município do que decorrem políticas públicas em prol da preservação e sustentabilidade.

O Sistema Produtor do Alto Tietê-Cabeceiras é uma das principais fontes de abastecimento de São Paulo e região. Envolve seis barragens e as respectivas interligações. Três delas ocupam porções do território mogiano: Jundiá e Taiapuêba, e Biritiba-Mirim. Mogi das Cruzes situa-se a uma altitude média de 780 metros e é cortada por duas serras: a Serra do Mar e a Serra do Itapeti. Seu clima, como em toda a Região Metropolitana de São

Paulo, é o subtropical. O Município possui cerca de 60% de seu território contido em áreas legalmente protegidas, sendo que 49% de sua superfície estão em Área de Proteção de Mananciais, e os 11% restantes, em outras categorias de preservação, como unidades de conservação e áreas tombadas (Plano Municipal de Resíduos Sólidos).

O crescimento populacional das últimas décadas foi expressivo. Conforme a Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados - SEADE/2020 - a área do Município de Mogi das Cruzes corresponde a 712,54 km² com população estimada de 432.905 habitantes. A densidade demográfica corresponde a 607,55 habitantes por km². A taxa geométrica de crescimento anual de população no período 2010-2020 foi de 1,12, o que demanda crescentes investimentos em todos os setores da atividade econômica e atividade de prestação de serviços públicos e privados.

Mogi das Cruzes está na 24^a colocação entre os 100 maiores municípios do Brasil segundo o ranking do Índice dos Desafios da Gestão Municipal (IDGM), realizado pelo Instituto MacroPlan e publicado na Revista Exame em fevereiro de 2020.

Na educação Mogi alcançou a 11^a posição no ranking do Índice dos Desafios da Gestão Municipal (IDGM). A cidade subiu cinco posições em relação a 2019, ficando à frente de outros 89 dos maiores municípios do Brasil. Um dos pontos destacados pelo estudo é a ampliação do atendimento na educação infantil e o crescimento do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb), em que a rede municipal de ensino alcançou a nota de 6,8, sua maior nota na história da cidade (Portal News).

O desempenho econômico-financeiro também proporciona resultados positivos para o Município. A cidade, como se sabe, possui economia mista e se destaca tanto pela produção agrícola como pela expansão industrial e da prestação de serviços, além da crescente atuação de micro e pequenos empreendedores, que geram continuamente emprego e renda para a população.

Na saúde, Mogi das Cruzes destaca-se nas análises do número de unidades básicas de saúde, número de pronto-atendimentos, socorro geral, tomógrafos, leitos, médicos e cirurgiões dentistas, sempre na relação para cada 100 mil habitantes.

As informações a seguir permitem uma apreciação dos aspectos demográficos, das condições de vida do município de Mogi das Cruzes, que apresenta IDHM, classificado em Alto Desenvolvimento Humano, de 0,783 com longevidade de 0,851, renda na faixa de 0,762 e educação com 0,740, de acordo com os dados divulgados pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, 2013 e da composição da economia do Município de Mogi das Cruzes.

A economia do Município de Mogi das Cruzes no ano de 2018, segundo a SEADE^[1] - apresenta um PIB total de 15.386.499 (milhões) e PIB *per capita* de 36.296,45. A participação dos empregos formais representa no segmento de serviços 55,2%, seguido da indústria com 16,81%, construção com 4,61%, comércio e reparação de veículos 21,43% e 1,80% na agricultura, agropecuária, pesca e produção florestal.

As participações nos setores produtivos apresentam variações sendo: 72,16% em serviços, 25,40% na indústria e 2,43% na agropecuária (Fundação SEADE/2019), concentrando 0,28% das exportações do Estado de São Paulo em 2019. Em 2010, das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais, 4,60% trabalhavam no setor agropecuário, 0,33% na indústria extrativa, 15,45% na indústria de transformação, 8,35% no setor de construção, 1,23% nos setores de utilidade pública, 15,56% no comércio e 47,86% no setor de serviços (PNUD, IPEA).

O mercado de agências de comunicação e meios de comunicação da região do Alto Tietê é favorável, conforme dados reunidos em levantamento realizado em 2019 – exposto em mapa de Mídia da Região do Alto Tietê e Mapa de Agências de Comunicação do Alto Tietê[2].

No meio digital, o mercado regional é composto por 21 Rádios Digitais, sendo 11 dessas na cidade de Mogi das Cruzes; a TV Digital, sendo que pelo menos 3 programas são produzidos em Mogi das Cruzes e um Portal de Notícias, com 10 produções que abrangem as cidades do Alto Tietê.

No meio eletrônico destaca-se a TV Diário, afiliada da Rede Globo com sede em Mogi das Cruzes, que opera no canal 19 UHF digital. A emissora pertence ao Grupo Diário de Mogi, também responsável pelo Jornal O Diário, e sua cobertura abrange 10 municípios da Região do Alto Tietê.

Entre as Rádios da região, destaca-se a Rádio Metropolitana AM e a Transcontinental FM, ambas em Mogi das Cruzes. O meio impresso é formado por 6 Jornais e 5 títulos de Revistas, todos de Mogi. Contudo, se lançarmos luz para a região do Alto Tietê este número se amplia para 12 Jornais e 9 Revistas.

No que se refere às Agências de Comunicação do Alto Tietê, são mais de 40 agências especializadas em marketing digital, além daquelas que oferecem serviços focados em marketing esportivo, pesquisa e inteligência de mercado, consultorias de comunicação e eventos – ampliando este número para mais de 100 agências, na região que está no entorno da UMC.

Histórico da IES (criação, trajetória, cursos oferecidos âmbito da graduação, pós-graduação (*Lato e Stricto Sensu*), atividades de extensão e linhas de pesquisa)

A Universidade de Mogi das Cruzes – UMC é a maior e a mais antiga Universidade do município de Mogi das Cruzes.

A história da fundação e do desenvolvimento da UMC inicia-se com a criação da Organização Mogiana de Educação e Cultura (OMEC), em 1962. Nessa época, com o objetivo de oferecer mais oportunidades educacionais à população da cidade de Mogi das Cruzes e região, o Presidente da OMEC, professor Manoel Bezerra de Melo, fundou uma escola de ensino fundamental – um “ginásio” como era chamado na época.

O “ginásio” atendeu à demanda e, por isso mesmo, prosperou e cresceu a ponto de buscar sua própria continuidade, com a implantação de cursos superiores, o que se concretizou em 1964, com o funcionamento da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, autorizada pelo Conselho Federal de Educação com os Cursos de Filosofia, Letras, Pedagogia e Ciências Sociais. Outros cursos foram sendo implantados no decorrer do tempo até que, em 1973, a Instituição foi reconhecida como Universidade de Mogi das Cruzes – UMC, primeira Universidade particular do Estado de São Paulo e segunda do Brasil.

A chegada da UMC provocou grandes mudanças, inserindo-se de maneira significativa na sociedade mogiana, fazendo valer a influência mutuamente proveitosa que se estabeleceu entre ela e seu entorno. Os estudantes, a princípio vindos de diversas regiões do país e, principalmente, de diferentes cidades do Estado de São Paulo, movimentaram a cidade que, aos poucos, tornou-se referência como centro estudantil. Ao período de implantação da UMC sucedeu uma época de crescimento físico nos anos 70 e 80. A Instituição chegou a contar 22.000 alunos e por mais de 10 anos foi a única IES a oferecer cursos noturnos de Engenharia na Região Leste da Grande São Paulo. Nesse período, a Instituição dimensionou áreas de atuação e investiu na construção do *Campus* e no aumento significativo da estrutura de instalações e laboratórios, para corresponder às suas necessidades e garantir a qualidade de seu desempenho.

Na década de 90, foi reforçada a consciência, já presente desde a fundação da UMC, de que era preciso mudar e melhorar. O investimento num amplo programa de qualificação e melhoria dos sistemas educacionais e administrativos foi então definido como prioridade para dotar a UMC de mecanismos institucionais atualizados que permitissem o desempenho ideal de suas funções.

Em junho de 1996, a UMC desenvolveu um modelo próprio de Planejamento Estratégico, com base nas proposições apresentadas no Projeto Acadêmico, e contando com a participação de toda a comunidade acadêmica, foi elaborada a proposta de um Plano Estratégico Institucional que discutido e aprovado, passou a constituir o documento norteador de todas as políticas institucionais, da distribuição orçamentária e das ações a serem desenvolvidas na UMC dentro de cronologia pré-estabelecida. A Missão da Instituição foi amplamente divulgada e afixada em todas as salas de aula e demais recintos e, ainda, no verso dos crachás de identificação de todos os professores e funcionários.

Ações de fundamental importância foram desenvolvidas no período de 1994 a 2002: a busca de pessoal altamente qualificado para dirigir centros e cursos, a formação de núcleos multidisciplinares de pesquisa, a qualificação de professores, a incorporação de jovens e talentosos pesquisadores ao quadro de pessoal, a avaliação externa de todos os cursos por comissões de especialistas convidados pela Instituição, a avaliação dos alunos das duas séries iniciais de todos os cursos etc. Como parte da base necessária a um projeto amplo de mudanças, foi elaborado e aprovado o Plano de Carreira Acadêmica (PCA), contendo avanços e introduzindo parâmetros condizentes com a realidade da Instituição e

com a prioridade do ensino – foco principal de todas as atividades da UMC.

A decisão ousada da Instituição de investir em qualidade e na implantação da pesquisa científica ocasionou a vinda de professores doutores da Universidade de São Paulo – USP, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP, Universidade Federal de São Carlos – UFSCar etc. e converteu-se numa história de sucesso. Hoje a UMC pode se orgulhar de ter sido a primeira Universidade particular não-filantrópica a ter instalado e consolidado, dentro de seus muros, alguns dos melhores grupos de pesquisa do país.

Tendo em vista promover a agilidade dos fluxos internos, a redução de níveis hierárquicos, a modernização, a transparência nas decisões e a maior proximidade da Administração Superior com os Gestores, professores e alunos, foi implantada, em 2002, significativa mudança na estrutura organizacional da UMC, resultante de processo de reflexões, decisões coletivas e colaboração de consultoria externa. Nesse mesmo ano foi aprovada, conforme Portaria nº. 3.050/02, do Ministério da Educação, a criação de *Campus* fora de sede no município de São Paulo. Em 2003, começou a funcionar em prédio construído em área própria, o moderno *Campus* Villa-Lobos, situado na Av. Imperatriz Leopoldina, nº. 550, Vila Leopoldina, São Paulo.

A preocupação com a qualidade de ensino, o acompanhamento dos seus resultados e atendendo a legislação em vigor (SINAES – 2004) culminou com a implementação da Comissão Própria de Avaliação – CPA, conforme Portaria UMC/GR – 048 de 14/06/2004. A Autoavaliação permite à Universidade reavaliar suas prioridades, finalidades e responsabilidades, à luz de sua Missão.

Em 2017, foi solicitado o credenciamento de cursos superiores na modalidade a distância, em função da nova demanda. A autorização se deu por meio da Portaria 1556, de 19/12/2017, DOU 20/12/2017.

Uma a uma as ações desenvolvidas pela UMC vêm se sucedendo e se constituindo em formas de prosseguir na busca de melhores alternativas para o alcance dos objetivos e, conseqüentemente, para a concretização da Missão da UMC.

Para cumprir com suas finalidades, no exercício de sua autonomia e de acordo com o princípio da indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão, a UMC define os objetivos que inspiram e justificam as suas iniciativas.

Dados do Curso

- Nome do curso: **Curso de Graduação em Comunicação e Marketing**
- Grau: Bacharelado
- Modalidade: Presencial

- Endereço: Av. Dr. Candido Xavier de Almeida Souza, 200, Vila Partênio, Mogi das Cruzes – SP, CEP: 08780-911.
- Turno de funcionamento: matutino e noturno
- Regime letivo: Semestral Período de integralização: mínimo: 3 anos e meio e máximo: 6 anos.
- Número de vagas autorizadas: 240 vagas – 120 matutino, 120 noturno.
- Ato autorizativo: Portaria 011B de 26 de abril de 2021.

O Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Comunicação e Marketing foi elaborado contemplando as dimensões: DIMENSÃO 1: ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA; DIMENSÃO 2: CORPO DOCENTE E TUTORIAL; DIMENSÃO 3: INFRAESTRUTURA, tendo como bases legais o Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI/PPI (Projeto Pedagógico Institucional), os direcionamentos expostos nas Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, a Autoavaliação do Curso, e com base nas tendências contemporâneas do mercado de Comunicação e Marketing, em que a procura por profissionais capacitados para o desenvolvimento de demandas mercadológicas com visão integradora entre modalidades comunicacionais e as relações com os processos sociais, torna-se cada vez mais frequentes.

1 DIMENSÃO 1 - ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

1.1 Políticas institucionais no âmbito do curso

A UMC, para implementar o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e o Projeto Pedagógico Institucional (PPI), articula suas políticas acadêmicas e institucionais com base em sua Missão: 'Gerar e disseminar conhecimento para formar profissionais socialmente responsáveis, empreendedores e transformadores da realidade contemporânea'.

Para cumprir as metas previstas no PDI, a UMC conta com o Programa de Gestão Participativa, que envolve áreas acadêmicas e administrativas, Conselhos Superiores, Colegiados de Cursos, Núcleo Docente Estruturante (NDE) e a Comissão Própria de Avaliação (CPA). Esses atores colaboram na implantação e atualização das políticas institucionais por meio de Instruções Normativas e no fortalecimento da capacitação docente e dos coordenadores de cursos. A implementação das políticas para os cursos de graduação está subordinada à Pró-Reitoria Acadêmica e aos Coordenadores de Cursos, com o apoio da Assessoria Pedagógica e do Setor de Legislação, Projetos e Normas.

A UMC desenvolve suas ações em conformidade com os eixos temáticos da graduação. Todos os projetos são aprovados pelos Conselhos Superiores e Colegiados de Cursos/Programas, de acordo com as normas estatutárias, regimentais e os princípios epistemológicos disponíveis no PDI/PPI. O curso implementou, por meio do Projeto Pedagógico, as seguintes políticas: Nivelamento, Orientação Psicopedagógica, Monitoria, Interdisciplinaridade, Avaliação do Desempenho Discente, Políticas das Bibliotecas, Autoavaliação pela CPA, normas para unidades curriculares em regime de dependência e adaptação, Extensão, Ação Social e Iniciação Científica.

1.1.1 Implementação da Política de Capacitação no Âmbito do Curso

A política de capacitação docente encontra-se implementada no âmbito da UMC e no Curso.

A UMC considera a capacitação como um direito dos docentes para o exercício de sua cidadania e para o seu aperfeiçoamento profissional e pessoal. Para tanto, são disponibilizados programas de capacitação a docentes, conforme deliberado pelo Colegiado do Curso e referendado Pró-Reitoria Acadêmica.

O principal objetivo da capacitação é aprimorar o desenvolvimento técnico, científico e cultural dos docentes, visando a construção de um padrão unificado de qualidade, que se torne um diferencial competitivo da Instituição.

A capacitação compreende os programas de aperfeiçoamento, pós-graduação e demais atividades técnicas, científicas e culturais realizadas no âmbito da Universidade ou estabelecidas por força de convênios.

Em relação à qualificação do corpo docente, a UMC tem desenvolvido as seguintes

ações:

- Oferecimento de descontos diferenciados em cursos, oficinas, e programas de pós-graduação próprios ou conveniados, considerados de interesse para o curso e para a Instituição;
- Concessão de bolsa-auxílio para programas de doutorado e/ou mestrado, a partir da aprovação do projeto de tese ou dissertação.

1.1.2 **Apoio à Produção Científica, Técnica, Pedagógica e Cultural**

Visando estimular a atuação e o desempenho acadêmico e profissional do corpo docente, a Universidade de Mogi das Cruzes procura garantir suporte técnico e mecanismos regulares de apoio à produção científica, técnica, pedagógica e cultural dos docentes, não só incentivando a produção como também viabilizando a publicação dos seus trabalhos em veículos internos e externos.

Paralelamente aos instrumentos legais de normatização e incentivo, a UMC tem regularmente contribuído, em contrapartida, aos recursos obtidos em projetos, construindo área física para a execução e quando necessário, incorporando técnicos, especialistas e pessoal de apoio. Ficam presentes nessa trajetória o acervo da Biblioteca, assinatura de periódicos, participação em consórcios para acesso à literatura especializada via *web*, atualização e ampliação das redes de informática, acesso à banda larga de Internet. Todas essas medidas incrementam as condições de oferta do ensino de pós-graduação, de graduação e tecnólogos e também, em sua definição e implementação, contam com a participação de docentes, principalmente aqueles que se dedicam à pesquisa e a projetos de extensão.

A pesquisa na UMC é incentivada em todas as áreas, sendo critério, para esse incentivo, a relevância para a graduação, para a produção intelectual e para inserção nos projetos correntes e planejados de pós-graduação. A titulação de docentes, até 2004, foi estimulada por meio do Programa de Qualificação Docente - PAQD, bem como a concessão de Bolsas de Pesquisa e Bolsas de PIBIC. Fez-se necessário implementar significativa reforma e construção de espaços físicos para laboratórios, atualização do parque informático e conexões com a Internet, ampliação e atualização da Biblioteca e assinatura de periódicos.

As Bolsas de Pesquisa, Bolsas de PIBIC para orientadores e parte de equipamentos são financiados com fundos da Fundação de Amparo ao Ensino e Pesquisa – FAEP, ligada à UMC.

Os pesquisadores captam recursos em agências de fomento, a maior parte na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), mas têm também apoio de outras agências: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, CNPq, MCT/PADCT, CAPES e Ministério da Saúde.

Os Programas de Mestrado e Doutorado, implantados com sucesso, evidenciam a excelência do corpo de pesquisadores e dos seus programas de pesquisa que atendem tanto às exigências da CAPES quanto às necessidades da sociedade.

1.1.3 Apoio à Participação em Eventos Científicos e Acadêmicos

A UMC tem como um de seus objetivos dar apoio à participação de docentes qualificados, com vínculo permanente na Instituição, em eventos científicos relevantes tais como congressos e similares, para apresentação de trabalho científico e/ou tecnológico, considerando que tal incentivo resulta no aumento da produção acadêmica do seu corpo docente.

1.1.4 Incentivo à Formação/Atualização Pedagógica dos Docentes

A UMC, preocupada com a formação pedagógica de docentes, tem como política promover o desenvolvimento, aprimoramento e qualificação do profissional como agente de transformação social.

O exercício do ensino superior, além de estar ancorado no manejo do conhecimento específico da área em que o professor atua, não pode prescindir do domínio do saber pedagógico, o que favorece o emprego de instrumentos didáticos adequados na realização do planejamento, do desenvolvimento e avaliação do processo educativo.

A formação pedagógica do professor é essencial para a melhoria do processo de ensino/aprendizagem. Com o objetivo de criar condições para uma reflexão contínua e coletiva sobre o *fazer docente*, entendido como processo dinâmico de *ação-reflexão-ação*, são criadas atividades sob a responsabilidade da Assessoria Pedagógica, apoiado pelo setor de Extensão.

As ações desenvolvidas estão fundamentadas em estudos que vêm demonstrando que os procedimentos bem-sucedidos de formação continuada de docentes são aqueles contextualizados, ou seja, desenvolvidos nas próprias unidades de ensino e são constituídas por cursos, oficinas, plantões de atendimento, ações com gestores, grupos de reflexão e pesquisa, utilização de textos de apoio e grupos de discussão.

Os encontros com coordenadores e professores são regulares. Neles, o compartilhamento de práticas de professores, a discussão dos problemas do processo de ensino-aprendizagem peculiares a cada curso, é um espaço privilegiado para a melhoria do processo educativo. Valendo-se do programa institucional de bolsa-auxílio da UMC e diversos professores concluíram seus programas de mestrado e doutorado.

1.1.5 Incentivo à Formação/Atualização dos Discentes

Os discentes são incentivados a participarem de atividades de extensão, ações sociais, saídas técnicas e programas de iniciação científica, bem como a participação em concursos acadêmicos, profissionais e culturais, sendo que todas podem ser realizadas, inclusive, no âmbito da própria instituição. As saídas técnicas acompanhadas dos professores da área não são obrigatórias e ocorrem no período fora do horário de aulas.

O Curso de Graduação em Comunicação e Marketing também utiliza atividades práticas profissionais para aproximar os alunos do mercado de trabalho. Isso é realizado por meio de palestras (Semana da Comunicação), jornadas de debates (evento Sociedade dos Curiosos), e projetos práticos desenvolvidos para instituições do terceiro setor na Agência Experimental de Comunicação (ColabCom). Além disso, o concurso acadêmico 'Ser Camaleão – Prêmio de Excelência em Comunicação e Marketing' permite que os alunos participem inscrevendo suas produções realizadas nas unidades cursadas durante os semestres letivos do ano corrente.

A Semana de Comunicação da UMC (SeCom-UMC) tem como objetivo promover reflexões sobre temas e práticas da comunicação contemporânea, envolvendo a participação ativa de convidados externos e internos. O evento, que geralmente ocorre no segundo semestre do ano letivo, inclui palestras ministradas por renomados profissionais do mercado de comunicação e marketing, com a mediação dos professores do curso. Isso permite aos alunos uma atualização dinâmica sobre temas relevantes da área e a pluralidade da profissão.

O evento Sociedade dos Curiosos é uma iniciativa que oferece aos alunos dos cursos de Comunicação da UMC a oportunidade de vivenciar um debate democrático sobre questões relevantes ao cotidiano. Em formato de arena, onde convidados externos, alunos e professores da instituição expõem seus pontos de vista em igualdade de condições, temas como mercado de trabalho, empoderamento feminino, e exposição em redes sociais, entre outros, são discutidos, proporcionando uma experiência prática e enriquecedora.

Na Agência Experimental de Comunicação – ColabCom, da Universidade de Mogi das Cruzes, alunos de Comunicação e Marketing, sob supervisão e orientação de professores, contribuem voluntariamente para a produção de trabalhos voltados a instituições do terceiro setor, como a APAE de Mogi das Cruzes, atualmente atendida pela ColabCom em demandas de comunicação. Essas atividades, direcionadas à comunidade e orientadas por docentes, permitem práticas de extensão universitária que integram teoria e técnica, promovendo a interdisciplinaridade no curso.

O Ser Camaleão – Prêmio de Excelência em Comunicação e Marketing – é um concurso acadêmico que busca reconhecer não apenas os talentos técnico-profissionais, mas também a capacidade de perceber, observar, refletir e interagir de forma ousada e criativa com o mundo. Podem concorrer ao Ser Camaleão projetos e artigos produzidos

durante o período letivo por alunos matriculados nos cursos de Comunicação e Marketing, Design Gráfico, e no Curso Superior de Tecnologia em Marketing da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC).

1.2 Objetivos do curso

Os objetivos do Curso de Graduação em Comunicação e Marketing, assim como o desenvolvimento de competências e habilidades, foram delineados com base nas Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação Social e suas habilitações. Estes objetivos consideram, também, as tendências contemporâneas do mercado de Comunicação e Marketing, que cada vez mais demanda profissionais capacitados para desenvolver soluções mercadológicas com uma visão integradora entre modalidades comunicacionais e processos sociais. Além disso, estão em consonância com a Missão Institucional da UMC:

“Gerar e disseminar o conhecimento para formar profissionais socialmente responsáveis, empreendedores e transformadores da realidade contemporânea”, bem como os princípios epistemológicos do PPI e que possui como Eixo Temático Central: “Educação e sua Influência na Sociedade e no Desenvolvimento da Cidadania” e o Subeixo: “Comunicação e Cultura Contemporâneas”.

Em coerência com a Missão da Instituição são garantidas formação humanística e visão global que habilitam o aluno a compreender o meio social, político, econômico e cultural onde está inserido e a tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente. Os objetivos consideram, portanto, a devida apreensão da responsabilidade por meio do conhecimento científico ajustado às especificidades da área de Comunicação e Marketing.

Além disso, os objetivos fundamentais incluem: dotar o aluno de conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções eficazes de comunicação e gestão, alinhadas aos objetivos de mercado, negócios, anunciantes e instituições; formar profissionais de Comunicação e Marketing conscientes dos valores éticos e da função social da profissão; instrumentalizar o discente para o planejamento, criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica de mídias e práticas profissionais e sociais relacionadas, bem como de suas inserções culturais, políticas e econômicas; capacitar o aluno a realizar conexões entre perspectivas sociais e mercadológicas, analisando, planejando, elaborando e avaliando estratégias de marketing em meios digitais e não digitais; valorizar o cenário local e regional de Comunicação, contribuindo profissionalmente para o avanço de vários setores; preparar o estudante para tomar decisões de mercado; e fornecer subsídios para o empreendedorismo, capacitando-o a trabalhar de forma autônoma em agências próprias, empresas ou outros negócios na área de Comunicação.

O Projeto Pedagógico do Curso (PPC) enfatiza a formação humanista, crítica, ética e reflexiva do aluno, criando condições concretas para o desenvolvimento de suas atividades. Além disso, por meio de conteúdos específicos, busca preparar o aluno para enfrentar as

complexidades da sociedade contemporânea, tanto em suas dimensões particulares quanto globais.

1.3 Perfil profissional do egresso

O egresso do Curso de Graduação em Comunicação e Marketing da UMC, conforme a Missão da instituição e o eixo temático central do Projeto Pedagógico Institucional (PPI) – 'Educação e sua Influência na Sociedade e no Desenvolvimento da Cidadania', e o subeixo: 'Comunicação e Cultura Contemporâneas' –, assim como em consonância com as Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, é preparado para atuar de acordo com as tendências contemporâneas do mercado de Comunicação e Marketing. Sua formação contempla aspectos disciplinares e interdisciplinares, proporcionando uma base generalista, crítica e reflexiva, com visão ética e humanística, atendendo às demandas sociais da área. Dentre as competências e habilidades desenvolvidas, destacam-se:

- Produzir estratégias de marketing, gerenciar marcas, relacionar-se com clientes e criar conteúdo para diversos meios.
- Criar, produzir, distribuir, recepcionar e realizar análises críticas das mídias, considerando suas práticas profissionais e sociais, bem como suas inserções culturais, políticas e econômicas.
- Realizar conexões entre perspectivas sociais e mercadológicas.
- Pesquisar e analisar dados mercadológicos, planejar, elaborar, implementar e avaliar estratégias de marketing em meios digitais e não digitais.
- Comprometer-se com a ética no exercício da comunicação mercadológica.
- Executar soluções de comunicação eficazes para atender a objetivos institucionais e de mercado.

O egresso deve demonstrar as seguintes competências e habilidades específicas:

- Pesquisar e analisar dados mercadológicos;
- Identificar oportunidades e ameaças para empresas, produtos e marcas;
- Desenvolver planejamento estratégico de marketing tanto em âmbito mercadológico quanto institucional;
- Integrar inovações tecnológicas ao processo de planejamento de marketing;
- Desenvolver ações de comunicação e marketing que atendam às necessidades das empresas, da sociedade e dos indivíduos;

- Aplicar técnicas que intensifiquem o relacionamento entre empresas/marcas e clientes no mercado de consumo.

O campo de atuação para o profissional graduado em Comunicação e Marketing pela UMC é vasto. Esse profissional está preparado para ocupar diversos cargos, como: Gestor de Comunicação e Marketing em empresas e agências de publicidade; Gestor de Marcas; Analista de Marketing; Analista de Novos Negócios em Comunicação; Consultor de Comunicação e Marketing; Pesquisador na área de comunicação mercadológica; e Executivo de Relacionamento com Clientes. Esses papéis podem ser desempenhados em instituições de ensino, empresas públicas e privadas, tanto nacionais quanto multinacionais, e em consultorias.

Ampliando as oportunidades para os profissionais de Comunicação e Marketing formados pela UMC, o mercado de agências e meios de comunicação na região do Alto Tietê é promissor, conforme dados de um levantamento realizado em 2019, expostos no Mapa de Mídia e no Mapa de Agências de Comunicação do Alto Tietê.

No meio digital, a região conta com 21 rádios digitais, sendo 11 delas em Mogi das Cruzes; uma TV digital, com pelo menos 3 programas produzidos em Mogi das Cruzes; e um portal de notícias com 10 produções que abrangem as cidades do Alto Tietê.

No meio eletrônico, destaca-se a TV Diário, afiliada da Rede Globo, com sede em Mogi das Cruzes, que opera no canal 19 UHF digital. A emissora pertence ao Grupo Diário de Mogi, responsável também pelo jornal O Diário, e sua cobertura abrange 10 municípios da região do Alto Tietê. Entre as rádios da região, destacam-se a Rádio Metropolitana AM e a Transcontinental FM, ambas em Mogi das Cruzes.

Em relação às agências de comunicação do Alto Tietê, a região abriga mais de 40 agências especializadas em marketing digital, além de outras que oferecem serviços focados em marketing esportivo, pesquisa e inteligência de mercado, consultoria de comunicação e eventos – elevando o número total para mais de 100 agências na área do em torno da UMC.

O egresso desse curso também é preparado em conteúdos específicos, como Política de Educação Ambiental, Libras, Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira, Africana e Indígena, Educação em Direitos Humanos, e Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtornos do Espectro Autista, inseridos na Unidade Curricular de Formação Geral. Além de serem abordados em suas respectivas unidades, esses temas são também tratados por meio de temas transversais e atividades interdisciplinares desenvolvidas ao longo do curso.

1.3.1 **Mecanismos de acompanhamento dos egressos**

A Universidade de Mogi das Cruzes iniciou em 1998 um programa para acompanhamento e manutenção do cadastro de seus ex-alunos, procedimentos fundamentais para avaliar o sucesso de seus cursos e programas, criando um banco de dados para

armazenar informações de natureza pessoal, escolar e profissional de seus egressos. O Programa era gerenciado pelo Setor de Monitoramento de Egressos – SEME, e tinha como principal objetivo promover ações de integração entre a Instituição e seus ex-alunos, tendo como metas principais a promoção de encontros de turmas e a criação de uma página de relacionamento.

Em 2009, a Universidade por meio da IN UMC 011/09 institucionalizou o Programa de Egressos. A partir de 2010, a CPA verificou a necessidade de uma reorganização da operacionalização do Programa Perfil do Egresso após, inúmeras reuniões com a presença dos responsáveis pela Assessoria de Informática e pela Gerência de Marketing, da Secretaria Acadêmica e da Coordenadora da CPA. No período de 2010-2013, foi disponibilizado na Intranet, via Portal do Aluno, questionário dirigido aos egressos dos *Campi* da UMC – Mogi das Cruzes.

O Programa de Acompanhamento de Egressos e Ex-Alunos da UMC, visa à avaliação continuada da Universidade através do conhecimento da opinião de seus egressos e ex-alunos sobre a formação recebida, a inserção no mercado de trabalho, atuação e remuneração dos profissionais, bem como promover encontros e intercâmbio de informações sobre a formação oferecida pela Universidade, (re)estabelecer o vínculo com seus egressos e ex-alunos, além de identificar atuações relevantes dos mesmos, com o intuito de fortalecer a imagem Institucional e valorização da Comunidade Acadêmica.

A Comissão Própria de Avaliação elaborou o referido Programa, após a coleta e análise de informações existentes em outros setores: cadastro disponível na página da UMC intitulado “Diplomados” e o instrumento disponível no Portal do Aluno, verificando a necessidade de atualização e adequação de ambos. Considerou, ainda, a mudança do questionário dirigido aos egressos, do Portal do Aluno (intranet) para a Internet, tendo em vista a inadequação do local, uma vez que nem todos os egressos ou ex-alunos, conseguem acessar a intranet - Portal do Aluno ou tem conhecimento de que podem fazê-lo, dificultando uma pesquisa mais ampla e eficaz relacionada a esse segmento. À vista do exposto, a CPA vem reestruturando paulatinamente a operacionalização do Programa, assim como dos instrumentos de pesquisa existentes e da página dedicada aos Egressos e Ex-Alunos. No momento, a Comissão Própria de Avaliação, reconsidera algumas de suas propostas, diante das novas possibilidades de coleta de informações, tais como redes sociais, LinkedIn e outros mecanismos de acompanhamento.

Considerada a complexidade do Programa e para evitar a solução de continuidade em relação aos Egressos, a Comissão Própria de Avaliação realizou, por meio de Telemarketing externo (2015), pesquisa junto aos egressos de 2012, 2013 e 2014 dos cursos da área da Saúde; em 2017 por meio da Central de Atendimento - Call Center da UMC, efetuou a pesquisa que abrangeu os egressos de 2014, 2015 e 2016, das áreas de Ciências Exatas, de Tecnologia e Humanas. Em 2018, dando continuidade ao Programa, realizou a segunda pesquisa junto aos egressos da área da Saúde (2015 - 2017), também, por meio da Central

de Atendimento da UMC.

Merece destaque e serve como referencial e análise, para os setores envolvidos, a formação do corpo docente e dos funcionários técnico-administrativos da Universidade, que contam em seus quadros com egressos, cuja atuação profissional distingue-se na comunidade e fora dela, o que contribui não só para a autoestima do corpo discente, como também para a manutenção do contato com outros egressos.

Com o objetivo de atualizar, ampliar e normatizar a política de acompanhamento de egressos, a Universidade de Mogi das Cruzes editou, em 2021, Instrução Normativa, relacionada ao Programa de Acompanhamento de Egressos e Ex-Alunos da UMC.

1.4 Estrutura curricular

O Curso de Graduação em Comunicação e Marketing, assim como o desenvolvimento de competências e habilidades, foi delineado com base nas Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação Social e suas habilitações, em consonância com a Missão Institucional da UMC e alinhado às tendências contemporâneas do mercado de Comunicação e Marketing, que cada vez mais demandam profissionais capacitados para desenvolverem soluções mercadológicas com uma visão integradora entre modalidades comunicacionais e processos sociais.

Os conteúdos curriculares constantes neste PPC, ementas, bibliografias e periódicos são discutidos e atualizados pelo Colegiado de Curso e Núcleo Docente Estruturante – NDE, Coordenação do Curso e Gestão Acadêmica. A avaliação realizada pelo próprio curso, ou por meio da CPA, é indicativo também considerado nas atividades de atualização dos conteúdos citados, promovem o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso.

A carga horária de **2.710 horas** atende às Diretrizes Curriculares de referência, o Projeto Pedagógico Institucional – PPI, os objetivos do curso e o perfil do egresso. A matriz curricular é organizada em três eixos: **Unidade Curricular de Formação Geral (UCF)**, **Unidades Curriculares de Área (UCA)** e **Unidades Curriculares Profissionalizante (UCP)**, que substituem as tradicionais disciplinas isoladas e integram teoria e prática. Além dos **Componentes Curriculares (CC)**: Atividades Complementares, Extensão e Vida & Profissão. A carga horária do Curso de Comunicação e Marketing é composta, por:

- uma **UCF** – com **200 horas**;
- seis **UCAs** – com **120 horas** cada;
- oito **UCPs** – com carga horária que varia entre **80, 120 e 480 horas** e;
- três **CCs** – com carga horária que varia entre **140, 100 e 270 horas**.

Acompanhando as tendências do mercado profissional, a UMC prioriza as habilidades chamadas *Soft Skills*, que leva mais em consideração a inteligência emocional e

ferramentas como comunicação interpessoal, capacidade de persuasão e analítica, proatividade, entusiasmo e otimismo, gestão de reputação, comportamento social, resolução de conflitos, além de marca (*branding*) e imagem pessoal.

As habilidades conhecidas como *Hard Skills*, isoladas, estão ficando ultrapassadas, uma vez que conferem apenas tecnicismo ao aluno, que hoje passaram a ser pré-requisitos e não diferenciais para o profissional. Esse modelo tradicional, que vem desde o século passado, visa as competências e habilidades mais operacionais de máquinas e ferramentas, além do conhecimento de outros idiomas, ao invés da persuasão, atitude e proatividade. Assim como um diploma de ensino superior, anteriormente considerado um diferencial e que hoje passou a ser visto como um pré-requisito. O simples domínio da computação, da estatística e dos demais tecnicismos são competências e habilidades que estão ficando cada vez menos relevantes na composição do profissional de sucesso, quando comparadas com as competências chamadas *Soft Skills*, que levam em consideração as capacidades de equilíbrio comportamental e emocional.

A UMC atua com uma **metodologia moderna** que visa a motivação do aluno à prática do aprendizado. O processo de formação através das unidades isoladas ao longo do curso superior não atende mais a formação dos profissionais do futuro.

O conceito de ensino-aprendizagem foi revisado e reestruturado para que o estudante seja o protagonista em todo o processo de formação desse novo modelo. Ou seja, o universitário deixa de ser um mero expectador e o professor um transmissor do conteúdo em sala de aula, ambos caminhando lado a lado na construção do conhecimento. Afinal, os dois são agentes ativos no processo.

A **implementação das Unidades Curriculares** em substituição às disciplinas isoladas envolve as unidades de conhecimento constituídas com foco no desenvolvimento das competências e habilidades do aluno. Dessa forma, é possível maior integração entre os conteúdos programáticos afins. Essa é a verdadeira interdisciplinaridade; conexão entre teoria e prática, presencial e digital, o que permite a formação de um profissional multitarefa com a capacidade de trabalhar em equipes multiprofissionais, que é a realidade do mercado. As UCs contemplam todos os conteúdos necessários para o desenvolvimento das competências dos estudantes e são distribuídas em três eixos principais: Unidade Curricular de Formação Geral; Unidade Curricular de Área; e Unidade Curricular Profissionalizante:

- **Unidade Curricular de Formação Geral (UCF)** - proporciona a experiência da integração entre alunos de diferentes cursos, porém, de área distintas.



A UCF tem como origem o *Core Curriculum*, que foi criado em Harvard, no final da década de 70 e reformulado em 2007. Essa Unidade inovadora de ensino superior proporciona a experiência da integração entre alunos de diferentes cursos, o que traz a possibilidade da troca de experiências.

• **Unidade Curricular de Área (UCA)** - integram alunos de diferentes cursos, da mesma área do conhecimento.



As UCAs proporcionam integração entre alunos de diferentes cursos, mas da mesma área do conhecimento, que é a realidade dos ambientes de trabalho. Dessa forma, além da experiência possibilitar a troca de ideias, cria um cenário favorável ao *networking* e a sinergia de habilidades. A proposta ainda prioriza a formação multiprofissional para que o egresso seja multitarefa, uma exigência do mercado atual.

• **Unidade Curricular Profissionalizante (UCP)** - atuam com a integração entre alunos do mesmo curso, possibilitando trabalhos em equipe.



As UCPs atuam com a integração entre alunos do mesmo curso. Dessa forma, é possível trabalhar em equipe, na resolução de conflitos, proatividade no desenvolvimento de atividades práticas e projetos ligados à profissão.

A UCP contribui para a formação específica da carreira escolhida pelo aluno, priorizando o desenvolvimento das competências necessárias para que o estudante exerça sua futura profissão. Aliás, a prática profissional é executada também por meio de estágios e no desenvolvimento do Projeto Final de Curso (PFC), que na UMC passam, mais ainda, a ter caráter prático da ocupação, não mais limitado à um documento impresso e formal, mas a um produto, projeto, maquete ou simulação real de trabalho.

O curso conta também com o componente curricular Vida & Profissão (V&P), que reforça, ainda mais, a preocupação na formação do aluno como cidadão e como pessoa capaz de tomar as rédeas de sua própria vida, pessoal e profissional. É essencial sair da faculdade com essa bagagem. A metodologia de ensino da UMC também trabalha fortemente a inteligência emocional para que o universitário siga sua vida totalmente preparado.

Nesse componente o estudante terá conteúdos em ambientes presencial e digital. Na sua essência, esse componente é uma mentoria que acompanha o aluno durante todo o curso. Propicia mecanismos para a autogestão e planejamento de carreira, relações intrapessoais e interpessoais. Sem contar que o profissional formado na UMC terá a vantagem de receber apoio na trajetória acadêmica, desde seu ingresso no curso, inclusive, com apoio psicopedagógico. O aluno conhecerá ferramentas comportamentais conhecidas como CHA (Conhecimento, Habilidades, Atitudes), *Assessment*, que é a avaliação do perfil profissional e gestão de carreira. Como indivíduo, o aluno receberá apoio para o conhecimento de si mesmo e do seu entorno, trabalhando relações interpessoais, *Branding* e Marketing Pessoal. A Diversidade e a Tolerância serão fortemente trabalhadas, em todos os seus espectros, pois é aqui que deverá haver qualquer ruptura que ainda exista nessa questão. Além do mercado de trabalho, a convivência entre as pessoas no mundo atual passa por premissas básicas de respeito e tolerância ao outro, independentemente de qualquer coisa. Como Universidade, onde deve imperar a pluralidade de ideias, é que qualquer transformação da sociedade deve ser priorizada. As palavras de ordem do componente V&P são: acolher, escutar, acompanhar e orientar.

A extensão universitária como processo acadêmico é o princípio da indissociabilidade entre o tripé ensino-pesquisa-extensão, onde se assenta o verdadeiro princípio de toda Universidade. Trata-se de uma diretriz que insere o estudante como o protagonista da sua formação técnica e cidadã, no qual ele passa por etapas em que obtém as competências necessárias à atuação profissional e à formação como cidadão, o que permite reconhecer-se como agente de garantia de direitos, deveres e transformação social.

A UMC, em seus quase 60 anos de existência, nunca se restringiu aos seus muros. Sempre foi atuante no seu entorno, envolvendo alunos e professores no amparo à comunidade e no desenvolvimento da região do Alto Tietê. Como determina o MEC, a UMC incorporou em suas matrizes curriculares todas as atividades extensionistas. A UMC realiza, anualmente, mais de 100 mil atendimentos à comunidade em todas as áreas do

conhecimento: Humanas, Exatas, Saúde.

A Universidade de Mogi das Cruzes é a pioneira na implantação desse novo modelo de ensino-aprendizagem na região. Trata-se de uma metodologia moderna, visionária e que prepara o aluno para atuar na área de formação escolhida, conforme as exigências do mercado.

A concepção de estrutura elaborada para o desenvolvimento do curso, tem em vista alcançar os objetivos propostos, organizando condições para a efetiva interdisciplinaridade, que ocorre entre as unidades de um mesmo semestre ou entre períodos. Quanto à flexibilização curricular, se dá por meio dos conteúdos optativos e atividades transversais relacionados à educação ambiental, direitos humanos, cultura afro-brasileira, africana e indígena, além de educação étnico-raciais, das atividades complementares, bem como semanas da comunicação e outros eventos do curso, onde são desenvolvidos debates, palestras e mesas de atividades.

Tais conteúdos se articulam visando a formação dos profissionais com competências e habilidades previstas no Projeto Pedagógico do Curso, garantindo sua inserção num panorama globalizado, que envolve questões técnicas e humanísticas. Na Unidade Curricular de Formação Geral trabalha-se o conteúdo contido na legislação em relação a Libras, Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira, Africana e indígena. Tais conteúdos / atividades são cumpridos, também, por meio de temas transversais, disponíveis no conteúdo que envolve as ciências sociais, bem como, as políticas de Educação Ambiental, Educação em Direitos Humanos e Proteção dos Direitos de Pessoa com Transtorno do Espectro Autista de acordo com a legislação em vigor. Esse conteúdo, também, é tratado nas atividades interdisciplinares desenvolvidas ao longo do curso.

A integração entre teoria e prática ocorre por meio de aulas em laboratórios de informática, estúdio de rádio, de televisão e de fotografia; visitas técnicas monitoradas a agências de comunicação e meios de comunicação, além de museus e outras localidades que ofereçam conteúdo que contribua com a formação pessoal e profissional do aluno. O envolvimento em atividades sociais monitoradas pelos docentes, bem como a pesquisa científica na área, e as parcerias que estimulam o conhecimento da sociedade na qual estão inseridos, os discentes são incentivados para a participação em congressos científicos, prêmios e concursos acadêmicos, profissionais e culturais.

A organização do currículo tem como orientação a resolução das Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, em função do perfil do egresso e de suas competências, orientado por um processo de ensino-aprendizagem mais flexível, com a superação da dicotomia teoria e prática.

Toda a estrutura curricular incentiva e garante a relação com os aspectos referentes ao alcance pedagógico e atitudinal, bem como a execução do Projeto Pedagógico do Curso com a garantia da acessibilidade e do domínio das tecnologias de informação e

comunicação.

1.4.1 **Atividades de extensão / ação social**

As atividades de extensão, consideradas em seus diversos enfoques (inclusive de ação comunitária), são o principal instrumento de articulação da Universidade com sua comunidade interna e com a sociedade de seu entorno. Atualmente, as atividades de extensão na UMC são disciplinadas por Instrução Normativa. Dada a natureza multidisciplinar das atividades de extensão e **ação social**, tais ações são desenvolvidas a partir de diferentes setores da Universidade.

Os programas, atividades e eventos de extensão são sempre propostos na forma de projetos elaborados por seus proponentes, nos quais devem constar: período de realização, participantes, unidades curriculares e docentes envolvidos (quando for o caso), objetivos/metapas gerais e específicos da proposta, alinhamento às políticas de extensão e ação social da UMC, comunidade participante, além dos recursos necessários, bem como sua forma de captação e utilização. Tais projetos são, primeiramente, avaliados pela Pró-Reitoria Acadêmica e encaminhados para providências cabíveis.

De uma maneira geral, a UMC investe em atividades extensionistas de natureza variada, e quanto ao curso, as atividades de extensão são projetadas em uma ou mais áreas citadas, de acordo com a inserção do curso na comunidade.

Define-se por responsabilidade social a ação desenvolvida pela Universidade no sentido de vivenciar seus princípios e valores considerados essenciais: gestão, ensino, pesquisa e extensão, na definição de forte compromisso com a sociedade e o país.

A UMC acompanha as ações de responsabilidade social por meio das Coordenações dos Cursos e Pró-Reitoria Acadêmica. A divulgação é realizada pela Gerência de Comunicação e operacionalizada com o apoio de convênios e parcerias com os setores públicos e privados.

A UMC propõe e **evidencia** a inclusão social por meio do cumprimento das legislações exaradas pelos órgãos competentes, das quais se destacam: oferta de LIBRAS (optativa) na modalidade a distância no Projeto Pedagógico de Curso, adaptação do ambiente da estrutura física, participação no ProUni e FIES e, também, pela implementação de ações sociais oriundas do Projeto Institucional.

O Curso de Graduação em Comunicação e Marketing, articulado com outros cursos da Instituição, participa do **Dia da Responsabilidade Social** e das ações propostas pela Diretoria Comercial, envolvendo professores, alunos e comunidade. O evento promove palestras e ações práticas, **explicitando** os objetivos de vivenciar os problemas que ocorrem na sociedade, propondo orientações e soluções técnicas, com a aplicação prática dos conteúdos ministrados no processo de formação profissional.

No curso de Graduação em Comunicação e Marketing o corpo discente é estimulado

a se envolver em atividades sociais monitoradas pelos docentes, bem como a pesquisa científica na área, em parcerias que estimulam o conhecimento da sociedade na qual estão inseridos, como as propostas de comunicação para a APAE de Mogi das Cruzes, e para o Projeto Social Vida Literária, por meio dos trabalhos desenvolvidos na Agência Experimental de Comunicação da UMC – ColabCom. O projeto de mentoria para Mulheres Empreendedoras em que alunos oferecem orientações à pequenas empresárias locais (da cidade de Mogi das Cruzes), auxiliando-as na expansão de seus negócios - tudo sob orientação dos professores do curso, objetivando as premissas da vivência como instância fundamental do desenvolvimento acadêmico do aluno e contribuição para a sua formação profissional, e do papel da Instituição junto à sociedade.

1.4.2 **Articulação do Curso com atividades de pesquisa e extensão**

Como “princípio educativo”, os planos da *pesquisa* e *extensão* apontam para uma formação que contemple um profissional autônomo e que seja capaz de usar a pesquisa como hábito permanente de aprendizagem e atualização.

Com base na perspectiva da SESu/MEC, a extensão universitária pode ser compreendida como processo que articula o *ensino* e a *pesquisa* viabilizando a relação concreta entre a universidade e a sociedade por meio da oportunidade da prática de conhecimentos acadêmicos. Com isso, a produção do conhecimento se dá pelo confronto da reflexão teórica, saberes e realidade popular, abrindo assim, espaço para integração efetiva da comunidade na Universidade.

Como pós-graduação Lato Sensu, oferece os Cursos: MBA em Marketing Digital e Gestão Estratégica de Negócios, e no *Stricto Sensu*, o Mestrado em Políticas Públicas, possibilitando a ampliação dos conhecimentos do profissional de Comunicação e Marketing.

1.4.3 **Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica**

As atividades de pesquisa na UMC vêm apresentando intenso desenvolvimento desde o ano de 1998, quando a Universidade passou a participar do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) do CNPq. É normatizado internamente por Instrução Normativa e sua operacionalização, está a cargo da Diretoria de Pesquisa, Pós-graduação e Extensão, subordinada à Pró-Reitoria Acadêmica.

Os projetos são implementados sempre a partir do mês de agosto e desenvolvidos ao longo dos 12 meses subsequentes. O Comitê Interno acompanha cada projeto por meio de calendário específico. Ao término do processo, os resultados das pesquisas são apresentados no Congresso Anual de Iniciação Científica da UMC (que teve início em 1997). Durante o Congresso, todos os trabalhos são apresentados de diversas formas: (i) resumos publicados nos Anais do Congresso de IC da UMC; (ii) resumos expandidos publicados em CD; (iii) apresentação de pôsteres e (iv) apresentação oral em sessões abertas. A avaliação

final das atividades (realizada por componentes dos Comitês Interno e Externo) resulta em premiações para os melhores trabalhos.

Todos os projetos desenvolvidos por meio do PIBIC/PVIC foram apresentados nos Congressos Anuais de Iniciação Científica da UMC e publicados em livros de resumos indexados junto ao ISBN. Uma versão eletrônica dos livros de resumos é sempre disponibilizada no site da UMC (<http://www.umc.br/pesquisa/68/publicacoes>). A partir de 2008, passou-se a divulgar os trabalhos também sob a forma de CD (indexado no ISBN).

A UMC busca participar com os melhores trabalhos a cada congresso na Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), de maneira a garantir visibilidade nacional a uma parcela de sua produção científica originada no PIBIC/PVIC.

As atividades de pesquisa na UMC apresentam intenso desenvolvimento, desde o ano de 1998, com a criação do Programa de Iniciação Científica e, posteriormente, com a criação dos cursos *Stricto Sensu*. No primeiro semestre de 2017, a Universidade disponibilizou seu primeiro volume da Revista Científica UMC, ISSN: 2525-5150, editada pela Universidade de Mogi das Cruzes – UMC, somente em meio eletrônico, de periodicidade semestral e acesso gratuito, é voltada para a divulgação de trabalhos acadêmicos inéditos em todas as áreas do conhecimento: Jurídica; Sociais Aplicadas; Exatas e Tecnologias; Saúde e Biológicas; Educação, Comunicação e Artes.

A Revista Científica UMC é mais uma ação que reforça a credibilidade da Universidade de Mogi das Cruzes e sua constante preocupação com a formação de pessoas por meio da qualidade de ensino, em 2017 recebeu a qualificação B4 da CAPES.

Objetiva-se estimular a divulgação do conhecimento produzido pelo corpo docente e discente, principalmente, dos cursos de graduação oferecidos pela Universidade. Ao apresentar conteúdo variado, a Revista constitui importante canal interdiscursivo, que permite a obtenção rápida e prática de um painel da produção científica da UMC em diversas áreas.

Busca-se também incentivar o intercâmbio entre a pesquisa tecnológica e o mundo profissional, entre biociências e saúde comunitária, entre estudos nas áreas de humanas e necessidades populacionais. A interação entre ciência e senso comum, ou seja, entre universo acadêmico e comunidade, contribui para assegurar o cumprimento da missão social de uma instituição de ensino superior, prática essa que sempre norteou todas as ações da UMC.

Além do caráter multidisciplinar, a Revista Científica UMC é aberta à publicação de diferentes gêneros e formatos acadêmicos, encaminhados segundo normas estabelecidas e, previamente, submetidos a processo de aprovação por pares. O projeto editorial é estruturado de modo a contemplar, de acordo com a produção semestral, as seguintes seções: *Editorial*, *Destaque*, *Artigos* e *Seção Livre*.

1.5 Conteúdos curriculares

O curso de Graduação em Comunicação e Marketing foi delineado de acordo com as Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, alinhado às tendências contemporâneas do mercado de Comunicação e Marketing e aos princípios epistemológicos do PPI, que possui como Eixo Temático Central: “Educação e sua Influência na Sociedade e no Desenvolvimento da Cidadania” e o Subeixo: “Comunicação e Cultura Contemporâneas”.

Os conteúdos curriculares presentes no PPC, incluindo ementas, bibliografias e periódicos, são discutidos e atualizados pelo Colegiado de Curso, Núcleo Docente Estruturante (NDE), Coordenação do Curso e Gestão Acadêmica. Esses grupos são responsáveis pela atualização e desenvolvimento dos conteúdos e bibliografia. A avaliação realizada internamente pelo curso ou pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) é um dos indicadores utilizados para atualizar esses conteúdos, garantindo o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso.

Os conteúdos se articulam visando a formação dos profissionais com competências e habilidades previstas no Projeto Pedagógico do Curso, garantindo sua inserção num panorama globalizado, que envolve questões técnicas e humanísticas. A Unidade Curricular de Formação Geral abrange temas como Libras, Educação das Relações Étnico-raciais, Direitos Humanos, História e Cultura Afro-brasileira, Africana e Indígena, além de direitos de pessoas com Transtorno do Espectro Autista. Esses conteúdos são também integrados em temas transversais e atividades interdisciplinares desenvolvidas ao longo do curso.

Todo o curso é estruturado para proporcionar aos alunos uma formação que os prepare para competir no mercado de trabalho, sem deixar de lado a fundamentação teórica que embasará suas atitudes profissionais. Conteúdos como Responsabilidade Social, Inclusão e Diversidade, Ética e Legislação, e Psicologia da Comunicação são incluídas para contextualizar o egresso na realidade socioeconômica e política contemporânea, permitindo que ele compreenda os 'porquês' de cada ação, em vez de simplesmente agir sem entender o sentido de suas atividades.

Os conteúdos, trabalhados na Unidade de Formação Geral, atividades de Extensão e no componente Vida & Profissão, permitem que o aluno selecione, de acordo com seus critérios, os que prefere desenvolver. Essa flexibilidade além de providenciar o acesso a um conteúdo que o capacita para a gestão de suas atividades profissionais e/ou de pesquisa científica, promovem eventuais vantagens para que ele atue em um mercado de trabalho que se apresenta cada vez mais competitivo.

Na elaboração dos conteúdos, o foco é o perfil profissional do egresso. Para isso, a carga horária de cada unidade é distribuída em **80, 120 e 480 horas**, além de incluir **140 horas** de Atividade Complementar, **100 horas** de Vida & Profissão e **270 horas** de Extensão. Essas atividades são ajustadas conforme a necessidade de cada conteúdo e

distribuídas ao longo de um ou mais semestres.

No contexto de redefinição das formas de acompanhamento do egresso, o corpo docente e os tutores, com formação dentro da pluralidade do *Lato Sensu* e *Stricto Sensu* e experiência profissional adequada ao Curso de Graduação em Comunicação e Marketing, promovem nos alunos o desenvolvimento teórico-prático, integrando fundamentação teórica com produções acadêmicas e práticas.

Com conceitos atualizados e sempre levando em consideração a abordagem de conteúdos pertinentes às políticas de educação ambiental, de educação em direitos humanos e de educação das relações étnico-raciais e o ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena, para elaboração dos projetos estruturados em atividades práticas na Agência Experimental de Comunicação - COLABCom, capacitando os alunos com pensamento crítico e habilidades práticas.

O incentivo à prática experimental no Curso de Graduação em Comunicação e Marketing da UMC oferece aos alunos a oportunidade de produzir conteúdo comunicacional estratégico e criativo, com potencial de reverberação nos meios de comunicação da região. Essa característica, diferencial do curso, facilita a inclusão dos estudantes na esfera profissional, incentivando-os a buscar práticas por meio da pesquisa, do planejamento e da criatividade, além de ampliar o contato e a aquisição de conhecimentos atualizados e inovadores.

1.5.1 Representação Gráfica de um Perfil de Formação



1.5.2 Matriz Curricular

GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E MARKETING				
		UNIDADE CURRICULAR	CH H/A	CH H/R
FORMAÇÃO GERAL (UCF)				
EAD	UCF	Unidade Curricular de Formação Geral	200	200
UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA (UCA)				
1	UCA	Teorias e Expressividades da Comunicação	160	120
2	UCA	Diálogos e Diretrizes da Comunicação	160	120
3	UCA	Linguagem Multimidiática	160	120
4	UCA	Comunicação e Sociedade	160	120
5	UCA	Processos e Produtos Gráficos	160	120
6	UCA	Web Analytics e Inteligência de Mercado	160	120
UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE (UCP)				
7	UCP	Business e Marketing Digital	160	120
8	UCP	Gestão de Relacionamento e Planejamento Estratégico	160	120
9	UCP	Criatividade e Inovação	160	120
10	UCP	Mapeamento de tendências e oportunidades	160	120
11	UCP	Branding	160	120
12	UCP	Marketing e Convergência dos Meios	160	120
EAD	UCP	Pesquisa, análise e fundamentação do Projeto	80	80
14	UCP	Projeto Experimental em Comunicação e Marketing	480	480
CC	CC	Atividades Complementares	140	140
CC	CC	Vida & Profissão	100	100
CC	CC	Extensão (10%)	270	270
TOTAL			3190	2710
CH EAD%			9%	10%

CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO: 2710 H

As Ementas, Bibliografias Básicas, Bibliografias Complementares das Unidades Curriculares e os Periódicos do Portal Capes encontram-se no **Anexo I**.

1.6 Metodologia

O curso de Graduação em Comunicação e Marketing da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC) visa capacitar o egresso a analisar o mundo ao seu redor com uma visão crítica. Para isso, adota uma metodologia que promove a interdisciplinaridade, incentivando projetos e trabalhos integrados entre professores de unidades curriculares correlatas. Dessa forma, os conteúdos e objetivos do curso são direcionados para desenvolver no aluno a capacidade de reflexão crítica sobre os acontecimentos e desafios contemporâneos.

A articulação entre teoria e prática, prevista na carga horária de cada unidade curricular, é implementada por meio de estratégias de ensino que incluem: situações-problema, discussão de casos, preleções dialogadas, pesquisa orientada, aulas práticas, prática assistida, elaboração de relatórios, seminários individuais e em grupo. Essas estratégias

conferem autonomia ao discente na escolha de temas para pesquisa e desenvolvimento de projetos, sempre com acompanhamento e orientação de professores. Além disso, visitas técnicas e apoio a projetos de ação social permitem ao aluno conectar teoria e prática de forma significativa.

A metodologia proposta assegura a coerência entre os objetivos e conteúdos de cada unidade curricular, conforme descrito no plano de ensino, incentivando e garantindo a inclusão dos aspectos relacionados à acessibilidade pedagógica, atitudinal, digital e comunicacional.

As metodologias e técnicas aplicadas garantem a progressiva aquisição de conhecimento, tanto nas Unidades Curriculares de Área quanto nas Profissionalizantes. Essas abordagens promovem o desenvolvimento de competências e habilidades essenciais à profissão, integrando formação técnica e humanística, em alinhamento com a missão institucional.

As atividades em grupo ou individuais realizadas em aula, juntamente com visitas técnicas e seminários, promovem a prática da metodologia acadêmica e incentivam a conscientização sobre a cidadania e a reflexão social.

O planejamento acadêmico deve garantir o envolvimento dos alunos em atividades, tanto individuais quanto em equipe, que abrangem:

- I - aulas, conferências e palestras;
- II - produções práticas em laboratórios;
- III - projetos de pesquisa conduzidos por docentes;
- IV - práticas didáticas como monitorias e exercícios integrados a disciplinas;
- V - orientação supervisionada para a análise crítica de fontes de pesquisa;
- VI - projetos de extensão e eventos de divulgação aprovados pela instituição;
- VII - interação com profissionais e públicos da área de Comunicação e Marketing.

1.7 Estágio curricular supervisionado

Não se aplica.

1.8 Estágio curricular supervisionado – relação com a rede de escolas da educação básica

Não se aplica.

1.9 Estágio curricular supervisionado – relação teoria e prática

Não se aplica.

1.10 Atividades complementares

As atividades complementares, parte integrante do Projeto Pedagógico do curso de Graduação em Comunicação e Marketing, são regulamentadas por Instrução Normativa vigente. Elas visam integrar o aluno à realidade social, econômica, cultural e laboral, além de proporcionar iniciação à pesquisa e oportunidades de participação em diferentes ambientes de estudo. O aluno pode escolher entre opções como palestras, seminários, congressos, monitoria em unidades curriculares, estágios extracurriculares, publicação de resumos e artigos, participação em programas de Iniciação Científica, oficinas, visitas técnicas, cursos técnicos e livres, e visitas monitoradas a museus, centros culturais, exposições, galerias de arte, espetáculos de dança, teatro e cinema. Todas essas atividades devem ser comentadas e certificadas, e realizadas em instituições reconhecidas pela UMC.

A carga horária das Atividades Complementares é de 140 horas, podendo ser cumprida em qualquer momento do curso, e está em conformidade com a legislação vigente e as normas da UMC.

A atividade complementar deve ser realizada durante a graduação, não sendo aceitas experiências anteriores, exceto em casos de transferência. É necessária autorização prévia do setor de Atividades Complementares e comprovação por certificado, atestado, ou documento equivalente. O critério para validar uma atividade é sua relevância na formação das habilidades do futuro profissional. Durante cada semestre letivo, os alunos podem se voluntariar para participar dos eventos promovidos pela UMC.

Há Instrução Normativa específica que estabelece o regulamento das atividades complementares.

1.11 Projeto de Final de Curso (PFC)

No Curso de Comunicação e Marketing da UMC, o Projeto Final de Curso é composto pelas unidades curriculares de Pesquisa, Análise e Fundamentação do Projeto e Projeto Experimental de Comunicação e Marketing. Essas unidades curriculares são delineadas de acordo com as Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, alinhadas com a Missão da Universidade e as normas institucionais.

O Projeto Final de Curso ocorre nos últimos períodos do curso e tem a seguinte carga horária:

- Pesquisa, Análise e Fundamentação do Projeto: 80 horas;
- Projeto Experimental de Comunicação e Marketing: 480 horas.

Ambas as unidades são desenvolvidas sob a orientação dos professores responsáveis, proporcionando aos alunos a oportunidade de aplicar e integrar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso em projetos práticos e experimentais.

Na unidade curricular Pesquisa, Análise e Fundamentação do Projeto, o discente dispõe de um horário previsto na matriz curricular com 80 horas, dedicadas ao desenvolvimento do trabalho e à orientação pelo professor responsável. Esta unidade foca na elaboração do relatório de pesquisa e no embasamento teórico e científico do trabalho.

De forma articulada, a Unidade de Projeto Experimental de Comunicação e Marketing, com uma carga horária de 480 horas, completa o processo de desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso. Nesta etapa, são abordadas a criação do produto comunicacional proposto e as orientações dos professores, garantindo a aplicação prática e a consolidação dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso.

As unidades correspondentes ao desenvolvimento e conclusão do trabalho de conclusão de curso, são oferecidas aos alunos nos últimos semestres do Curso de Graduação de Comunicação e Marketing.

Seu cumprimento é requisito obrigatório para conclusão do Curso. Sua realização pode ocorrer no modo individual ou em grupo e os temas devem ser priorizados de acordo com o Eixo Temático Central da UMC: “Educação e sua Influência na Sociedade e no Desenvolvimento da Cidadania” e o Subeixo: “Comunicação e Cultura Contemporâneas”. O regulamento específico para a realização do Projeto Experimental de Comunicação e Marketing encontra-se no **Anexo III**.

O tema escolhido para o Projeto Experimental de Comunicação e Marketing, com base em literatura pertinente, deve ser apresentado em forma de proposta para apreciação dos orientadores e tem por objetivo aperfeiçoar e avaliar um conjunto de competências e habilidades do aluno, ou seja, competências técnicas adquiridas, aplicação de técnicas e metodologias, planejamento e organização dos trabalhos, realização de aprendizado independente e autônomo, técnicas de redação e apresentação, além da capacidade de integração de conhecimentos.

A nota da unidade curricular **Pesquisa, Análise e Fundamentação do Projeto** é dada pela avaliação das entregas realizadas pelos discentes, considerando o cronograma apresentado pelo professor orientador, levando em consideração o desempenho e o cumprimento das atividades propostas pelo orientador ao(s) orientando(s). O aluno obterá a aprovação nessa unidade se atingir a média igual ou superior a 5,0 (cinco).

Na unidade curricular **Projeto Experimental de Comunicação e Marketing (PECM)**, a nota é atribuída com base na avaliação das entregas realizadas pelos discentes, de acordo com o cronograma apresentado pelos professores orientadores do projeto. A avaliação considera o desempenho e o cumprimento das atividades propostas. O trabalho será avaliado por dois professores que compõem a banca examinadora durante a apresentação oral e pelo professor orientador, que emitirá um parecer escrito após a entrega do conteúdo, incluindo o documento do projeto e o produto comunicacional proposto.

O aluno obterá a aprovação no PECM se alcançar o conceito SUFICIENTE, tendo que atingir média igual ou superior a 5,0 (cinco). O desenvolvimento do PECM deverá

obrigatoriamente ser acompanhado pelos professores orientadores.

O programa de ensino desta unidade curricular deve permitir ao aluno utilizar diferentes técnicas, ferramentas, recursos e paradigmas. Isso possibilitará que o aluno demonstre a síntese do seu esforço na articulação dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos ao longo do curso. O aluno realizará um processo de reflexão sobre um tema de seu interesse, sob a orientação de seus professores.

Há Instrução Normativa específica que estabelece o regulamento de Trabalho de Conclusão de Curso.

1.12 Apoio ao discente

A Universidade de Mogi das Cruzes apoia o discente a partir do período do processo seletivo e matrícula, disponibilizando programa de bolsa de estudo da Instituição, por meio de convênios com empresas e associações ou programa governamental – PROUNI e FIES.

Como política de apoio, a UMC contempla várias ações e programas institucionais: Nivelamento, desenvolvido por docentes, contemplando temas de área básica (Português, Matemática, Física, Química e Biologia); Apoio Psicopedagógico, devidamente implantado para atendimento de casos individuais, bem como, de apoio psicológico para as diversas situações durante o Curso. No programa de Monitoria, o aluno é orientado e acompanha o professor no desempenho das suas atividades docentes. O programa de Monitoria é regulamentado por edital publicado, anualmente, podendo ser voluntário ou remunerado.

O aluno tem à sua disposição, de forma gratuita, atividades extracurriculares, tais como, conteúdos de inglês e espanhol.

Dentre os meios de comunicação utilizados por acadêmicos e gestores, destacam-se os links: Fale Conosco, Ouvidoria, e-mail Institucional e e-mail da coordenação, que facilitam a comunicação tanto dos discentes como docentes, com a coordenação e demais órgãos da UMC. A comunidade externa possui acesso à IES pelo Fale Conosco. A coordenação do curso possui mala direta com os alunos do curso, atualizada semestralmente, para divulgação de eventos e atendimento ao aluno.

O Portal do Aluno facilita a navegação e permite o acesso a todos os documentos administrativos que o aluno possa necessitar, como as normas, documentos de solicitação de provas de 2ª chamada. Por meio do Portal de Apoio ao Discente: diversidade e cultura, os acadêmicos podem acessar as atividades de Nivelamento, Atividades Extracurriculares, além de conteúdos a respeito de Diversidade Cultural e Étnica, Direitos Sociais, Educação Ambiental, Pessoas com Transtorno do Espectro Autista, entre outros. O Portal também fornece ao aluno aulas de nivelamento em matemática e português.



<http://ava.umc.br/wordpress>

O aluno da UMC conta, ainda, com o Programa de Iniciação Científica com a oferta de bolsas de estudo, conforme mencionado em itens anteriores, livre acesso à biblioteca, salas livres de informática, plataformas de busca de dados, Portal CAPES, laboratórios específicos mediante agendamento, e com o Serviço de Apoio ao Estudante (SAE), que divulga vagas de estágio e outras informações de Apoio aos Estudantes.

No Atendimento Integrado o aluno tem à disposição os serviços de Secretaria Acadêmica e Controle Financeiro, informações sobre matrículas, ativação de disciplinas e outras informações pertinentes.

Como maneira de ampliar e atualizar as experiências acadêmicas e conteúdos disponibilizados pela matriz curricular, **o curso** propicia aos alunos: Semanas do Curso, palestras e eventos diversos, de forma gratuita, visitas técnicas assistidas.

Jornadas, congressos, semanas de estudos, workshops, entre outros, estabelecem parcerias externas e internas, no seu ambiente de organização. Merece destaque o setor de audiovisual da Instituição que disponibiliza recursos de multimídia utilizados como apoio pedagógico em sala de aula, em eventos diversos realizados nos auditórios ou em espaços externos.

Os discentes da UMC contam com espaço de convivência adequado ao seu bem-estar, com praça de alimentação, estacionamento privado e público, papelaria, entre outros espaços, bem como acessibilidade arquitetônica, atitudinal e pedagógica, propiciando qualidade no desenvolvimento das atividades propostas.

Os alunos de Comunicação e Marketing, ainda fazem uso intenso do Centro Cultural do Prédio VI, onde estão localizados os laboratórios de fotografia, rádio e televisão, apoio técnico especializado, salas de aula, de reunião e de pesquisa, além de um auditório com 126 lugares. O espaço é ideal para as atividades práticas do curso, aproximando o estudante de sua futura realidade profissional.

Além das aulas práticas que utilizam os laboratórios de informática, a universidade oferece aos alunos o uso livre do laboratório 12-19 fora do horário de aula. Este laboratório, equipado com computadores e todos os softwares necessários, permite que os estudantes realizem trabalhos, estudem e pratiquem os conteúdos ensinados em sala de aula. Trata-se de um recurso diferenciado que visa aprimorar a qualidade do ensino.

1.12.1 Intercâmbios Internacionais

A Universidade de Mogi das Cruzes visando propiciar a formação e capacitação de seus alunos e professores dos cursos de graduação e de pós-graduação, em estudos e estágios, em instituições de ensino superior no exterior, participa(ou) de Programas e iniciativas para intercâmbios. Desde 2022, também conta com uma coordenação específica para Internacionalização e Global Experience, a CIGEX, que tem como objetivo articular e fomentar esforços que gerem relações com instituições estrangeiras, sejam elas acadêmicas ou empresariais, dando todo suporte necessário para realização de acordos e convênios.

Além de fomentar e articular acordos com instituições a CIGEX tem a função de orientar seus docentes e discentes quanto aos procedimentos que devem ser seguidos para a efetivação dos convênios e parcerias em programas de graduação e pós-graduação realizados no exterior, respeitando todos os aspectos legais e institucionais.

Outra grande preocupação da CIGEX é trazer experiências internacionais sem a necessidade de que o aluno saia do país, por meio de palestras e visitas de profissionais estrangeiros na universidade e parcerias com multinacionais instaladas no Brasil. Essas ações de desenvolvimento institucional terão certamente resultados e inovações. A CIGEX pode ser acessada no endereço www.umc.br/cigex.

1.12.1.1 Convênio com a University of Miami Harrington

A Universidade de Mogi das Cruzes em 26 de junho de 2013 assinou convênio com a Universidade de Miami, para participação no Harrington Program Observership, dirigido aos alunos do curso de Medicina. O convênio cujo objetivo é o intercâmbio acadêmico para estudantes e corpo docente da área da saúde para uma experiência educacional (de Observador), teve seu início em junho de 2013 com validade de um ano, sendo sua renovação automática a cada ano, ou até que uma das partes notifique o término do acordo de 30 dias antes da data de aniversário. No momento, um aluno participa do Programa.

1.12.1.2 Convênio com a California Northstate University (CNU)

Através da Coordenação de Internacionalização e Global Experience (CIGEX), a Universidade de Mogi das Cruzes firmou em 2023 uma parceria na qual será possível realizar intercâmbios de alunos e professores, além de parcerias em projetos de pesquisas e

projetos acadêmicos. A colaboração entre as Instituições se iniciou em 2015 com pesquisas científicas entre o Núcleo de Pesquisa Tecnológica da UMC e a Universidade Estadunidense.

1.12.1.3 Convênio com a Universidade Católica de Santiago del Estero (UCSE)

Foi fundada em 21 de junho de 1960, para colaborar no campo da educação, comprometida com a evangelização da cultura e com o serviço à Igreja e à Nação.

Na década de 90, foi tomada uma decisão importante em relação à criação de novas sedes acadêmicas fora dos limites da Província, com os Departamentos Acadêmicos de Buenos Aires, San Salvador e Rafaela, o que deu à instituição uma nova configuração, enriquecida pela diversidade e possibilidades oferecidas em seu extenso território. A heterogeneidade do corpo docente e seu contexto social e produtivo, contribuem para enriquecer o trabalho da UCSE.

A universidade possui graduação nas áreas de ciências exatas, ciências sociais e ciências da saúde. A área de investigação baseada no desenvolvimento sustentável e na qualidade e qualidade de vida, na diversidade do conhecimento, na cultura científica, na distinção institucional e no impacto na sociedade.

1.12.1.4 Convênio com a Università Degli Studidi Roma - Foro Italico

Continuando no caminho da internacionalização, a Universidade de Mogi das Cruzes, por meio da Coordenação de Internacionalização e Global Experience – CIGEX, firmou mais uma parceria, agora com a Universidade de Estudos de Roma – Foro Itálico. Essa parceria terá início com os programas de pesquisa para desenvolvimento de proteínas que possam ajustar a microbiota intestinal e fortalecer o sistema imunológico. Essas pesquisas envolverão a área de Biotecnologia da universidade e terão a participação direta do Professor Dr. Carlos Mateus Rotta, dentre outros pesquisadores. A previsão é que esse seja o primeiro trabalho conjunto e se estenda também para os outros cursos da universidade.

Fundada em 1928 como Academia de Educação Física, sempre esteve focada no Esporte, na Ciência e na Saúde como temas de pesquisa e ensino intimamente ligados entre si. Um caso único na Itália. A quarta universidade de Roma é uma universidade onde estudantes, professores, pesquisadores e pessoal técnico-administrativo vivenciam um relacionamento diário exclusivo e direto. Nos edifícios vermelhos e brancos do complexo Foro Italico, jovens capazes de competir em alta nível são treinados internacionalmente em todas as áreas esportivas como atletas, mas também como gestores esportivos, pesquisadores e professores, especialistas em marketing e comunicação esportiva. São inúmeros os laboratórios científicos, onde professores e pesquisadores discutem diariamente projetos de pesquisa inovadores, sem os quais não é possível realizar um bom ensino e impactar o desenvolvimento da sociedade civil. Aqui são formadas competências profissionais cada

vez mais procuradas na nossa sociedade, onde o desporto é considerado parte integrante da cultura, do estilo de vida das pessoas e da economia mundial.

1.12.1.5 Programa Ciência sem Fronteiras

A Universidade de Mogi das Cruzes aderiu ao Programa Ciência sem Fronteiras, do Conselho Nacional de Ensino e Pesquisa (CNPq) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), firmando Acordo de Adesão entre a Universidade e as instituições especificadas. Em 2012, seguindo os critérios legais, deu início ao Programa e, em 2013 foi normatizado no âmbito da Instituição, pela Instrução Normativa UMC – 002/2013.

No período compreendido entre 2012 até o momento, foram concedidas à Instituição 29 bolsas para realização de graduação sanduíche no exterior, sendo dez bolsas atribuídas pelo CNPq e 19 pela CAPES. Participaram, desde então, alunos dos Campi da Universidade pertencentes aos cursos de Medicina, Farmácia, Enfermagem, Engenharia Mecânica, Engenharia Civil, Engenharia Elétrica, Engenharia Química, Biomedicina, Sistemas de Informação, Arquitetura e Urbanismo e Química, em diferentes instituições de ensino superior, tais como: Valparaíso University; Lakehead University; University of Wisconsin, Madison; University Newcastle; York University; Università Degli Studi Roma Ter; Athlone Institute of Technology; Temple University; Radford University; Anglia Ruskin University; University of Debrecen – MHSC; University of Bradford; Rochester; Longwood University; Rowan University; University of Illinois – Chicago; Waseda; Memorial University –Newfoundland, localizadas nos: Estados Unidos, Austrália, Canadá, Itália, Irlanda, Inglaterra, Hungria e Japão.

1.13 Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa

Os processos de Avaliação Interna ou Autoavaliação, conduzidos pela Comissão Própria de Avaliação - CPA, visa à melhoria do desempenho e das áreas de atuação da Instituição. A CPA, atualizada por Portaria do CEPE e do CONSU, é composta por representantes de todos os segmentos da comunidade universitária (docentes, discentes e, funcionários técnico-administrativos) e da sociedade civil, como preconiza a legislação em vigor.

O processo avaliativo, na UMC, tem caráter formativo, contínuo e permanente, periodicidade semestral permitindo redirecionar, se necessário, o planejamento institucional, dos cursos e setores. Essa estrutura permite a integração da área acadêmica e administrativa, e propicia a coleta de dados/informações relevantes para o aperfeiçoamento das ações das áreas mencionadas.

A Avaliação dos Cursos de Graduação, com base na legislação, tem por objetivo

“identificar as condições de ensino oferecidas aos estudantes, em especial as relativas ao perfil do corpo docente, aos serviços, as instalações físicas e a organização didático-pedagógica”. Assim, é imprescindível que, integrada à Autoavaliação Institucional, se processe a Avaliação de Cursos, presenciais ou a distância, com o propósito de obter informações de caráter quantitativo e qualitativo que destaquem as características de cada processo como elemento do contexto universitário. A Avaliação de Curso na UMC considera quatro categorias de análise: a) organização didático-pedagógica; b) perfil dos corpos docente, discente e técnico-administrativo; c) serviços e d) instalações físicas. Com base no Instrumento de Avaliação dos Cursos de Graduação, nos princípios da IES definidos no PDI e no PPI e nas especificidades de cada curso, são definidos indicadores e critérios mínimos de qualidade que permitam a análise das dimensões citadas.

Nesse processo, a Comissão Própria de Avaliação – CPA visando a coerência com as políticas institucionais, descritas no PDI e no PPI fornece, ao Coordenador, subsídios para a elaboração do Plano de Avaliação do Curso, coerentes com a Avaliação Institucional sendo ambas, realizadas semestralmente.

Plano de Avaliação para o Curso de Graduação

Objetivos: Subsidiar coordenador, alunos, professores e funcionários técnico administrativos a realizarem um processo contínuo de autoavaliação em relação ao seu papel no aperfeiçoamento constante da qualidade do ensino e da aprendizagem; construir uma prática permanente de avaliação e identificar os pontos fortes e os pontos a serem melhorados em relação à percepção do aluno quanto ao Coordenador do Curso, ao Corpo Docente, aos Serviços e à Infraestrutura da Instituição.

A análise qualitativa e quantitativa dos resultados das avaliações serve de apoio e estímulo para que coordenador, docentes e instâncias superiores utilizem esses resultados no diagnóstico, revisão e planejamento de suas ações (PDI, PPC, desempenho dos estudantes e outras).

Segmentos avaliados e avaliadores: corpos docente, discente e técnico administrativo

Indicadores: corpos docente, discente e técnico-administrativo; instituição, serviços, estrutura, autoavaliação

Coleta de Dados: consulta, análise e comparação de documentos oficiais da Instituição, informações do Sistema de Gestão Acadêmica; relatórios das avaliações externas e internas; reuniões, entrevistas; questionários de múltipla escolha disponibilizados aos corpos discente, docente e técnico-administrativo. Os dados coletados são tabulados, analisados, comparados, interpretados e divulgados, junto aos setores envolvidos, para discussão.

Divulgação e socialização dos resultados: relatórios apresentados e discutidos em reuniões da CPA com a Reitoria, Pró-Reitoria Acadêmica, Diretorias, Gerências, Coordenadorias de Cursos e Programas de Graduação e Pós-Graduação; campanhas institucionais; relatórios disponibilizados na página da Instituição, link da CPA.

Para a elaboração e aperfeiçoamento do Planejamento do Curso, a Coordenação e o Núcleo Docente Estruturante, juntamente com a Gestão da Universidade, baseiam-se nos resultados dos processos avaliativos internos e nas avaliações realizadas junto à comunidade acadêmica, divulgados pela Comissão Própria de Avaliação, bem como nas avaliações externas (ENADE e reconhecimento/renovação de reconhecimento de curso). Entre as ações tomadas, destacam-se: a atualização do Projeto Pedagógico do Curso, dos Planos de Ensino e das respectivas bibliografias; a avaliação discente interdisciplinar; a ampliação da divulgação dos programas oferecidos pela Instituição, como nivelamento, monitoria e atendimento psicopedagógico; ampliação da divulgação e o esclarecimento à comunidade acadêmica sobre os serviços “Fale Conosco” e Ouvidoria, seus objetivos e operacionalização; a sensibilização do corpo docente para a participação em atividades de Capacitação Docente e a ampliação da produção científica; a integração do curso com a comunidade externa e com a responsabilidade social; a revisão e atualização do acervo bibliográfico; o incentivo à participação docente e discente em eventos técnicos e científicos nacionais e internacionais; a ampliação, adequação e atualização dos recursos de informática e audiovisuais; e a melhoria da infraestrutura do curso. Outras ações mais pontuais são inseridas nos Planos de Trabalho da Coordenação do Curso e de outros setores da UMC, se necessário.

1.14 Atividades de tutoria

A mediação nos processos de ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com estudantes e professores-tutores desenvolvendo atividades educativas em tempos diversos, compreendendo a necessidade de acompanhamento no processo formativo dos discentes.

O professor assume a responsabilidade do material didático que irá compor as unidades curriculares que utilizam recursos digitais. Ele deve dominar o roteiro das atividades, conduzindo os conteúdos a serem estudados em sinergia com o plano de ensino, seguindo o cronograma de recebimento e execução das mentorias ou atividades.

No início de cada semestre os professores das unidades digitais apresentam as orientações no ambiente virtual, compreendendo todas as ações relacionadas aos respectivos conteúdos que serão disponibilizados no Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Os professores são responsáveis pelas informações e orientações para o envolvimento e a motivação dos alunos, assim como pela gestão do conhecimento. Nesse sentido, ele realiza a interface entre o cronograma de acompanhamento relativos às atividades, na mesma medida em que promove integração do conteúdo e o aluno.

O ambiente digital utilizado propicia todas as potencialidades para desenvolvimento de material instrucional e muita flexibilidade e acessibilidade para interação entre todos os envolvidos no processo ensino aprendizagem.

Todo início de semestre os professores das unidades digitais e o coordenador do curso se reúnem para discutir e avaliar as necessidades de melhorias no processo, embasando o ajuste para o semestre vigente e futuro, sendo apresentadas também ao Núcleo Docente Estruturante.

1.15 Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às atividades de tutoria

A equipe de suporte técnico dos conteúdos digitais da UMC realiza capacitação com os professores que assumirão de forma adequada a condução das unidades curriculares oferecidas na modalidade digital.

A capacitação está fundamentada no desenvolvimento do conhecimento, das habilidades e das atitudes, a fim de que todo o processo educacional seja planejado de forma objetiva para os alunos.

Nos cursos de formação são discutidas as responsabilidades do professor em relação ao material didático que deverá compor as unidades curriculares que utilizam recursos digitais, elaboração do roteiro das aulas e dos conteúdos a serem estudados, tudo devidamente alinhado ao PPC, seguindo o cronograma estabelecido pelo corpo de professores tutores; a mediação das informações e o conhecimento no Ambiente Virtual de Aprendizagem, além de orientações sobre o saneamento de dúvidas e condução das ações relacionadas ao conteúdo das unidades curriculares. Os professores também realizam *feedback* junto à coordenação de curso visando ações corretivas e de aperfeiçoamento de atividades futuras.

No início de cada semestre os professores da Unidade Curricular de Formação Geral (UCF) e do componente curricular Vida e Profissão, com sua pluralidade multidisciplinar, se reúnem para apresentarem sugestões de melhorias no processo de administração das unidades curriculares.

Para garantir a melhoria contínua dessas unidades que utilizam os recursos digitais, são analisados diversos fatores das aulas do semestre anterior. Com base nessas observações, são realizadas atualizações, propostas de novas abordagens e/ou capacitações para os docentes. Essas necessidades são então apresentadas à coordenação para validação e/ou busca de apoio institucional.

1.16 Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no processo ensino e aprendizagem

No Curso de Graduação em Comunicação e Marketing, são adotadas Tecnologias de Informação e comunicação didático-pedagógicas para enriquecer e qualificar o processo de ensino-aprendizagem, especialmente no desenvolvimento dos conteúdos e atividades propostos. As principais tecnologias de informação e comunicação utilizadas no curso são:

- a) softwares específicos para as atividades práticas das unidades curriculares desenvolvidas em laboratórios de informática e laboratórios de comunicação;
- b) utilização do MS-TEAMS, como um espaço digital de apoio para compartilhamento de conteúdos e atividades, visando ampliar o contato entre alunos e professores em ambientes que vão além da sala de aula;
- c) utilização de recursos audiovisuais e multimídia em aulas teóricas e/ou práticas;
- d) outras tecnologias que poderão ser integradas durante o desenvolvimento do curso, desde que venham favorecer o processo de ensino-aprendizagem.

A Universidade de Mogi das Cruzes disponibiliza, para a comunidade acadêmica regularmente matriculada, links no Portal <www.umc.br> para acesso a informações acadêmicas: notas, faltas, planos de ensino, matriz curricular, calendário acadêmico, cadastro e acompanhamento das Atividades Complementares, divulgação de estágios e eventos, além de contatos com o Atendimento Integrado para assuntos afins.

Por meio da internet, o corpo discente e docente tem acesso aos catálogos do acervo físico das bibliotecas da UMC (Sistema Pergamum), ao acervo virtual da Minha Biblioteca e Biblioteca Virtual Universitária (acesso via Portal Docente, Portal do Aluno e Intranet) e ao Portal Periódicos CAPES (realizado a partir de qualquer computador que esteja conectado à Internet). A biblioteca dispõe de 8 computadores para acesso à base de dados do acervo próprio, 12 para acesso à internet e CD-ROM e 4 televisores com videocassete, DVD player e fones de ouvidos. Os usuários cadastrados nas Bibliotecas podem, pela internet, renovar empréstimos, reservar obras e ler/imprimir o manual da UMC para apresentação de trabalhos acadêmicos.

A Universidade de Mogi das Cruzes disponibiliza em sua infraestrutura 23 laboratórios de informática, adequados ao uso e capacidade que atende, plenamente, à demanda de 02 alunos por equipamento, com capacidade variada que vai de 30 a 90 alunos por laboratório, com acesso à internet. O acesso aos equipamentos pelo corpo discente se dá durante o período das aulas, previamente agendadas pelos professores. Em horários específicos uma ou mais salas permanecem disponíveis para a utilização dos alunos, com o apoio de técnicos. Para acesso aos computadores, os alunos devem possuir cadastro no Laboratório de Informática, com a disponibilização de senhas para utilização.

Dentre os meios de comunicação disponibilizados aos acadêmicos e gestores, destacam-se os links: Fale Conosco, Ouvidoria, e-mail Institucional e e-mail da coordenação, que facilitam a comunicação tanto dos discentes como docentes, com a coordenação e demais órgãos da IES. A comunidade externa possui acesso à IES pelo Fale Conosco. Ainda, a coordenação do curso possui mala direta com os alunos do curso, atualizada, semestralmente, para divulgação de eventos e atendimento ao aluno.

Como ferramenta de apoio as aulas, a Universidade dispõe da Plataforma *Moodle* e MS-Teams, no curso os professores utilizam-nas para interação com os alunos, além da área destinada no servidor de arquivos, visível nos laboratórios.

Ao implementar as tecnologias de Informação e Comunicação é considerado em todo o processo a acessibilidade arquitetônica, atitudinal e pedagógica.

1.17 Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)

O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) utilizado pela UMC, além de apresentar e fornecer materiais e recursos tecnológicos apropriados para o ensino e aprendizagem, possibilita também, o gerenciamento e controle das atividades que acontecem via plataforma digital.

O AVA **permite** a apresentação de conteúdos virtuais proporcionando um ambiente de ensino e aprendizado simples, rápido, colaborativo, dinâmico e flexível. O acesso do aluno é seguro e acontece por meio de *login* específico no Portal do aluno, em se concentram todas as informações e dados acadêmicos.

Outro fator importante a se destacar sobre o ambiente virtual utilizado é a sua capacidade sistêmica de trocar dados e informações com o SGA - Sistema de Gestão Acadêmica da UMC.

O AVA facilita o desenvolvimento de conteúdos digitais e fornece uma variedade de recursos e ferramentas que podem ser facilmente incorporadas em todos os cursos, permitindo, assim, a criação de conteúdos personalizados, adequados aos objetivos específicos da aprendizagem em cada área.

As ferramentas de comunicação e interação, permitem a cooperação entre os participantes, possibilitando novos desafios de aprendizagem e maior motivação aos envolvidos, passando por avaliações periódicas dos conteúdos, devidamente documentadas. Os discentes realizam discussões sobre os assuntos, diretamente com o professor e/ou demais alunos, ampliando assim a reflexão acerca do conteúdo de cada unidade curricular. Essas ações resultam em acompanhamento e comunicação efetiva por meio dos docentes aos discentes, permitindo a melhoria contínua da metodologia e dos materiais didáticos utilizados.

Caso o aluno tenha alguma dificuldade com a plataforma, há uma equipe de suporte devidamente qualificada para auxiliá-los através de e-mail, contato telefônico e manual *online*, desenvolvido pela própria equipe multidisciplinar.

O ambiente digital disponibilizado atende às necessidades essenciais para funcionamento do curso e converge, satisfatoriamente, junto aos equipamentos e estrutura de informação e comunicação que a UMC possui.

O desenvolvimento dos materiais que fazem parte da metodologia de ensino e aprendizagem das unidades digitais, tem como referência primeira, a formação das pessoas

envolvidas nessa iniciativa. Tal formação, de acordo com a visão da UMC, preconiza uma prática que implica na produção da vida social, cultural e na atuação profissional do aluno.

Os conteúdos são desenvolvidos a partir de fundamentos teóricos do curso e das unidades curriculares, os quais constituem a organização curricular e embasam toda a ação metodológica em torno dos conteúdos e atividades pedagógicas.

1.18 Material didático

1.19 Procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem

No curso de Comunicação e Marketing, os procedimentos de acompanhamento e avaliação do processo de ensino-aprendizagem são cuidadosamente planejados para garantir uma formação de qualidade, com foco na inserção dos alunos no mercado de trabalho.

As práticas pedagógicas são embasadas em estratégias colaborativas que envolvem **reuniões periódicas** entre a coordenação do curso, professores e representante discente, promovendo um acompanhamento contínuo e eficaz do desenvolvimento acadêmico e profissional dos estudantes.

A partir dessas interações, ajustes pontuais são realizados para melhorar a condução das disciplinas, o conteúdo ministrado e as estratégias de ensino, sempre com foco na evolução dos alunos e no aprimoramento das práticas educacionais.

Os **professores** também realizam, de forma sistemática, avaliações contínuas ao longo do semestre, utilizando uma variedade de métodos, como trabalhos práticos, seminários, apresentações e discussões em sala de aula. Esse acompanhamento constante permite identificar as dificuldades individuais e coletivas dos alunos, oferecendo-lhes o suporte necessário para seu desenvolvimento acadêmico. As avaliações são sempre seguidas de **feedbacks detalhados**, o que possibilita aos alunos compreenderem seus pontos fortes e áreas a melhorar, além de estimular a reflexão crítica e o aprendizado ativo.

Além disso, para garantir uma visão ampla do desempenho acadêmico e profissional dos estudantes, os **projetos práticos integradores** (como ocorre na organização da Semana da Comunicação, por exemplo), compõem uma parte essencial do processo de avaliação, permitindo que os alunos apliquem os conhecimentos adquiridos em situações reais ou simuladas, relacionados ao mercado de Comunicação e Marketing. Essas atividades são organizadas com a supervisão dos professores, que orientam o processo e avaliam os resultados com base em critérios técnicos e teóricos.

A coordenação do curso, juntamente com a Pró-Reitoria Acadêmica, acompanha de perto esses processos avaliativos, revisando periodicamente os métodos de ensino e as práticas de avaliação, garantindo que estejam alinhados ao **perfil do egresso** e às demandas

do mercado. As **reuniões pedagógicas internas** entre professores e coordenação também são realizadas periodicamente, fortalecendo a integração do corpo docente e permitindo ajustes constantes no planejamento do semestre.

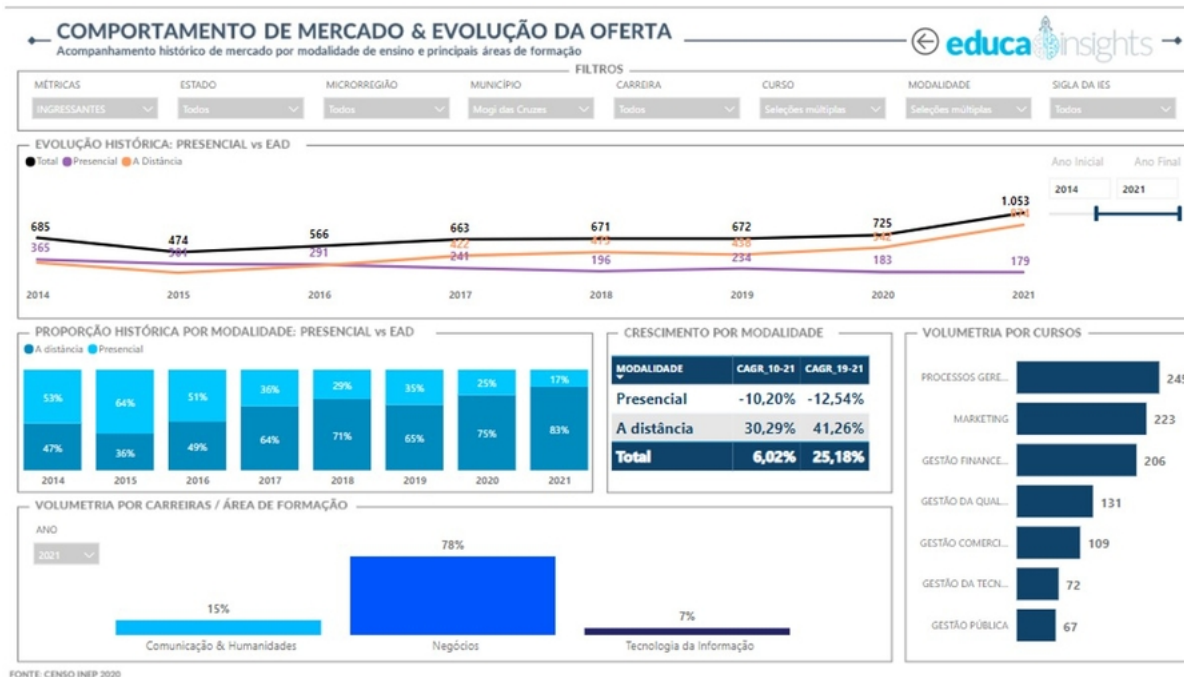
Este modelo de acompanhamento e avaliação, centrado em uma abordagem colaborativa e reflexiva, permite uma **melhoria contínua** nos processos de ensino e aprendizagem, e garante uma **formação de excelência** para os alunos do curso de Comunicação e Marketing da UMC, alinhado à exigência do mercado.

1.20 Número de vagas

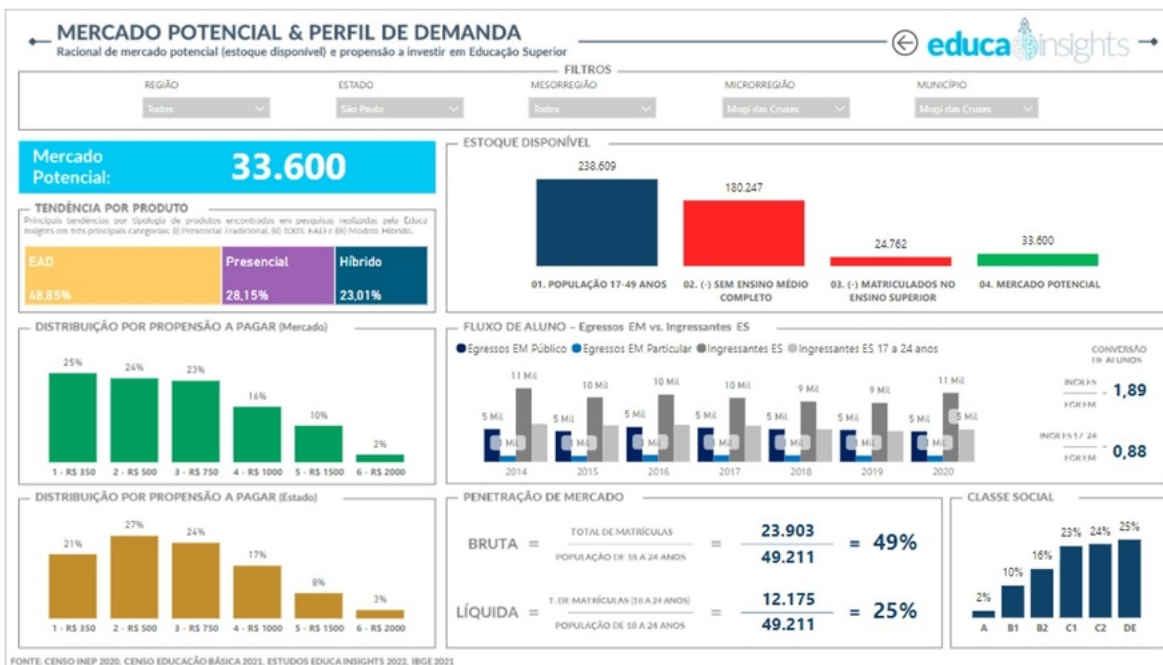
O número anual de vagas para o curso é fixado em 240. Essa quantidade é aprovada pelos Conselhos Superiores com base em estudos periódicos, quantitativos e qualitativos, e em pesquisas com a comunidade acadêmica. Esses estudos visam a ampliação das metodologias, a disseminação de tecnologias e a atualização dos recursos educacionais práticos específicos da profissão. Além disso, são avaliados fatores como a disponibilidade de docentes com afinidade para o curso, o tamanho e a quantidade das salas de aula, as dimensões dos laboratórios específicos e a quantidade de equipamentos. Também são considerados o número de títulos, volumes e o acervo virtual da biblioteca.

O resultado das avaliações periódicas da CPA permite observar-se a adequação da relação entre o número de vagas, o corpo docente, a adequação da estrutura disponibilizada e a qualidade pedagógica oferecida pelo curso.

Por meio da **parceria** entre a Universidade e a **Educa Insights**, foi realizado um estudo para definir o número de vagas a serem oferecidas no curso. Para a elaboração da proposta, foram considerados a Missão, os princípios, a infraestrutura, os objetivos e a área de atuação da instituição, bem como os dados socioeconômicos da região onde o *Campus* está localizado.



Para auxiliar e fundamentar o estudo de vagas para o lançamento e oferta dos cursos, foram utilizadas informações do dashboard da Educa Insights, que se baseia nos resultados de pesquisas do CENSO e do IBGE.



1.21 Integração com as redes públicas de ensino

Não se aplica.

1.22 Integração do curso com o sistema local e regional de saúde (SUS)

Não se aplica.

1.23 Atividades práticas de ensino para áreas da saúde

Não se aplica.

1.24 Atividades práticas de ensino para licenciaturas

Não se aplica.

2 DIMENSÃO 2 - CORPO DOCENTE E TUTORIAL

2.1 Núcleo Docente Estruturante – NDE

O Núcleo Docente Estruturante – NDE do curso possui em sua composição a coordenação de curso, Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo e por 04 professores, com titulação acadêmica em programas de pós-graduação *Stricto Sensu e Lato Sensu*. Os docentes, que compõem o NDE, são contratados em regime de trabalho integral e parcial, além da coordenação com regime de trabalho integral.

A atuação do NDE na concepção, acompanhamento, consolidação e avaliação do curso é documentada em atas, que resumem as atividades programadas e implementadas.

Com base nas avaliações do NDE e com o objetivo de melhorar os processos metodológicos e pedagógicos, a coordenação do curso analisa e acompanha a validação das mudanças, realizando a atualização periódica do PPC. Esta atualização é feita com base na formação e no perfil do egresso, sempre em conformidade com a DCN vigente. A Universidade, por meio de uma Instrução Normativa específica, possibilita o planejamento e estabelece a constituição e o funcionamento do NDE.

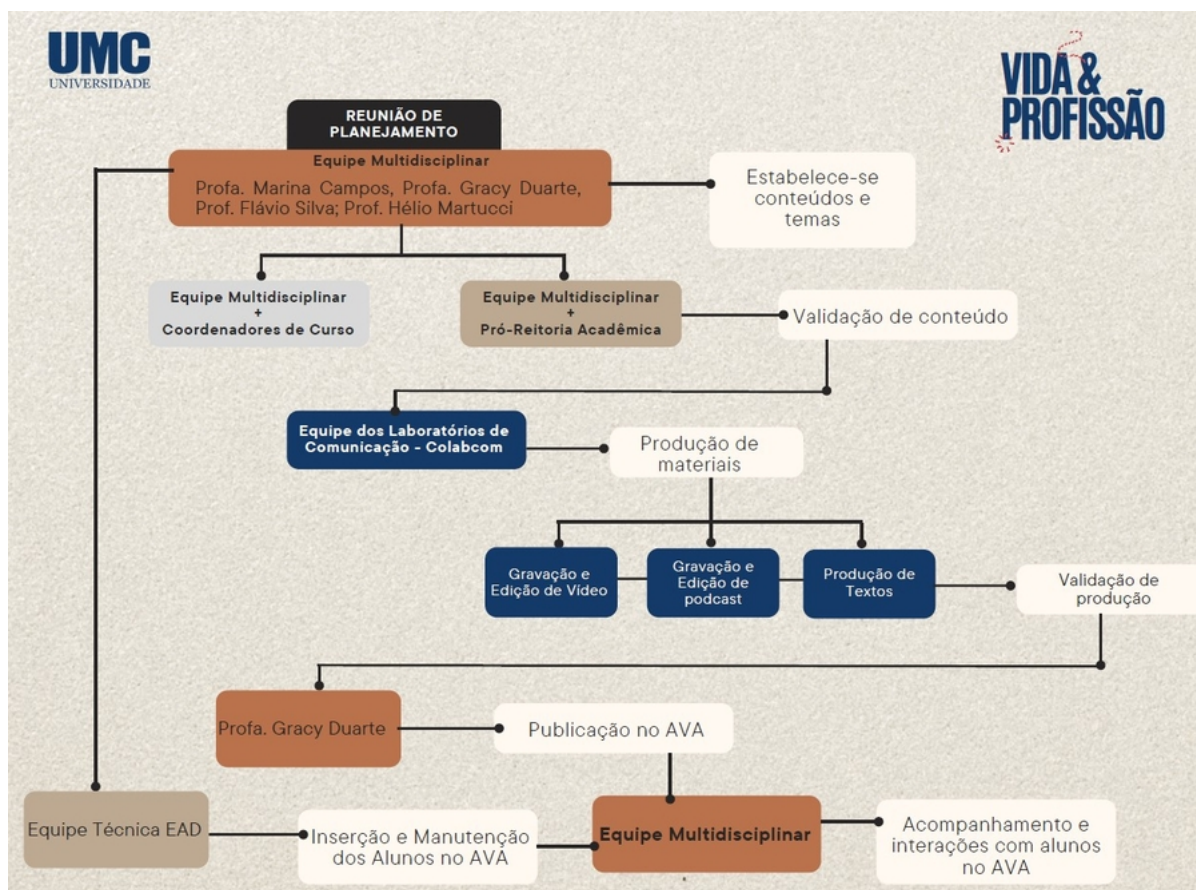
2.2 Equipe multidisciplinar

A gestão dos conteúdos digitais do curso, sustenta-se na ação de equipe constituída especificamente para a sua consolidação, visando um trabalho de qualidade comunicacional, **coerência pedagógico-educacional** e eficiência administrativa.

O uso dos conteúdos digitais ocorre com a orientação da coordenação do curso estabelecendo, junto com os docentes e com o NDE, diálogos permanentes em torno da criação e manutenção de novos projetos e programas, aliando potencial em direção ao cumprimento das metas estabelecidas em comum.

Os **professores responsáveis pelos conteúdos** digitais são **oriundos de diferentes áreas do conhecimento** e conectados aos processos de melhoria contínua das metodologias pedagógicas, das avaliações e acompanhamento dos alunos, desenvolvem e disseminam o uso de tecnologias e recursos audiovisuais importantes para a evolução do perfil do egresso.

Todas as unidades são organizadas por meio de uma estrutura de **plano de ação**, sendo os professores os responsáveis, junto à coordenação, pela busca constante de um **processo de ensino com a visão de melhoria contínua** e concepção para os recursos educacionais suportados pela UMC. Abaixo é apresentando um **fluxograma referente ao** desenvolvimento do componente curricular Vida&Profissão.



A equipe **multidisciplinar se reúne periodicamente** para desenvolver o planejamento do semestre letivo, estabelecendo os temas e conteúdos a serem trabalhados com os alunos no semestre corrente. Os professores da equipe multidisciplinar validam esse conteúdo em conjunto com a coordenação do curso e a Pró-Reitoria Acadêmica. Quando necessário, materiais como videoaulas, podcasts e textos são desenvolvidos nos estúdios de comunicação da UMC e disponibilizados na plataforma digital, sempre sob a orientação dos professores e técnicos que integram a equipe multidisciplinar.

2.3 Atuação do coordenador

O curso é coordenado pela professora Gracy Cristina Astolpho Duarte, graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, especialista em Marketing Empresarial e de Serviços, e mestre em Práticas de Comunicação e Consumo. A coordenadora preside o Colegiado de Curso e o NDE, e é o contato direto do curso com os representantes dos Conselhos Superiores, estando subordinada à Pró-Reitoria Acadêmica.

A gestão do curso é realizada com o apoio de docentes e discentes. As reuniões com essas partes são pautadas e registradas em atas e/ou controle de atendimento. A coordenadora presta atendimento pessoal ou virtual, por meio de e-mail institucional e pela ferramenta Ouvidoria, acessada via Portal do Aluno. Esse conjunto de possibilidades de

comunicação entre o coordenador, alunos e professores permite um atendimento eficiente às demandas do curso.

Na recepção dos novos alunos, a coordenadora preside a aula inaugural, apresenta a matriz curricular e as atividades propostas para o desenvolvimento do curso, agenda visitas à biblioteca e fornece informações sobre a utilização e reserva de títulos, volumes, a plataforma CAPES, periódicos, e o cadastro e uso das plataformas Moodle e MS-Teams, entre outras.

O Sistema de Gestão Acadêmica (SGA) fornece à coordenadora indicadores de desempenho dos alunos e as notas obtidas semestralmente em cada disciplina. Essas informações permitem à coordenadora administrar as fragilidades e potencialidades do corpo docente e discente, bem como o desempenho geral do curso.

Para atender à demanda, a CPA fornece à coordenadora indicadores de desempenho, que subsidiam a elaboração do Plano de Avaliação de Curso. Isso garante a coerência com as políticas institucionais e a Autoavaliação Institucional, favorecendo a integração e a melhoria contínua juntamente com o NDE e a Gestão da Universidade. Por meio desse processo, o NDE, o Colegiado e a Gestão do Curso realizam ações como: atualização do Projeto Pedagógico do Curso, Planos de Ensino e respectivas bibliografias; avaliação discente interdisciplinar; e ampliação da divulgação de visitas técnicas, eixos temáticos para o desenvolvimento dos trabalhos na Agência Experimental de Comunicação – ColabCom, ciclos de palestras e mesas-redondas.

2.4 Regime de trabalho do coordenador de curso

O regime de trabalho da coordenação é integral, o que permite realizar a gestão do curso e atender à demanda existente. Isso inclui a interação com professores, tutores, discentes e a equipe multidisciplinar, bem como a participação nos Colegiados Superiores.

A CPA fornece à coordenação indicadores de desempenho disponíveis e públicos, que subsidiam a elaboração do Plano de Ação do Curso, garantindo coerência administrativa com as políticas institucionais e a manutenção da Autoavaliação Institucional. Isso favorece a integração e a melhoria contínua em colaboração com o NDE e a Gestão da Universidade. Por meio desse processo, o NDE, o Colegiado e a Gestão do Curso realizam ações como: desenvolvimento da potencialidade do corpo docente; atualização do Projeto Pedagógico do Curso, Planos de Ensino e respectivas bibliografias; avaliação discente interdisciplinar; e ampliação da divulgação de visitas técnicas, eixos temáticos para o desenvolvimento dos Projetos Interdisciplinares, ciclos de palestras e mesas-redondas.

2.5 Corpo docente: titulação

O corpo docente é composto por professores com titulação acadêmica em programas de pós-graduação *Lato Sensu* e *Stricto Sensu*, devidamente reconhecidos pela CAPES/MEC, sendo 04 doutores (18%), 14 mestres (64%) e 04 especialistas (18%). Esses professores são responsáveis, junto ao NDE e à coordenação do curso, por analisar o modelo da matriz curricular para assegurar que esteja alinhado aos objetivos das unidades curriculares e ao perfil do egresso do curso, com uma abordagem fundamentada nas Diretrizes Curriculares Nacionais de referência.

No contexto do curso, a maioria dos docentes do curso com formação *Stricto Sensu* (82%), proporciona acesso a conteúdos de pesquisa e incentiva a participação no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) e no UMC Summit, que ocorrem anualmente. Eles promovem a atualização constante e o uso das referências bibliográficas, apoiando os alunos na busca por pesquisas recentes e incentivando o desenvolvimento do pensamento crítico. Além disso, favorecem a organização de grupos de estudo e pesquisa, facilitando a inserção do aluno à pesquisa e também incentivando a produção científica.

O corpo docente, junto ao NDE e coordenação do curso, analisam os conteúdos das unidades e componentes curriculares para que estejam relacionados aos objetivos e ao perfil do egresso.

Além das atribuições do Professor estabelecidas no Regimento Geral da Universidade de Mogi das Cruzes, o docente, ao elaborar seu Plano de Ensino, analisa os componentes das Unidades Curriculares com foco no desenvolvimento de competências e habilidades, de maneira que possibilitem a formação de um profissional multitarefa com capacidade de transformar a comunidade em que vive, tais como:

- Promover maior integração entre os conteúdos;
- Efetivar constantemente conexões entre a teoria e prática;
- Proporcionar o desenvolvimento da formação humanística e integral do aluno;
- Desenvolver uma visão crítica do meio em que vive;
- Fomentar e incentivar o acesso à pesquisa;
- Verificar se objetivos e conteúdos atendem ao perfil do egresso.

No curso, há reuniões periódicas para identificação das atividades docentes, planejamento, análise e discussão dos resultados destas ações, buscando atualização e melhoria contínua do curso.

A relação de titulação do corpo docente consta no Anexo II.

2.6 Regime de trabalho do corpo docente do curso

O regime de trabalho do corpo docente é composto por 09 professores que atuam em tempo integral (41%), outros 9 docentes em tempo parcial (41%) e apenas 4 professores horistas (18%). Como há uma porcentagem expressiva dos docentes atuam em regime de trabalho integral ou parcial (82%), gerando facilidade no atendimento das necessidades dos alunos e a integração com a coordenação do curso para o planejamento e a melhoria contínua do curso.

O Regimento Geral da Universidade de Mogi das Cruzes define as atribuições dos professores, além das estipuladas pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação:

I - elaborar o plano de ensino das unidades e componentes curriculares, submetendo-o à aprovação do Coordenador de Curso, obedecendo aos prazos previstos;

II – executar, integralmente, o plano de ensino das unidades e componentes curriculares sob sua responsabilidade;

III - empenhar-se em prol da aprendizagem do aluno, desenvolvendo conteúdos e utilizando procedimentos compatíveis com o progresso técnico-científico de sua área;

IV - controlar e registrar a frequência dos alunos e os conteúdos desenvolvidos nos prazos estabelecidos;

V - cumprir e fazer cumprir as disposições referentes à avaliação de desempenho dos alunos, obedecendo ao cronograma de entrega das avaliações, de acordo com o Calendário Acadêmico;

VI - acatar as ordens emanadas pelos órgãos superiores;

VII - comparecer às aulas e demais atividades com assiduidade e pontualidade, executando suas tarefas com eficiência, zelo e presteza;

VIII - comunicar à autoridade imediata as irregularidades de que tiver conhecimento;

IX - comunicar, por escrito, à Coordenação de Curso, a presença de alunos não matriculados frequentando as atividades previstas;

X - participar efetivamente das atividades institucionais para as quais for convocado ou eleito;

XI - estimular o aluno à pesquisa, à extensão e às atividades comunitárias;

XII - dedicar-se à produção científica;

XIII - preservar e estimular a postura ética;

XIV - contribuir para a manutenção da boa reputação da Universidade, respeitar sua história, orientação e valorizar a imagem institucional;

XV - abster-se de atos que violem os direitos individuais e humanos, perturbem a lei e a ordem, atentem contra os bons costumes, a ética e a tolerância, desrespeitem as autoridades da Universidade, funcionários e alunos ou causem danos ao patrimônio físico ou moral da Universidade;

XVI - fornecer documentos comprobatórios para a permanente atualização de seu

prontuário docente;

XVII - cumprir quaisquer outras atribuições, ou derivadas de atos normativos baixados por órgão competente ou inerente à sua função;

XVIII – zelar pela fiel observância deste Regimento, do Estatuto e demais normas institucionais.

A coordenação do curso, para acompanhar as atividades do corpo docente, especialmente os professores contratados em tempo integral, utiliza diversos instrumentos, como: análise dos resultados das avaliações internas (fornecidas pela CPA) e externas (ENADE - quando for o caso, visitas de comissões de avaliação de curso, conselhos profissionais); participação em concursos; comprovação de pontualidade na entrega de atividades; reuniões com representantes de classe e reuniões individuais com professores; acompanhamento e participação em atividades de extensão e pesquisa; planejamento didático; **preparação e correção das avaliações de aprendizagem**; participação em grupos de discussão; acompanhamento de alunos; **participação em órgãos colegiados**, entre outros.

2.7 Experiência profissional do docente

A análise do contingente de docentes demonstra que, excluindo a experiência em magistério, a grande maioria possui **média de experiência profissional fora da IES de 14 anos**. Essa experiência profissional permite aos docentes: desenvolver nos alunos conhecimentos e domínio das técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado; formar comunicólogos conscientes dos valores éticos e da função social da profissão; preparar os alunos para a pesquisa, planejamento, criação, produção, execução e acompanhamento de campanhas mercadológicas em diversos meios de comunicação; desenvolver uma compreensão do cenário local e regional da comunicação, contribuindo para o avanço dos vários setores.

Buscando atender às Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social e suas habilitações, alinhando-se às tendências contemporâneas do mercado de Comunicação e Marketing e aproveitando a pluralidade de experiências acadêmicas e profissionais do corpo docente, os planos de ensino foram estruturados com base no perfil do egresso descrito no PPC. Isso possibilita o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes nos concluintes do curso.

2.8 Experiência no exercício da docência na educação básica

Não se aplica.

2.9 Experiência no exercício da docência superior

A análise do contingente de docentes revela que a **média de experiência em docência superior é de 13 anos**. Essa experiência permite promover ações para:

- identificar as dificuldades dos discentes;
- enriquecer e fortalecer o perfil do egresso;
- expor conteúdos de forma aderente às características das turmas do Curso de Comunicação e Marketing;
- apresentar exemplos contextualizados com os conteúdos interdisciplinares do curso;
- elaborar atividades específicas que promovam a aprendizagem dos discentes com dificuldades no desenvolvimento de habilidades e atitudes, por meio da metodologia e dos conteúdos apresentados.

A experiência na docência, combinada com a bagagem profissional adquirida fora das instituições de ensino, permite que exposições e casos práticos contextualizados auxiliem no entendimento do conteúdo pelos discentes. As avaliações diagnósticas realizadas têm caráter formativo e utilizadas para identificar possíveis necessidades de melhoria na metodologia de ensino aplicada.

Essas ações fazem com que o docente assuma um papel de liderança, garantindo que sua presença em sala de aula seja reconhecida, respeitada e considerada uma referência pelos discentes.

2.10 Experiência no exercício da docência na educação a distância

A análise do contingente de professores que utilizam conteúdos digitais demonstra que a maioria possui, em **média de 8 anos de experiência** no exercício da docência de educação a distância, além da Capacitação realizada pela UMC.

Utilizando suas competências e habilidades, os professores dos conteúdos digitais promovem ações para identificar as dificuldades dos discentes. Buscam enriquecer e fortalecer o perfil do egresso ao expor conteúdos em **linguagem adequada** às características das turmas do curso e ao apresentar exemplos contextualizados com os conteúdos interdisciplinares.

Os professores dos conteúdos digitais, por meio de metodologia e conteúdos apresentados, elaboram atividades específicas para a promoção da aprendizagem de discentes com dificuldades, para o desenvolvimento das habilidades e atitudes; orientam e sugerem a leitura complementar, como auxílio e fomento teórico-prático para a formação, **além de exercer influência perante os alunos em virtude de sua experiência e produção**.

2.11 Experiência no exercício da tutoria na educação a distância

Todos os professores que lecionam os conteúdos digitais do curso possuem pelo menos 3 anos de experiência no exercício da docência na educação à distância, **sendo que a média de anos de experiência desses docentes é de 8 anos**, propiciando que a mediação pedagógica junto aos discentes seja efetiva e de qualidade. Todos os professores também passaram por Capacitação realizada pelo setor de suporte dos conteúdos digitais da UMC.

Por meio das competências e habilidades os professores dos conteúdos digitais **favorecem ações que permitem identificar as dificuldades dos discentes**. Os alunos recebem orientações desses professores que, por sua vez, realizam a mediação quanto as informações dos conteúdos, comentam sobre metodologia de ensino, prestam os esclarecimentos de eventuais dúvidas e expõem os cronogramas de entregas das atividades avaliativas.

Procurando enriquecer e fortalecer o perfil do egresso **expondo conteúdos em linguagem aderente às características** das turmas do Curso e em sinergia às Diretrizes Curriculares Nacionais, esses professores apresentam exemplos contextualizados com os conteúdos interdisciplinares relativos ao curso. Há preocupação constante quanto ao perfil do egresso, visando atualizar pontos importantes a serem considerados para uma gestão planejada de acompanhamento, tanto do ponto de vista estratégico como operacional. **O desempenho dos alunos, armazenado no Sistema de Gestão Acadêmica**, serve como base para manutenção de um indicador dinâmico em relação à qualidade do processo educacional entre aluno e professor.

Os professores elaboram atividades específicas para a promoção da aprendizagem, para o desenvolvimento das habilidades e atitudes. Apresentam aos discentes seu modelo metodológico, incentivam produções científicas, **orientam e sugerem a leitura complementar**, como **auxílio na elaboração de projetos** e fomento teórico-prático para sua formação.

2.12 Atuação do colegiado de curso ou equivalente

O Colegiado possui representatividade dos segmentos, reúne-se com periodicidade em média de 2 vezes no semestre, sendo reuniões pautadas para planejamento do semestre e encerramento, observando a melhoria contínua dos processos de ensino aprendizagem. As decisões associadas às validações referentes a processos revistos ou a serem incorporados ao curso, observados pelo Colegiado e indicados pelo NDE, são devidamente registrados em atas e dispõe de sistema de suporte ao registro na Pró-Reitora Acadêmica, de acordo com fluxo determinado para o encaminhamento das decisões e acompanhando a execução de seus processos.

O Colegiado **atua e está** institucionalizado conforme Regimento Geral da UMC disponível publicamente no website Institucional da Universidade, no endereço <https://www.umc.br/a-universidade>, tendo como atribuições:

I - analisar e aprovar a proposta do Projeto Pedagógico do Programa e do Curso, ou suas alterações, nos Cursos de Graduação emanadas do Núcleo Docente Estruturante (NDE), de acordo com a legislação vigente e pelas normas oriundas da Pró-Reitoria Acadêmica;

II - propor medidas para o monitoramento, aperfeiçoamento e melhoria do ensino;

III - deliberar, em primeira instância, sobre os projetos de ensino, pesquisa e extensão, além de analisar e propor o plano de atividades acadêmicas à Pró-Reitoria Acadêmica;

IV - analisar propostas apresentadas pelos Coordenadores de Programa ou de Curso;

V - analisar as ementas e os programas das disciplinas e demais atividades acadêmicas do Curso;

VI - promover a avaliação periódica do Programa ou do Curso, na forma definida pela Administração Superior, integrando-se ao NDE nos Cursos de Graduação e à Avaliação Institucional;

VII - desenvolver e aperfeiçoar metodologias próprias para o ensino, a pesquisa e a extensão;

VIII - promover e coordenar eventos, seminários, grupos de estudos e outros programas para o aperfeiçoamento do quadro docente;

IX - Nos Cursos de Graduação, promover e incentivar a participação de alunos e professores nos programas institucionais de monitoria e iniciação científica, além das atividades extensionistas;

X - encaminhar, observada sua subordinação, à Pró-Reitoria Acadêmica ou à Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, por intermédio dos Coordenadores de Programas ou de Cursos, os problemas relativos à atuação didático-pedagógica dos respectivos professores;

XI - exercer as demais funções que lhe forem delegadas.

O Colegiado **possui** representatividade dos segmentos, **reúne-se** com periodicidade em média de 2 vezes no semestre, **sendo** reuniões pautadas para planejamento do semestre e encerramento, observando a melhoria contínua dos processos de ensino aprendizagem. As decisões associadas às validações referentes a processos revistos ou a serem incorporados ao curso, observados pelo Colegiado e indicados pelo NDE, são devidamente registrados em atas e **dispõe** de sistema de suporte ao registro na Pró-Reitora Acadêmica, de acordo com fluxo determinado para o encaminhamento das decisões para o acompanhamento das decisões e execução de seus processos. Para a elaboração do Plano de Ação do Curso, o coordenador conta com a colaboração da CPA, que o subsidia

com os resultados da avaliação realizada, semestralmente, para que as ações e práticas de gestão realizadas, sejam coerentes com as políticas institucionais.

2.13 Titulação e formação do corpo de tutores do curso

O corpo de professores que lecionam os conteúdos digitais do Curso é composto por **docentes com formação em áreas correlatas às unidades curriculares que lecionam e todos possuem titulação acadêmica Stricto Sensu**, sendo 4 docentes com mestrado e 2 com doutorado, conforme figura abaixo.

Professor-tutor	Titulação	Formação	Unidade Curricular
Deolan Barbosa dos Santos	Mestre	Eng. Civil	UCF – conteúdos de exatas, ergonomia, finanças, gestão ambiental e línguas.
Maria José Baraldi	Mestre	Letras	UCF – conteúdos de humanas, organização pessoal, artes, cultura.
Helio Martucci Neto	Doutor	Eng. Mecatrônico	UCF / Vida e Profissão
Gracy Cristina Astolpho Duarte	Mestre	Public. e Prop.	Vida e Profissão – tema variável à cada semestre
Marina Reis de Campos Moura	Doutor	Biomédica	Vida e Profissão – tema variável à cada semestre
Miriam Mitiyo Sugahara Ribeiro	Mestre	Administração de Empresas	Pesquisa, análise e fundamentação do projeto

2.14 Experiência do corpo de tutores em educação a distância

Com foco na formação e inserção dos alunos no mercado de trabalho, bem como na perspectiva de formação continuada, os conteúdos digitais do Curso de Comunicação e Marketing são elaborados por professores com ampla experiência profissional e acadêmica.

Os conteúdos disponibilizados no ambiente virtual são ministrados por professores com uma média de 8 anos de experiência em educação a distância e com participação na capacitação realizada pela equipe de suporte da UMC.

Os professores da Unidade Curricular de Formação Geral (UCF) e do componente Vida & Profissão (V&P) apresentam os conteúdos por meio de textos, videoaulas, artigos, objetos de aprendizagem ou enquetes. A interação ocorre através de postagens em fóruns de discussão, permitindo que os alunos trabalhem com **exemplos contextualizados e atividades voltadas para a promoção da aprendizagem.**

No caso da Unidade Curricular de Pesquisa, Análise e Fundamentação do Projeto, o conteúdo de orientação é disponibilizado pelo professor no ambiente da plataforma digital. Os alunos têm acesso ao calendário das entregas, às referências bibliográficas e aos

conteúdos eventualmente gravados. A interação entre professor e alunos ocorre por meio de chats, que podem ser visíveis a todos ou direcionados de forma privada.

Como recurso exitoso e comprovadamente inovador no ensino dos conteúdos digitais, o curso aloca na Unidade Curricular de Formação Geral (UCF) e no componente curricular Vida & Profissão (V&P), pelo menos **dois docentes com formações distintas, mas correlatas às suas funções**. Esses professores desenvolvem colaborativamente os conteúdos, que passam por uma curadoria periódica, levando em consideração o aprofundamento dos temas, a coerência teórica com as referências bibliográficas e o perfil do egresso, sempre buscando uma linguagem acessível e atualizada.

Caso o aluno encontre dificuldades, o professor pode atendê-lo por meio dos recursos do ambiente virtual, agendando atendimentos remotos em tempo real (videoconferência). Além disso, o professor tutor pode agendar dia e horário para atendimento presencial na instituição.

Todo o conteúdo trabalhado nas unidades e componentes curriculares é validado pela coordenação de curso e pela Pró-Reitoria Acadêmica antes de ser publicado no ambiente digital, onde fica disponível para os alunos.

2.15 Interação entre tutores (presenciais – quando for o caso – e a distância), docentes e coordenadores de curso a distância

Na prática docente, a objetividade pedagógica e a clareza de como ocorre a aprendizagem do aluno são fatores determinantes na obtenção de resultados positivos no processo educacional. Por isso, um dos princípios de formação adotado no processo visa a assimilação da metodologia, onde o professor vivencia o papel de aluno e tem a oportunidade de experimentar essa abordagem. Por essa razão, todos os professores que lecionam nas Unidades Curriculares que utilizam conteúdos digitais são convidados a participarem das atividades de capacitação para o uso da plataforma disponibilizadas pela UMC.

A interação que garante a mediação e articulação entre esses docentes e a coordenação do curso ocorre em todos os conteúdos ofertados de maneira digital.

A metodologia utilizada visa promover um processo de ensino e aprendizado colaborativo, que articula saberes e habilidades que motivam a interação entre os professores, os alunos e o coordenador do curso, a partir de reuniões semestrais registradas em atas, que visam além da autonomia docente, a revisão, atualização, análise e avaliação periódicas para a identificação de situações problemas que necessitem de incrementos e melhorias no processo de interação entre os agentes envolvidos.

Nesse ambiente, o professor é o transmissor do conhecimento, e o aluno, agente interativo e protagonista no processo de aprendizagem. Em suas atividades, o educador se caracteriza por orientar, estimular, relacionar, mediar, caracterizando a função social do docente, estreitando parceria, que resulta em recurso motivacional como eixo fundamental

da prática educacional na base metodológica que é adotada.

2.16 Produção científica, cultural, artística ou tecnológica

Grande parte do corpo docente apresentou, no último triênio, produção científica, cultural, artística e tecnológica, tanto publicada quanto não publicada, além de propriedade intelectual depositada. A produção científica do corpo docente será apresentada durante a visita in loco do curso.

3 DIMENSÃO 3 - INFRAESTRUTURA

3.1 Espaço de trabalho para docentes em tempo integral

As 3 instalações destinadas às atividades dos docentes contratados em regime de tempo integral estão dispostas na Unidade I do Campus da Sede e contam com estações de trabalho e sala de reuniões. Os ambientes atendem plenamente o desenvolvimento das atividades a que se destina o regime de contratação.

Os ambientes destinados aos professores em tempo integral possuem computadores conectados à internet, impressora, ramal telefônico, além do ambiente devidamente estruturado, com mesa para reunião, banheiro, armários individuais com fechadura, projetor multimídia, lousa interativa (este item, consta apenas na sala do Prédio 6, que dentre as 3 salas é a mais ampla, é bem iluminado, ventilado, com fácil acesso ao atendimento tanto docente quanto discente e com condições de salubridade, necessários ao bom desempenho das atividades acadêmicas. Quando necessária a utilização de algum equipamento multimídia é feita solicitação ao setor de audiovisual (mediante agendamento prévio através do Portal Docente).

Dentre essas instalações, a sala 21-25 possui 8 computadores, a sala 21-31 tem 14 computadores e a sala localizada no térreo do prédio 6 disponibiliza 38 computadores para serem utilizados pelos professores.

3.2 Espaço de trabalho para o coordenador

As instalações destinadas às coordenações dos cursos de Graduação estão dispostas no Prédio III, Unidade I do *Campus* da Sede e contam com estações de trabalho. Acopladas a esse espaço estão localizadas a Pró-Reitoria Acadêmica, a Assessoria Pedagógica e Sala dos Professores, viabilizando o acesso entre os membros do corpo docente com a coordenação, as assessorias e a Pró-Reitoria, de forma direta.

Cada coordenador possui estação de trabalho com computador conectado à internet, além do sistema wireless de acesso à internet, ramal telefônico, além do ambiente devidamente estruturado, iluminado, ventilado, com fácil acesso ao atendimento, tanto docente quanto discente, e com condições de salubridade, necessários ao bom desempenho das atividades desenvolvidas.

O espaço individual do Coordenador conta com sala privativa de atendimento, sob demanda, permitindo privacidade no atendimento individual e/ou grupal.

Na entrada do espaço destinado aos Coordenadores e a Sala dos Docentes, está localizado o Núcleo de Apoio, com uma equipe de funcionários com a finalidade de: atender aos Coordenadores; prestar informações e orientações ao corpo docente; verificar a pre-

sença ou ausência do professor; atender e prestar aos alunos, informações e orientações básicas relacionadas as atividades acadêmicas; disponibilizar a impressão de material para preparação de aulas, bem como reprodução das avaliações acadêmicas.

3.3 Sala coletiva de professores

As instalações destinadas aos professores, localizadas no Prédio III, Unidade I do Campus da Sede, apresentam ambiente devidamente iluminado, ventilado e com condições de salubridade, possui infraestrutura adequada, prioriza a facilidade no atendimento, em especial à inclusão social, no que se refere ao acesso de pessoas com necessidades especiais.

A Sala dos Professores, equipada com computadores conectados à Internet, sistema de wireless de acesso à Internet, possui mesas para desenvolvimento de atividades individuais, mesas para reuniões, armários identificados e com fechadura, destinados aos professores, sofás e sanitários exclusivos e com acessibilidade.

3.4 Salas de aula

A Unidade I do Campus da Sede comporta 178 salas de aula distribuídas nos prédios e andares, adequadas ao número de alunos e cursos, devidamente iluminadas, com acústica, ventilação, conservação e comodidade, atendendo às condições de salubridade. Todas as salas estão equipadas com carteiras com braço de apoio para destros e canhotos e carteiras especiais para obesos (quando necessárias), ventiladores e janelas, além do docente ficar alocado em mesa própria, disposta à frente da sala.

Os recursos audiovisuais e multimídia são diversificados e concorrem no sentido de auxiliar as tarefas pedagógicas dos professores e iniciativas culturais da Universidade. A UMC disponibiliza Datashow, CPU, acesso à internet (laboratórios e rede wireless, em área de convivência) e caixas de som.

A limpeza e conservação das salas são feitas diariamente, antes do início do período diurno e antes do início das aulas no período noturno, garantindo assim a higienização, conservação e salubridade.

3.5 Acesso dos alunos a equipamentos de informática

A Universidade de Mogi das Cruzes disponibiliza em sua infraestrutura 23 laboratórios de informática, adequados ao uso e capacidade que atende plenamente à demanda, com capacidade variada que vai de 30 a 100 alunos, todos com acesso à internet. Possui em cada laboratório, Microcomputadores Intel Core I.5 de 8º, 10º e 12º geração com 8GB de memória e Discos SSD, além de softwares: Pacote de softwares da Borland, Pacote de softwares da Microsoft, Pacote de softwares da Autodesk, Pacote de software da Adobe,

Virtual BOX, Eclipse, Visual Studio, NetBeans, Postgres, Ansys, LabView, Sophos antivírus, Ubuntu, Matlab, Edgecam, Biostat, AltoQI, Fanuc e LanSchool, dentre outros softwares; ou similares, além dos freewares e Sharewares.

Os recursos audiovisuais e multimídia são diversificados e concorrem no sentido de auxiliar as tarefas pedagógicas dos professores e iniciativas culturais da Universidade. O acesso aos equipamentos de informática pelo corpo docente é livre a qualquer momento na sala dos professores e nas salas específicas de aulas mediante reserva para não haver conflito na utilização. Existe uma equipe de técnicos, que cuida da infraestrutura das salas de informática e dá o apoio necessário ao corpo docente e aos alunos. A Universidade de Mogi das Cruzes dispõe de Regulamento Geral para uso e administração dos recursos de computação, além de uma Política para a atualização de hardware e software.

Os laboratórios de informática da UMC possuem acesso à Internet com controle de conteúdo visando um acesso focado no aprendizado, restringindo assuntos que não sejam inerentes ao conteúdo acadêmico. O acesso à Internet conta com dois links que utilizam meios de acesso distintos, sendo que o acesso principal conta com conexão via fibra ótica e velocidade de 1GB e o acesso de contingência dispõe de conexão de 500MB/s, evitando assim indisponibilidade de rede para o aluno.

Em todos os laboratórios da UMC está disponível o Lanschool, software que possibilita ao professor compartilhar sua tela com todos os computadores dos alunos. Tal software permite, dentre outros recursos, bloqueio para apenas visualização e compartilhamento da tela de um aluno específico para todos outros computadores.

A Gerência de Tecnologia da Informação, vinculada à Diretoria Administrativa, é considerada como fator estratégico na UMC, atua com funcionários encarregados das áreas de suporte (hardware e software), desenvolvimento de sistemas específicos e comunicação de dados e segurança, para a administração e gerenciamento da Universidade. A UMC conta com várias bases de dados, que integram os sistemas corporativos e de apoio: um é referente aos dados acadêmicos, gerenciado pelo Departamento de TI.

A Universidade disponibiliza aos alunos o acesso livre ao laboratório 12-19, fora do horário de aula (funcionando das 11h30 até as 18h30, de segunda à sexta-feira). Este espaço, equipado com computadores e todos os softwares necessários, permite que os estudantes realizem seus trabalhos, estudem e pratiquem os conteúdos abordados em sala de aula. Trata-se de um recurso exclusivo que visa elevar a qualidade do ensino.

3.6 Bibliografia básica por Unidade Curricular (UC)

O acervo físico é composto por livros, trabalhos acadêmicos (TCCs, monografias, dissertações e teses), gravações de vídeo (VHS e DVD), recursos eletrônicos, periódicos, obras de referência etc. Todos os materiais estão devidamente tombados e informatizados. O acervo virtual (Minha Biblioteca, Biblioteca Virtual Universitária - BVU Pearson e Target

GEDWeb) possui contrato firmado entre o fornecedor e a IES, com garantia de acesso ininterrupto 7 dias na semana, 24 horas por dia.

A bibliografia básica é adequada e abrange as principais áreas temáticas do curso e suas atualizações são efetuadas anualmente, após avaliação do Coordenador, juntamente com o Colegiado de Curso e referendado em relatório assinado pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), considerando a natureza das UC, quantidade de vagas autorizadas e quantidade de exemplares (ou assinaturas de acesso) disponível no acervo da biblioteca da Universidade.

A aquisição e atualização do acervo é realizada a partir de indicações das bibliografias básica e complementar dos docentes de graduação e de pós-graduação, de acordo com o projeto pedagógico de cada curso e considerando os critérios estabelecidos pelos órgãos avaliadores. Além disso, os alunos e professores podem encaminhar sugestões de títulos ou exemplares pelas opções *Sugestão* e *Comentários* disponibilizados na página de consulta ao acervo (sistema Pergamum).

A infraestrutura da Biblioteca garante o acesso ao acervo virtual oferecendo 12 computadores para uso dos alunos e, para os usuários que utilizarem equipamento próprio, disponibiliza rede WI-FI em todos os ambientes. Além disso, a Universidade de Mogi das Cruzes disponibiliza em sua infraestrutura 23 laboratórios de informática, adequados ao uso e capacidade que atende, plenamente, à demanda de 02 alunos por equipamento, com capacidade variada que vai de 30 a 90 alunos por laboratório, com acesso à internet. O acesso aos equipamentos pelo corpo discente se dá durante o período das aulas, previamente agendadas pelos professores. Em horários específicos uma ou mais salas permanecem disponíveis para a utilização dos alunos, com o apoio de técnicos. Para acesso a todos os computadores e à rede WI-FI, os alunos devem possuir cadastro no Laboratório de Informática, com a disponibilização de senhas para utilização. Destaca-se que as plataformas Pergamum, Minha Biblioteca e BVU-Pearson oferecem ferramentas de acessibilidade e soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem.

Tanto no ambiente interno quanto externo à Universidade, a UMC garante o acesso ao acervo virtual da Minha Biblioteca, Biblioteca Virtual Universitária e Target GEDWeb através do Portal Docente, Portal do Aluno e Intranet.

Desde março de 2008, a Universidade de Mogi das Cruzes possui acesso gratuito e completo ao Portal de Periódicos CAPES, que oferece acesso a textos selecionados em 48.038 publicações periódicas internacionais e nacionais, 130 bases referenciais, 41 bases de dados estatísticas, 64 bases de teses e dissertações, 48 obras de referência dentre dicionários especializados, acervos especiais de bibliotecas, compêndios, bancos de dados e ferramentas de análise, 15 bases de conteúdos audiovisuais, 14 bases de arquivos abertos e redes de e-prints, 12 bases de patentes, 2 bases de dados de normas técnicas e mais de 275.000 documentos dentre anais, relatórios, livros, anuários, guias, manuais, dentre outros. Na UMC, o acesso é permitido a todos os professores e alunos

suplementando os conteúdos desenvolvidos pelos professores nas UC. Em 2017, a UMC ingressou na Comunidade Acadêmica Federada – Cafe, o que permitiu que os usuários possam acessar o conteúdo assinado pelo Portal em qualquer local onde estiverem.

A aquisição de livros e multimeios é indireta, sendo operacionalizada pelo Setor de Compras da Instituição. O processo de aquisição de periódicos é direto, tendo sua operacionalização como cotação e fechamento de pedido de fornecimento centralizado pela Biblioteca, além do controle das aquisições e renovações de assinaturas, registro e controle de coleções de fascículos e exemplares.

O gerenciamento do acervo (atualização de exemplares ou assinaturas de cesso, desbastamento, descarte etc.) seguindo-se os critérios estabelecidos na Política de Desenvolvimento da coleção das Bibliotecas da UMC e Atualização do Acervo. Os dados que subsidiam as decisões são fornecidos pelo sistema Pergamum, pelos fornecedores do acervo virtual, pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) e pelo *feedback* recebido dos usuários.

Em 2018, com o objetivo de garantir a preservação do acervo e a disponibilização dos serviços, a Biblioteca elaborou e implantou plano de contingência que estabelece as medidas a serem adotadas em caso de eventualidades que afetem o desenvolvimento de suas atividades normais.

As unidades curriculares, ementas e bibliografias básicas estão disponíveis no **Anexo I**.

3.7 Bibliografia complementar por Unidade Curricular (UC)

A bibliografia complementar é adequada e abrange as principais áreas temáticas do curso e suas atualizações são efetuadas anualmente, após avaliação do Coordenador, juntamente com o Colegiado de Curso e referendado em relatório assinado pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), considerando a natureza das UC, quantidade de vagas autorizadas e quantidade de exemplares (ou assinaturas de acesso) disponível no acervo da biblioteca da universidade.

A aquisição e atualização do acervo é realizada a partir de indicações das bibliografias básica e complementar dos docentes de graduação e de pós-graduação, de acordo com o projeto pedagógico de cada curso e considerando os critérios estabelecidos pelos órgãos avaliadores. Além disso, os alunos e professores podem encaminhar sugestões de títulos ou exemplares pelas opções *Sugestão* e *Comentários* disponibilizados na página de consulta ao acervo (sistema Pergamum).

A infraestrutura da Biblioteca garante o acesso ao acervo virtual oferecendo 12 computadores para uso dos alunos e, para os usuários que utilizarem equipamento próprio, disponibiliza rede WI-FI em todos os ambientes. Além disso, a Universidade de Mogi das Cruzes disponibiliza em sua infraestrutura 23 laboratórios de informática, adequados ao

uso e capacidade que atende, plenamente, à demanda de 02 alunos por equipamento, com capacidade variada que vai de 30 a 90 alunos por laboratório, com acesso à internet. O acesso aos equipamentos pelo corpo discente se dá durante o período das aulas, previamente, agendadas pelos professores. Em horários específicos uma ou mais salas permanecem disponíveis para a utilização dos alunos, com o apoio de técnicos. Para acesso a todos os computadores e à rede WI-FI, os alunos devem possuir cadastro no Laboratório de Informática, com a disponibilização de senhas para utilização. Destaca-se que as plataformas Pergamum, Minha Biblioteca e BVU-Pearson oferecem ferramentas de acessibilidade e soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem.

Tanto no ambiente interno quanto externo à universidade, a UMC garante o acesso ao acervo virtual da Minha Biblioteca, Biblioteca Virtual Universitária e Target GEDWeb através do Portal Docente, Portal do Aluno e Intranet.

Desde março de 2008, a Universidade de Mogi das Cruzes possui acesso gratuito e completo ao Portal de Periódicos CAPES, que oferece acesso a textos selecionados em 48.038 publicações periódicas internacionais e nacionais, 130 bases referenciais, 41 bases de dados estatísticas, 64 bases de teses e dissertações, 48 obras de referência dentre dicionários especializados, acervos especiais de bibliotecas, compêndios, bancos de dados e ferramentas de análise, 15 bases de conteúdos audiovisuais, 14 bases de arquivos abertos e redes de e-prints, 12 bases de patentes, 2 bases de dados de normas técnicas e mais de 275.000 documentos dentre anais, relatórios, livros, anuários, guias, manuais, dentre outros. Na UMC, o acesso é permitido a todos os professores e alunos **suplementando os conteúdos desenvolvidos pelos professores nas UC**. Em 2017, a UMC ingressou na Comunidade Acadêmica Federada – Cafe, o que permitiu que os usuários pudessem acessar o conteúdo assinado pelo Portal em qualquer local onde estiverem.

A **relação de periódicos virtuais e impressos**, de acordo com o Portal CAPES, subdivididos pelas principais áreas do curso, conta no **Anexo V**.

A aquisição de livros e multimeios é indireta, sendo operacionalizada pelo Setor de Compras da Instituição. O processo de aquisição de periódicos é direto, tendo sua operacionalização como cotação e fechamento de pedido de fornecimento centralizado pela Biblioteca, além do controle das aquisições e renovações de assinaturas, registro e controle de coleções de fascículos e exemplares.

O gerenciamento do acervo (atualização de exemplares ou assinaturas de acesso, desbastamento, descarte etc.) seguindo-se os critérios estabelecidos na Política de Desenvolvimento da coleção das Bibliotecas da UMC e Atualização do Acervo e os dados que subsidiam as decisões são fornecidos pelo sistema Pergamum, pelos fornecedores do acervo virtual, pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) e pelo feedback recebido dos usuários.

Em 2018, com o objetivo de garantir a preservação do acervo e a disponibilização dos serviços, a Biblioteca elaborou e implantou **plano de contingência** que estabelece as

medidas a serem adotadas em caso de eventualidades que afetem o desenvolvimento de suas atividades normais.

As unidades curriculares, ementas e bibliografias básicas e complementares estão disponíveis no **Anexo I**.

3.8 Laboratórios didáticos de formação básica

Não se aplica ao curso de Comunicação e Marketing, pois mesmo as aulas que acontecem nos laboratórios de informática são pertinentes à capacitação específica do discente do curso. Conforme exposto no item 3.9 deste PPC.

3.9 Laboratórios didáticos de formação específica

Os laboratórios didáticos de formação específica, são: para uso nas áreas de Informática - localizados no Prédio I e Laboratórios-Estúdios de TV, Rádio e Fotografia – localizados no Prédio VI.

O acesso aos laboratórios se dá por meio de agendamento prévio, bem como acompanhamento por técnico e professor responsável pelas unidades curriculares, sendo que as normas de funcionamento, utilização, segurança e manutenção estão disponibilizadas em regulamento específico.

Os laboratórios funcionam de segunda a sexta-feira, das 8h às 22h e aos sábados das 8h às 13h, sempre contando com técnicos especializados para atender ao corpo discente e docente.

A Universidade de Mogi das Cruzes disponibiliza em sua infraestrutura 23 laboratórios de informática, adequados ao uso e capacidade que atende plenamente à demanda, com capacidade variada que vai de 30 a 90 alunos, todos com acesso à internet. Possui em cada laboratório, Microcomputadores Intel Core I.5 de 8º, 10º e 12º geração com 8GB de memória e Discos SSD, além de *softwares*: Pacote de *softwares* da Microsoft, Pacote de *software* da Adobe, Sophos antivírus e o LanSchool, dentre outros *softwares*; ou similares, além dos *freewares* e *Sharewares*.

Os laboratórios foram instalados considerando a acessibilidade da comunidade acadêmica e comunidade externa, com previsão orçamentária em PDI para atualização e manutenção dos equipamentos, bem como disponibilidade de insumos, necessários à sua operacionalização, respeitando-se as respectivas normas de funcionamento, utilização e segurança, disponibilizadas em regulamento próprio.

Quanto aos serviços: os laboratórios contam com apoio técnico de funcionários especializados, manutenção preventiva de equipamentos preventiva. Abaixo encontra-se descrição dos serviços disponíveis em cada laboratório do curso, para alunos e comunidade:

Laboratórios de Informática – localizados no Prédio I

Os laboratórios atendem as unidades curriculares: Unidade de Formação Geral; Processos e Produtos Gráficos; Linguagem Multimidiática; Web Analytics e Inteligência de Mercado, entre outras. Este ambiente atende plenamente à realização de pesquisas na internet, bem como a análise e desenvolvimento de conteúdos pertinentes às unidades curriculares do curso.

Laboratório-Estúdio de TV – 1, localizado no Prédio VI.

O laboratório atende as unidades curriculares que articulam propostas, projetos e concepção de trabalhos ligados aos meios televisivos e interface destes produtos na web: Linguagem Multimidiática; Projeto Experimental em Comunicação e Marketing; Marketing e Convergência dos Meios; entre outras. Nesse ambiente, que comporta plateia de 30 pessoas, são realizadas gravações e atividades que colocam em prática de atividades pertinentes às unidades curriculares do curso.

Laboratório-Estúdio de Rádio – 2, localizado no Prédio VI.

O laboratório atende as unidades curriculares que lidam com a linguagem sonora e verbal nos trabalhos ligados à mídia radiofônica e interface destes produtos na web, tais como: Linguagem Multimidiática; Marketing e Convergência dos Meios; Projeto Experimental em Comunicação e Marketing; entre outras. Nesse ambiente, que comporta plateia de 30 pessoas, são realizadas gravações que colocam em prática as atividades pertinentes às unidades curriculares do curso, estabelecidos no Projeto Pedagógico.

Laboratório-Estúdio de Fotografia – 3, localizado no Prédio VI.

O laboratório atende as unidades curriculares dedicadas às imagens estáticas e mesmo em movimentos específicos — conceituais, metafóricos, híbridos — ligados à fotografia, articulados em: Linguagem Multimidiática; Convergência dos Meios; Projeto Experimental em Comunicação e Marketing; entre outras. Nesse ambiente, que comporta plateia de 30 pessoas, são realizadas gravações que colocam em prática as atividades pertinentes às unidades curriculares do Curso, estabelecidos no Projeto Pedagógico.

3.10 Laboratórios de ensino para a área de saúde

Não se aplica.

3.11 Laboratórios de habilidades

Não se aplica.

3.12 Unidades hospitalares e complexo assistencial conveniados

Não se aplica.

3.13 Biotérios

Não se aplica.

3.14 Processo de controle de produção ou distribuição de material didático (logística)

Não se aplica.

3.15 Núcleo de práticas jurídicas: atividades básicas e arbitragem, negociação, conciliação, mediação e atividades jurídicas reais

Não se aplica.

3.16 Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UMC, é um colegiado interdisciplinar e independente, foi **aprovado pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) em 19 de abril de 2000**, desde então vem renovando seu registro a cada 3 anos. De acordo com a Res. CNS 466/12, “toda pesquisa envolvendo seres humanos deverá ser submetida à apreciação de um Comitê de Ética em Pesquisa”.

A missão do CEP é salvaguardar os direitos e a dignidade dos sujeitos da pesquisa. Além disso, o **CEP contribui para a qualidade das pesquisas e para a discussão do papel da pesquisa no desenvolvimento institucional e no desenvolvimento social da comunidade.**

Contribui ainda para a valorização do pesquisador que recebe o **reconhecimento de que sua proposta é eticamente adequada.** Finalmente, o CEP exerce papel consultivo e, em especial, papel educativo para assegurar a formação continuada dos pesquisadores da instituição e **promover a discussão dos aspectos éticos das pesquisas em seres humanos na comunidade.**

3.17 Comitê de Ética na Utilização de Animais (CEUA)

Não se aplica.

3.18 Ambientes profissionais vinculados ao curso

Não se aplica.

ANEXO I – Ementas, bibliografias básicas e complementares

UNIDADE CURRICULAR DE FORMAÇÃO GERALCarga Horária: **200 horas.****Ementa**

O projeto de ensino da Unidade Curricular de Formação Geral, UCF, da UMC foi elaborado para contribuir com a formação humanística e holística de seus estudantes. Com isso, a UCF pretende ampliar a visão crítica do discente sobre o mundo social e profissional que o cerca. Nesta Unidade, serão desenvolvidos os seguintes temas: análises sociais da comunidade; Artes e suas Linguagens; Finanças Pessoais e Economia; Meio Ambiente e Sustentabilidade (Lei n.º 9.795/1999 e Decreto n.º 4.281/2002); Inglês e Espanhol instrumentais; Ciências Sociais; LIBRAS (Decreto n.º 5626/2005), sendo obrigatória apenas às licenciaturas. Língua Portuguesa; Empreendedorismo e Inovação; Raciocínio Lógico; Raciocínio Ético e Filosófico; Comunicação Interpessoal; Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista (lei n.º 12.764/2012); Saúde e Qualidade de Vida; Direitos Humanos. Pelas diretrizes curriculares nacionais, Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena; Fundamentos Metodológicos de Pesquisa Científica; Raciocínio Crítico.

Bibliografia Básica

SATO, Michèle; CARVALHO, Isabel. **Educação Ambiental**. Porto Alegre - RS: Grupo A, 2011. 9788536315294. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536315294>. Acesso em: 01 out. 2021.

RAYO, José. T. **Educação em Direitos Humanos**. São Paulo - SP: Grupo A, 2013. 9788536317779. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536317779>. Acesso em: 01 out. 2021.

MATTOS, Regiane Augusto de. **História e cultura afro-brasileira**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011-2015. <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1467>

Bibliografia Complementar

BARSANO, Paulo Roberto. **Ética profissional**. São Paulo: Érica, 2015. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536514147>. Acesso em: 05 set. 2024.

BERNIER, Raphael A.; DAWSON, Geraldine; NIGG, Joel T. **O que a ciência nos diz sobre o transtorno do espectro autista: fazendo as escolhas certas para o seu filho**. Porto Alegre: Grupo A, 2021. E-book. ISBN 9786558820215. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558820215>. Acesso em: 06 set. 2024.

RUSCHEINSKY, Aloísio (org.). **Educação ambiental: abordagens múltiplas**. 2. ed., rev. e ampl. Porto Alegre: Penso, 2012. <http://online.minhabiblioteca.com.br/books/9788563899873>

AZEVEDO, Celicina B. **Metodologia científica ao alcance de todos**. 4a ed.. Barueri: Editora Manole, 2018. E-book. ISBN 9786555762174. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555762174>. Acesso em: 06 set. 2024.

PORTAL DE APOIO AO DISCENTE, em meio eletrônico. Universidade de Mogi das Cruzes-UMC, 2017. Disponível em: <https://ava.umc.br/wordpress>. Acessado em 04/11/2021.

UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA: **TEORIAS E EXPRESSIVIDADES DA COMUNICAÇÃO**

Carga Horária: **120 horas**.

Ementa

Estudo das principais teorias da comunicação com ênfase na relação comunicação, mídia e sociedade. História da comunicação e as questões atuais de diferenciação de classes, política e sociais, essenciais para os estudos e prática da comunicação humana. Reflexão crítica sobre o panorama histórico dos acontecimentos na comunicação no Brasil e no mundo. Os fundamentos da psicologia social e a compreensão dos diferentes meios de comunicação (linguagem e estética) e sua influência no comportamento humano. Arte, estética e mídia, com ênfase nas transformações estéticas sofridas pela arte na era da cultura midiaticizada, bem como na influência da comunicação de massa sobre o gosto coletivo.

Bibliografia Básica

Ferreira, CRQ **Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Grupo A, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595022379/>

MARTINI, Renato. **Sociedade da Informação: para onde vamos**. São Paulo: Trevisan, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595470196/>

McQUAIL, Denis. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público**. Porto Alegre: Penso, 2014. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563899316/pageid/3>

Bibliografia Complementar

COSTA, Rosa Maria Cardoso Dalla. **História social dos meios de comunicação**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>

DA, M.G.F.; MARCILENE, F.; DUARTE, L.D.; DUARTE, L.J.G.; SANTO **Comunicação e psicologia**. Porto Alegre: Grupo A, 2020. 9786581492960. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786581492960>

PORTO, Humberta (org.). **Estética e história da arte**. São Paulo: Pearson, 2016. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/129402/pdf/0>

Rocio, J.J. D. **Crítica da Mídia**. Porto Alegre: Grupo A, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900452/>

Walter, B. **Estética e sociologia da arte**. Belo Horizonte: Grupo Autêntica, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582178614/>

UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA: **PROCESSOS E PRODUTOS GRÁFICOS**Carga Horária: **120 horas**.**Ementa**

Técnicas de Editoração Eletrônica, Design e Ilustração Digital, voltadas para comunicação mercadológica e informativa. Funcionalidades e uso dos aplicativos Adobe Illustrator, Adobe Photoshop e Adobe InDesign. Rotinas de trabalho *desktop publishing* (DTP) e preparação de documentos para impressão e publicação. Criação de peças gráficas; principais meios de produção de materiais impressos, a escolha de cores, papéis, formatos e bases que influenciam na criação e produção de comunicação que informa, entretém e promove a persuasão.

Bibliografia Básica

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Tipografia**. Porto Alegre: Grupo A, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808755/>.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico: Design e Produção de Impressos e Livros**. Porto Alegre: Bookman, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577804177/>

GAVIN, A.; PAUL, H. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701281/>

Bibliografia Complementar

Azevedo, E. **Computação Gráfica - Teoria e Prática: Geração de Imagens**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595152427/>

Equipe, AC Adobe **Indesign CS4**. Porto Alegre: Grupo A, 2009. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805884/>

Equipe, AC Adobe **Illustrator CS3**. Porto Alegre: Grupo A, 2008. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577802258/>

Team, AC Adobe **Acrobat X**. Porto Alegre: Grupo A, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540700963/>

CARDOSO, Leandro da Conceição. **Design digital**. Curitiba: Intersaberes, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/187436/pdf/0>

UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA: **COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**Carga Horária: **120 horas.****Ementa**

Estudo das técnicas de comunicação oral e escrita. O funcionamento da língua, as normas e as técnicas do bem escrever e do falar; a produção verbal, seja ela oral ou escrita. Técnicas e formas de argumentação, criação e produção de textos, estabelecendo um paralelo entre os apelos e modelos de objetividade e subjetividade. Fundamentos da responsabilidade social. Responsabilidade social, ética e sustentabilidade. O conceito de inclusão social, políticas públicas de inclusão. Diversidade, cultura e sociedade. Representações identitárias. A importância da responsabilidade social, da inclusão e da diversidade no cenário mercadológico. Princípios da economia e a evolução do pensamento econômico. Aspectos da geopolítica nacional e internacional contextualizados entre o século XX e a Nova Ordem Mundial: globalização, informação e consumo.

Bibliografia Básica

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **O texto e a construção dos sentidos**. 10ª Ed. São Paulo: Contexto, 2011. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/2187/pdf/0>

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1350>

PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca da; CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011. E-book. Disponível em: <http://online.minhabiblioteca.com.br/books/9788502151437>

Bibliografia Complementar

ALVES, Elizeu Barroso. **Consumo e sociedade**: um olhar para a comunicação e as práticas de consumo. Curitiba: InterSaber, 2019. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168152/pdf/0>

FERNANDES, José Pedro Teixeira. **Geopolítica em tempos de paz e guerra**. Coimbra: Almedina, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789724082288/>

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; MARTINO, Luís Mauro Sá. **Ética, mídia e comunicação**: relações sociais em um mundo conectado. São Paulo: Summus, 2018. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/156035/epub/0>

MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público**. Porto Alegre: Penso, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563899316/>

VASCONCELLOS, M; GARCIA, M. **Fundamentos de economia**. 6 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131747/pageid/4>

UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA: **DIÁLOGOS E DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO**

Carga Horária: **120 horas.**

Ementa

Processo comunicacional, emissores de conteúdos, o conteúdo emitido, a problemática dos meios (enquanto mediadores destes conteúdos), a audiência da mensagem e o efeito desse conteúdo nos sujeitos sociais. Relação indivíduo e sociedade. Definições de moral e ética. Vida social e Direitos Humanos. Comunicação, ética e legislação. A expressão oral no contexto da comunicação. Reflexões sobre expressão oral e personalidade. Eloquência e fundamentos da retórica. Recursos argumentativos. Aspectos da expressão oral em ambiente acadêmico e corporativo. Apresentação de projetos em comunicação: orientações e práticas.

Bibliografia Básica

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; MARTINO, Luís Mauro Sá. **Ética, mídia e comunicação**: relações sociais em um mundo conectado. São Paulo: Summus, 2018. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/156035/epub/0>

MCQUAIL, Denis. **Teorias da comunicação de massa**. Porto Alegre: Grupo A. 2013. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848350/>

PENTEADO, J. R. Whitaker. **A técnica da comunicação humana**. São Paulo: Cengage Learning, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522112708/>

Bibliografia Complementar

BARBEIRO, Herodoto. **Falar para liderar**: ninguém chega lá sem falar com eficiência. São Paulo: Almedina Brasil, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788562937422/>.

FELIZARDO, Aloma Ribeiro (org.). **Ética e direitos humanos**: Uma perspectiva profissional. Curitiba: InterSaberes, 2012. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/14843/pdf/0>

FERREIRA, Luiz Antonio (org.). **Artimanhas do dizer**: retórica, oratória e eloquência. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580392883/>

LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargos; GUIMARÃES, César (Org.). **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/36550/pdf/0>

SALDANHA, Luís Cláudio Dallier. **Fala, oralidade e práticas sociais**. 2. ed. Curitiba, PR: Intersaberes, 2023. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA: LINGUAGEM MULTIMIDIÁTICA

Carga Horária: 120 horas.

Ementa

Estudo das condições de produção, de circulação e de consumo de mensagens na linguagem dos meios de comunicação de massa. Os discursos e conteúdos que condicionam o processo de produção e consumo de informação. Reflexão sobre o papel político e social da mídia. As formas de controle da informação. O papel da mídia nos processos sociais. Compreensão da Mídia e Tecnologia - as várias correntes da semiótica e da semiose, atendo-se aos estudos da semiótica da cultura e da teoria da mídia. Estudo de caso como meios analíticos e reflexivos.

Bibliografia Básica

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JUSKI, Juliane do R.; BISOL, Laísa V.; SILVA, Fernando Lopes da; et al. **Crítica da Mídia**. Porto Alegre: Grupo A, 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900452/>.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cenage, 2019. <https://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126989/pageid/0>

Bibliografia Complementar

MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia**: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563899316/cfi/0!4/4@0.00:19.0>

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

COSTA, Max. **Semiótica e produção de sentidos**: comunicação, cultura e arte. Curitiba: Intersaberes, 2019. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168133/pdf/0>

PÁDUA FILHO, Wilson de Paula. **Multimídia**: conceitos e aplicações. Rio de Janeiro: LTC, 2011. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-1993-2/>

TESSEROLI, Ricardo et al. **Mídia, opinião pública e sociedade**: desafios para uma comunicação em transformação. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>

Unidade Curricular – **Criatividade e Inovação**

Carga Horária – **120 horas**

Ementa

A Direção de Arte como referência cultural, tendências do mercado publicitário e percepção criativa que alimentam a produção publicitária. Estudos e reflexões sobre os processos criativos, a partir de seus modos de produção, suas redes de construção na abordagem de questões modernas contemporâneas que envolvem a intricada relação produtos e processos. Estudo dos processos de construção de storytelling na produção transmidiática. Os diferentes suportes. A criação e a adaptação do conteúdo. Conceito e aplicação prática. Diálogos e abordagens nos processos de criação de produtos e processos entre mídias tradicionais e contemporâneas. Estudo de caso como meios analíticos e reflexivos. Investigação sobre o contexto do empreendedorismo no Brasil e o mercado para startups de conteúdo. Levantamento de ideias e descoberta de oportunidades de negócio. Visão estratégica aplicada à inovação. Criação de conteúdo como modelo de negócio digital. Técnicas de webwriting, SEO e inbound marketing para divulgação de produtos e serviços.

Bibliografia Básica

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em propaganda**. 14 ed. São Paulo: Summus, 2004. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/42262/epub/0>

HOBMEIR, Elaine. **Gestão de Startups**. Curitiba: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/184691>

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí**: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Almedina, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587019024/cfi/0!4/4@0.00:0.00>

Bibliografia Complementar

BARROS, Lillian R. M. **A cor no processo criativo**. 2ª. São Paulo: Senac, 2006.

MATTA, Camila. **Webwriting e inbound marketing**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>

FORECHI, Marcilene. **Concepções teóricas na propaganda**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595027350/pageid/>

LODUCCA, Celso (org.). **Grandes criativos**. Campinas: Papyrus, 2015. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/26634/pdf/0>

Rafael, A. **Comunicação Inteligente Storytelling**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812977/>

UNIDADE CURRICULAR DE ÁREA: **WEB ANALYTICS E INTELIGÊNCIA DE MERCADO**

Carga Horária: **120 horas.**

Ementa

Compreensão dos mecanismos para otimizar motores de busca: google, SEO e SEM; Analytics, métricas e big data, Inteligência competitiva. Estudo e análise de dados de mercado, cruzamento de dados e estatística aplicada na pesquisa de comunicação e de mercado, considerando população, amostras, técnicas de tabulação, leitura e análise de tabelas de frequência e gráficos demonstrativos.

Bibliografia Básica:

ASSAD, Isadora Tonet. **Web Marketing**. Curitiba: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/186816/pdf/0>

HARTCOPP, Patrícia Ferreira. **Métricas web**. Curitiba: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/185191/pdf/0>

RODRIGUES, Airton. **Métricas de marketing**. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2016. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/37361/pdf/0>

Bibliografia Complementar

FARRIS, Paul W.; BENDLE, Neil T. (et.al). **Métricas de Marketing**: guia definitivo de avaliação de desempenho do marketing. Porto Alegre: Bookman, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/>

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: Uma orientação Aplicada. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1989/pdf/0>

MOORE, David S. **A estatística básica e sua prática**. 6ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014. E-book. Disponível em: <http://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/978-85-216-2630-5/epubcfi/6/2>.

RAMESH, S. **Business intelligence e análise de dados para gestão do negócio**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605202/>

TAURION, Cezar. **Big data**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/160676/epub/0>

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **MARKETING E CONVERGÊNCIA DOS MEIOS.**

Carga Horária: **120 horas**

Ementa: Introdução ao marketing, ambiente mercadológico, comunicação integrada de marketing e suas aplicações práticas; As transformações do marketing, contexto histórico do mkt 1.0, 2.0, 3.0 até o 4.0; as estratégias de abordagem do cliente e da difusão das marcas; Marketing de conteúdo e CRM Social; Omnichannel e jornada do cliente; Estudos da convergência midiática e cultura da convergência; a importância do planejamento de ações mercadológicas; a proposta de *crossmedia*.

Bibliografia Básica

CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. **Comunicação de Marketing:** Integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522126231>.

GODIN, Seth. **Isso é Marketing.** Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788550807652>.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168126/pdf/0>.

Bibliografia Básica

ASSAD, Nancy. **Marketing de Conteúdo.** São Paulo: GEN Atlas, 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597007008>.

GABRIEL, Martha; KISO, Rafael. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Atlas, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597025859>.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI.** Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786555202458>

LINDSTROM, Martin. **Brandwashed:** O lado oculto do marketing. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786555200393>.

LIMEIRA, Tânia Maria V. **Comportamento do consumidor brasileiro** - 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788547215118>.

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **GESTÃO DE RELACIONAMENTO E MARKETING ESTRATÉGICO**

Carga Horária: **120 horas.**

Ementa: Comportamento do consumidor - Neuromarketing - Estratégias e Soluções - Modos de produção e consumo de conteúdos nos meios digitais e não digitais. Estrutura, desenvolvimento e gestão do planejamento estratégico de comunicação e marketing. CRM e as estratégias de relacionamento com cliente. Estudos de casos como meios analíticos e reflexivos.

Bibliografia Básica

CAMARGO, Shirlei Miranda. **Introdução ao neuromarketing:** desvendando o cérebro do consumidor. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2022. E-book. Disponível em: E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>.

MADRUGA, Roberto. **Gestão do relacionamento e customer experience:** a revolução na experiência do cliente. São Paulo: Atlas, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597017205/>

ROCHA, Marcos (org.). **Marketing Estratégico.** São Paulo: Saraiva. 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-02-63878-5/>

Bibliografia Complementar

CROCCO, Luciano; GIOIA, Ricardo (orgs.). **Decisões de marketing:** os quatro Ps. São Paulo: Saraiva, 2013. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502207554/>

FERRELL, O.C.; HARTLINE, M.D. **Estratégia de marketing:** teoria e casos. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126637/>

HAWKINS, Del. **Comportamento do Consumidor.** Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595152373/>.

SILVA, F.G.D.; ZAMBON, M.S. **Gestão de Relacionamento com o Cliente.** São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2015. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522119349/>

WOOD. M. B. **Planejamento de Marketing.** São Paulo: Saraiva, 2015. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502629882/>

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **BUSINESS E MARKETING DIGITAL**

Carga Horária: **120 horas.**

Ementa: Marketing digital, gestão de crise nas mídias sociais. Prospecção, negociação e atendimento de clientes. Comportamento do consumidor digital. Influenciadores digitais, e-commerce e marketing digital. Produção de conteúdo e planejamento estratégico para comunicação em ambiente digital; características de público e de mídias digitais.

Bibliografia Básica

FERREIRA JÚNIOR, Achiles Batista. **Marketing digital: uma análise do mercado 3.0.** Curitiba: Intersaberes, 2015. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/30493/pdf/0>

GABRIEL, Martha; KISO, Rafael. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias.** São Paulo: Atlas, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597025859/>

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações.** São Paulo: Saraiva Educação, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571441095/>

Bibliografia Complementar

BUENO, Wilson da Costa. **Estratégias de comunicação nas mídias digitais.** Barueri: Manole, 2015. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520447437/>

CRESCITELLI, E.; SHIMP, T.A. **Comunicação de marketing: Integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação - Baseado na 8ª edição norte-americana.** São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126231/>

MARQUES, Vasco. **Marketing digital 360.** Lisboa: Grupo Almedina, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896943097/>

RAMESH, Sharda. **Business intelligence e análise de dados para gestão do negócio.** Porto Alegre: Bookman, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605202/>

TERRA, Carolina Frazon. **Marcas influenciadoras digitais: como transformar organizações em produtoras de conteúdo digital.** São Caetano do Sul: Difusão, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/187043/epub/0>

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **MAPEAMENTO DE TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES MERCADOLÓGICAS**Carga Horária: **120 horas**

Ementa: Possibilidade de busca e identificação de tendências para entender mudanças que impactam os negócios e seus segmentos de atuação; ferramentas de buscas e de pesquisas. Modelos de negócios disruptivos para competir em mercados maduros. Modelos de negócios que geram impacto social positivo. *Start-ups* e a capacidade de lidar com erros e incertezas. O processo de economia criativa e insights para aplicação no mercado.

Bibliografia Básica

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

FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista. **ITrends: uma análise de tendências e mercados**. Curitiba: Editora InterSaberes, 2014. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/5537>

MARÓSTICA, Eduardo. **Inteligência de mercado**. São Paulo: Cengage Learning, 2020. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522129546/>.

Bibliografia Complementar

YASUDA, Aurora. **Pesquisa de mercado: guia para a prática da pesquisa de mercado**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

FERRELL, O.C.; HARTLINE, M.D. **Estratégia de marketing: teoria e casos**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126637/>

HOBMEIR, Elaine. **Gestão de Startups**. Curitiba: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/184691>

CAMALIONTE, E.; FONTES, A. **Inteligência de mercado. São Paulo**: Saint Paul Publishing (Brazil), 2011. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580040432/>

FERREIRA, Manuel Portugal. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa: exemplos e casos brasileiros**. São Paulo: Saraiva. 2010. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502121966/>

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **BRANDING**Carga Horária: **120 horas**

Ementa: O conceito de marca e a evolução do processo de gestão das marcas. Branding no contexto social e econômico - as principais tendências; Valor da marca: compreendendo o *brand equity*; Fundamentos da marca: identidade e elementos; Estratégia de posicionamento de marca: planejamento, ferramentas e práticas. Marcas ativistas, discursos institucionais e mercadológicos. Gestão de portfólio de marcas: estratégias de arquitetura e extensão.

Bibliografia Básica

BEDENDO, Marcos. **Branding**: como fazer na prática. 2a. edição. São Paulo: Saraiva Uni, 2024. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571442443/>

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/401/pdf>.

MOURA, Leonardo. **Conteúdo de marca**: os fundamentos e a prática do branded content. São Paulo: Summus, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/188600/epub/5>.

Bibliografia Complementar

AAKER, David. **On Branding**: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas. Porto Alegre: Bookman, 2015. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788582603222>

GALLO, Carmine. **Storytelling**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788550816272>.

HILLER, Marcos. **Branding**: a arte de construir marcas. São Paulo: Trevisan, 2012. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/212713/epub/0>.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168126/pdf/0>.

PINTERICH, Igor. **O poder do naming**: como criar nomes de sucesso para sua empresa, marca ou produto. São Paulo: Summus, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/213339/epub/0>.

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **Pesquisa, análise e fundamentação do Projeto**

Carga Horária: **60 horas**

Ementa: Pesquisa, análise, fundamentação e estrutura do trabalho escrito para desenvolvimento do projeto de comunicação e marketing

Bibliografia Básica

APPOLINÁRIO, Fábio. **Dicionário de Metodologia Científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. 2a. ed. Atlas: 2011. E-book. Disponível em <http://online.minhabiblioteca.com.br/books/9788522466153>

MARTINS JUNIOR, Joaquim. **Como escrever trabalhos de conclusão de curso**. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/149506>

SANTOS, Gisele do Rocio Cordeiro Mugnol dos; MOLINA, Nilcemara Leal; DIAS, Vanda Fattori. **Orientações e dicas práticas para trabalhos acadêmicos**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2012. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>

Bibliografia Complementar

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de. **Gestão de projetos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. E-book. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/22259>

CORRADINI, André. **Gestão de negócios em comunicação**. Curitiba: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/184702>

COSTA, Camila Gino Almeida. **Gestão de mídias sociais**. Curitiba: InterSaberes, 2017. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/128240>

PREDEBON, José. **Criatividade**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3790>

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**: avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571441095/>

UNIDADE CURRICULAR PROFISSIONALIZANTE: **Projeto Experimental em Comunicação e Marketing**

Carga Horária: **500 horas**

Ementa: Desenvolvimento de produto do projeto experimental de comunicação e marketing. O planejamento estratégico, a criação do objeto/produto de comunicação, a produção e aplicabilidade mercadológica.

Bibliografia Básica

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade no trabalho e na vida**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2014.
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/42254>

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de. **Gestão de projetos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/22259>

GIACOMETTI, Henrique Brockelt. **Ferramentas do marketing: do tradicional ao digital**. Curitiba: InterSaberes, 2020.
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/184958>

Bibliografia Complementar.

MARTINS, José Carlos Cordeiro. **Soft Skills**. Rio de Janeiro: Brasport Editora, 2017.
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/160059>

MOLETTA, Alex. **Você na tela: criação audiovisual para a internet**. São Paulo: Summus, 2019.
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/177960>

PRIDE, William M. **Fundamentos de marketing**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522124053/>

RIBEIRO, Alexandre. **Narrativas contemporâneas**. Curitiba: Contentus, 2020.

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/183497/pdf/0>

WOOD, Marian B. **Planejamento de Marketing**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2015. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502629882/>

ANEXO II – Relação do Corpo Docente; NDE e COLEGIADO do curso

ANEXO III – Regulamentos do Curso de Comunicação e Marketing (Regulamento do Projeto Final de Curso/Projeto Experimental; Regras de uso dos Laboratórios de Comunicação)

UNIVERSIDADE DE MOGI DAS CRUZES

PROJETO EXPERIMENTAL
COMUNICAÇÃO E MARKETING
REGULAMENTO
Mogi das Cruzes, SP
2024

1. SOBRE O PROJETO

O Projeto Experimental – Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – tem como objetivo a criação de uma campanha de comunicação integrada de marketing para um cliente real. O escopo é desenhado para que o aluno possa tomar decisões, definir estratégias e elaborar soluções eficientes por meio de práticas e conceitos aprendidos durante o curso, exercitando suas capacidades em sintonia com as exigências do mercado de trabalho. A elaboração se dará em duas etapas: a primeira, na Unidade Curricular **Pesquisa, Análise e Fundamentação do Projeto**, que visa desenvolver a elaboração do relatório de pesquisa e o embasamento teórico e científico do trabalho e, na segunda parte, com a Unidade Curricular **Projeto Experimental de Comunicação e Marketing**, o produto comunicacional (a campanha de comunicação integrada).

1.1 – Na primeira parte do Projeto deve-se desenvolver a base teórica e a pesquisa exploratória, na Unidade Curricular Pesquisa, Análise e Fundamentação do Pré-Projeto. Seguindo as seguintes etapas:

- ✓ Definição dos grupos (agências de trabalho);
- ✓ Definição do cliente, que pode ser uma marca ou um produto (requer aprovação do orientador);
- ✓ Justificativa da escolha do cliente;
- ✓ Elaboração do Briefing – orientações para coleta de informações;
- ✓ Construção da base teórica;
- ✓ Entrega do pré-projeto escrito – digital.

1.2 – Na segunda parte do Projeto deve-se desenvolver a campanha proposta (o produto final), na Unidade Projeto Experimental em Comunicação e Marketing.

- ✓ Revisão do pré-projeto;
- ✓ Pesquisa de campo;
- ✓ Diagnóstico;
- ✓ Validação do problema de comunicação a ser resolvido;
- ✓ Elaboração das soluções (Planejamento Estratégico, Proposta Criativa);
- ✓ Entrega do projeto escrito/ Produto Comunicacional - digital
- ✓ Banca final

2. ESTRUTURAS DO PRÉ-PROJETO E PROJETO FINAL

Documento escrito (digital) deve ser entregue em normas ABNT, conforme determinado pelos orientadores do trabalho. Abaixo, são apresentados os itens mínimos exigidos para a estrutura de cada documento. Para cada seção, recomenda-se que sigam as orientações fornecidas disponíveis no site da Universidade, na página da Biblioteca.

2.1 – Pré-Projeto

- Capa
- Folha de rosto
- Dedicatória (opcional)
- Agradecimentos (opcional)
- Epígrafe (opcional)
- Carômetro (identificação dos componentes do grupo e sua função)
- Sumário

1. Introdução
2. Justificativa
3. Objetivos
4. Metodologia e cronograma
5. Fundamentação teórica
6. Briefing resumido

2.2 – PROJETO FINAL (último período do Curso)

Capa

Folha de rosto

Dedicatória (opcional)

Agradecimentos (opcional)

Epígrafe (opcional)

Carômetro (identificação dos componentes do grupo e sua função)

Sumário

1. Briefing resumido e Análise Crítica
2. Pesquisa Mercadológica e Relatório de Análise
3. Análise SWOT
4. Diagnóstico de oportunidades e tendências
5. Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing
6. Proposta para Gestão de Marca (branding)
7. Proposta Criativa (criação)
8. Estratégias de CIM (Comunicação Integrada de Marketing)
9. Proposta para Exposição Midiática (veiculação)
10. Considerações Finais
11. Referências Bibliográficas
12. Apêndices em arquivo digital
13. Anexos

3. GRUPOS (AGÊNCIAS)

Os alunos deverão se organizar em grupos de 4 a 6 integrantes (casos específicos poderão ser aplicados e aprovados pelo orientador), que formarão agências de consultorias experimentais. Dentro dessas agências, cada aluno será responsável por uma ou mais funções existentes em uma agência de consultoria de Comunicação e Marketing, tais como: Relações com Clientes, Inovação, Planejamento, Pesquisa, Mídia, Gestão de Marcas. A visão global do processo será exigida de todos os integrantes, sem distinção de função, exatamente como acontece no mercado de trabalho. Essa exigência, além de proporcionar uma maior participação de todos os elementos do grupo no projeto como um todo, é fundamental para a formação dos futuros profissionais.

3.1 PROJETOS INDIVIDUAIS

Os alunos podem elaborar um projeto individual, se assim decidirem. Para tanto, devem cumprir toda a primeira etapa (Pré-Projeto) e depois optar por uma das áreas específicas a seguir, na segunda etapa (Projeto Final)

o Branding;

o Business e Marketing Digital;

o Gestão de Relacionamento e Planejamento Estratégico.

A escolha de uma das áreas tem como objetivo direcionar seu trabalho de acordo com suas competências e afinidades.

4. ORIENTAÇÃO E DEVOLUTIVAS

Todas as orientações, devolutivas e sugestões dos professores, assim como as decisões dos grupos, ficarão registradas na plataforma Teams – no caso da primeira parte do projeto.

As orientações relacionadas à segunda parte do projeto, deverão ser anotadas em um diário providenciado pelo próprio grupo/aluno.

5. AVALIAÇÃO DO PRÉ-PROJETO (NOTA)

NOTA M1 – a nota da M1 será composta por:

- ✓ Qualidade apresentada a cada entrega;
- ✓ Cumprimento dos prazos propostos em cronograma.

NOTA M2 – a nota M2 será composta por:

- ✓ Projeto escrito - em arquivo digital (60%)

6. AVALIAÇÃO DO PROJETO FINAL (CONCEITO)

- ✓ Envolvimento dos alunos nos atendimentos;
- ✓ Qualidade apresentada a cada entrega;
- ✓ Cumprimento dos prazos propostos em cronograma.
- ✓ Projeto escrito - em arquivo digital
- ✓ Apresentação

7. DISPOSIÇÕES FINAIS

Os professores do curso de Comunicação e Marketing, da Universidade de Mogi das Cruzes, se colocam à disposição dos alunos para quaisquer esclarecimentos, orientações e acompanhamento das atividades envolvendo o Trabalho de Conclusão de Curso – Projeto Experimental. Casos não previstos neste regulamento serão decididos em conselho de professores, com apoio da coordenação geral do curso.

8. REFERÊNCIAS

ORIENTAÇÕES PARA APRESENTAÇÕES DE TRABALHOS ACADÊMICOS. Disponível em <https://docentes.umc.br/docente/arquivo/trabalhos_academicos.pdf> Acesso em out. 2024.

REGRAS PARA UTILIZAÇÃO DO COLABCOM+*

HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Segunda a Sexta

8:00 às 12:00 / 18:00 às 22:00

NÃO ATENDEMOS NA PARTE DA TARDE.

CONTATOS

Coordenadora dos cursos de comunicação: Prof. Gracy Duarte

Telefone Coordenação: (11) 4798-7150

Telefone COLABCOM+: (11) 4798-7291

E-mail: labcomumc@gmail.com (Ac. Camila ou Mauro)

PODEM UTILIZAR OS ESTÚDIOS (RÁDIO, TV E FOTOGRAFIA)

• **ALUNOS DOS CURSOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMUNICAÇÃO E MARKETING, JORNALISMO E DESIGN GRÁFICO**
Para utilização dos ESTÚDIOS e EQUIPAMENTOS é obrigatória a apresentação do formulário devidamente preenchido, assinado e datado pelo professor da disciplina. **(1 FORMULÁRIO PARA CADA AGENDAMENTO OU RESERVA)**

• ALUNOS DE OUTROS CURSOS

Somente autorizado o uso dos ESTÚDIOS e EDIÇÃO. É obrigatória a apresentação do formulário devidamente preenchido, assinado e datado pelo **PROFESSOR DA DISCIPLINA, COORDENAÇÃO DO CURSO** do solicitante e da **COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO**. **(1 FORMULÁRIO PARA CADA AGENDAMENTO OU RESERVA)**

Os estúdios só podem ser usados para trabalhos ACADÊMICOS solicitados por professores da UMC.

É permitido que cada grupo faça somente 1 agendamento por período (manhã e noite).

Não é permitido comer ou beber nos estúdios, exceto água (garrafa).

É permitido se maquiar apenas no camarim do estúdio de TV, no estúdio de fotografia não é permitido se maquiar, sendo necessário utilizar o banheiro em frente ao estúdio.

• TEMPO MÁXIMO DE UTILIZAÇÃO DOS ESTÚDIOS

• ESTÚDIO DE TELEVISÃO

Até 1 hora e meia (GRAVAÇÃO)

• ESTÚDIO DE RÁDIO

Até 1 hora e meia (o tempo de utilização será de acordo com o trabalho a ser desenvolvido)

• ESTÚDIO DE FOTOGRAFIA

Até 1 hora (o tempo de utilização será de acordo com o trabalho a ser desenvolvido)

• EDIÇÃO DE VÍDEO/ÁUDIO

Até 1 hora e meia (o tempo de utilização será de acordo com o trabalho a ser desenvolvido)

O agendamento deve ser realizado com pelo menos 12 horas de antecedência.

Só pode ser realizado 1 agendamento dentro do período de 12 horas.

A troca de horários só pode ser realizada com 3 horas de antecedência ao horário agendado.

O reagendamento só pode ser remarcado para o próximo período. **(1 REAGENDAMENTO POR FOLHA)**

TEMPO DE PERMANÊNCIA COM OS EQUIPAMENTOS (FOTO E VÍDEO)

SOMENTE OS CURSOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMUNICAÇÃO E MARKETING, JORNALISMO E DESIGN GRÁFICO PODEM UTILIZAR OS EQUIPAMENTOS

EQUIPAMENTOS DE VÍDEO (Somente alunos do 5º, 6º, 7º e 8º semestre podem utilizar os equipamentos)

• 5º e 6º semestre - **6 horas**

• 7º e 8º semestre - **12 horas**

EQUIPAMENTO DE FOTOGRAFIA (Alunos dos cursos de Comunicação) - **NÃO ACOMPANHA CARTÃO DE MEMÓRIA**

• **Todos os períodos - 24 horas**

PARA GRAVAÇÃO NOS ESTÚDIOS DE RÁDIO E TV

É **OBRIGATÓRIO** apresentar o roteiro de gravação **IMPRESSO**.

(CASO O ROTEIRO NÃO SEJA APRESENTADO, O AGENDAMENTO SERÁ AUTOMATICAMENTE CANCELADO)

A montagem do cenário no estúdio de TV será realizada no período do horário reservado, não sendo permitido uso de cola quente no painel e fundo infinito do estúdio, permitido apenas uso de fita dupla face.

PARA EDIÇÃO DE VÍDEO E ÁUDIO

Somente **1** aluno na ilha de edição

É **OBRIGATÓRIO** apresentar roteiro de edição **IMPRESSO COM DECUPAGEM (TEMPO E FALA)** e trazer pen drive/cartão de memória/HD externo (**HD com formatação para MAC**) com todas imagens, vídeos e sons que serão utilizados no produto (**áudio ou vídeo**).

NÃO SERÁ PERMITIDO ENVIAR OU BAIXAR ARQUIVOS PELA INTERNET.

O COLABCOM+ **NÃO RECUPERA E NEM CONVERTE ARQUIVOS**. (Arquivos que são aceitos pelos programas de edição do COLABCOM+ **ÁUDIO - WAV, MP3. VÍDEO - MP4, AVI, WMV e MOV**)

ARQUIVOS DOS EQUIPAMENTOS DO COLABCOM+ NÃO PRECISAM SER CONVERTIDOS.

Somente serão aceitos arquivos em **PEN DRIVE/CARTÃO DE MEMÓRIA/HD EXTERNO (HD com formatação para MAC)**

Os arquivos e/ou produto finalizado permanecem nas ilhas por 7 dias, após esse período será deletado devido a rotatividade de mídias.

PUNIÇÕES PARA ATRASO/DANOS NA ENTREGA DE EQUIPAMENTOS/ESPAÇO

25 MINUTOS: aceitável

ACIMA DE 25 MINUTOS: suspensão de uma semana (o aluno ou o grupo não poderá pegar equipamentos no COLABCOM+ por esse período)

1 DIA: suspensão de um mês (o aluno/grupo não poderá pegar equipamentos no COLABCOM+ por esse período)

DANOS LEVES: suspensão de um mês (o aluno/grupo não poderá pegar equipamentos no COLABCOM+ por esse período)

DANOS GRAVES: suspensão de um semestre (o aluno/grupo não poderá pegar equipamentos no COLABCOM+ por esse período)

* SUJEITO A ALTERAÇÕES SEM PRÉVIO AVISO

ANEXO IV - Instruções Normativas Vigentes

INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC-001/2014**Estabelece o Regulamento do Programa de
Monitoria e revoga a Instrução Normativa
PROGRAD 004/2009**

Art. 1º O Regulamento do Programa de Monitoria da Universidade de Mogi das Cruzes – UMC tem por objetivo:

I - promover o desenvolvimento acadêmico do discente, aprimorando sua inserção nas atividades vinculadas ao processo de ensino, pesquisa e extensão, desenvolvidos nos cursos de graduação;

II - ampliar e aprimorar conhecimentos;

III - propiciar melhores condições de integração dos alunos na Instituição e na comunidade em geral; e

IV - despertar no discente o interesse pela docência.

Art. 2º A Monitoria será desenvolvida em disciplinas e/ou grupos de disciplinas dos cursos de graduação da UMC.

Art. 3º Além das atividades relacionadas com a fundamentação epistemológica de um Programa de Monitoria, estas também poderão ser constituídas por plantões de monitores, dependendo da natureza da disciplina e do curso, objetivando o esclarecimento de dúvidas e a orientação aos discentes, a fim de aprimorar o processo de ensino-aprendizagem, mas sempre sob a supervisão de um professor responsável.

Art. 4º A atividade de monitoria terá duração de 2 semestres letivos, podendo ser prorrogada por um período que não ultrapasse a 2 (dois) anos.

Art. 5º A atividade de monitoria será exercida por alunos de graduação regularmente matriculados e não constituirá vínculo empregatício do monitor com a Entidade Mantenedora, de acordo com os objetivos explicitados no artigo 1º desta Instrução Normativa.

Art. 6º São atribuições dos alunos monitores:

I - orientar os alunos nas atividades acadêmicas, sob a supervisão do professor responsável, esclarecendo e auxiliando os estudantes;

II - acompanhar todos os trabalhos da disciplina em que estiver atuando;

III - elaborar relatório mensal de suas atividades, para apreciação do professor responsável;

IV - manter registro em livro de presença, referente aos plantões obrigatórios, conforme horário estipulado pelo professor responsável;

V - colaborar com o professor responsável, visando à integração dos alunos na comunidade universitária; e

VI - acatar as orientações do professor responsável e as constantes desta Instrução Normativa.

Parágrafo único É vedado ao aluno monitor substituir o professor em suas atividades: regência e preparo de aulas, elaboração e correção de provas, digitação de notas, preparo e condução de aulas práticas;

Art. 7º O monitor poderá ser dispensado a qualquer momento, desde que não apresente desempenho satisfatório em suas funções, infrinja preceitos éticos e/ou regimentais da Instituição.

Parágrafo único Neste caso, será substituído pelo candidato subsequente na classificação do concurso em regra. Caberá ao Coordenador do Curso, ouvido o professor responsável e assegurado ao Monitor o recurso da defesa, julgar o pedido de cancelamento da monitoria.

Art. 8º São atribuições do professor responsável

I - definir o programa de atividades da monitoria e submetê-lo à apreciação do Coordenador de Curso;

II - conduzir e supervisionar as atividades dos monitores;

III - estabelecer horários para o oferecimento da monitoria;

IV - supervisionar o comparecimento dos alunos monitores;

V - promover reuniões semanais com os alunos monitores, a fim de orientar suas atividades;

VI - preparar os alunos monitores para o esclarecimento de dúvidas dos discentes;

VII - entregar relatório mensal das atividades da monitoria, juntamente com:

- relatório mensal dos monitores;

- lista de presença dos monitores;

- lista de presença dos discentes que compareceram aos plantões; e

- relatório quantitativo dos atendimentos realizados, quando houver.

Art. 9º São atribuições do Coordenador do Curso:

I - distribuir as bolsas de monitoria definidas pela Administração Superior conforme as necessidades das disciplinas, áreas de estudo e/ou projetos;

II - supervisionar o processo de seleção dos candidatos e a verificação da situação acadêmica dos alunos aspirantes às bolsas;

III - assinar, juntamente com o aluno, o Termo de Compromisso de Monitoria como representante da Instituição, por delegação de competência da Reitoria;

IV - enviar à Controladoria as informações acadêmicas necessárias e os Termos de Compromisso de Monitoria assinados pelos alunos para efeito de pagamento das bolsas;

V - enviar à Pró-Reitoria de Graduação a quantidade de monitores-bolsistas e voluntários selecionados; e

VI - assinar os Certificados de Monitoria quando o desempenho do aluno for considerado satisfatório.

Art. 10 A seleção dos alunos monitores será feita por prova classificatória, em data e horário estabelecido e divulgado em edital próprio.

Art. 11 Poderão candidatar-se à monitoria alunos regularmente matriculados em cursos de Graduação da UMC, previstos em edital da monitoria, de acordo com os requisitos:

I - ter cursado, com aprovação acima da média, a disciplina que pretende ser monitor;

II - não ter nenhuma disciplina em regime de dependência (DP);

III - ser aprovado na entrevista com o professor responsável, de acordo com os critérios próprios do Curso; e

IV - ter disponibilidade mínima de 10 horas semanais para as atividades de monitoria, de acordo com os horários estabelecidos pelo professor responsável.

Art. 12 A prova será elaborada e aplicada pelo professor responsável do Núcleo de disciplinas e, na falta deste, por professores da disciplina.

Art. 13 Aos monitores poderão ser concedidas bolsas-auxílio, com valores e quantidades a serem definidas pela Reitoria. Para o recebimento do benefício o monitor deverá assinar Termo de Compromisso com a Instituição.

Parágrafo único Considerada a especificidade dos cursos e disciplinas, poderão ser selecionados monitores voluntários, para disciplinas, atividades e projetos especiais, sem bolsa-auxílio ou qualquer pagamento, porém com as mesmas obrigações e direitos dos outros monitores.

Art. 14 A concessão de bolsa-auxílio será automaticamente suspensa nos casos previstos pelo artigo 7º desta Instrução Normativa, bem como nos casos de:

I - penalidades disciplinares;

II - não comparecimento às atividades de monitoria por mais de 03 (três) dias sem a devida justificativa;

III - conduta incompatível com a ordem interna, pública ou com os bons costumes;

IV - trancamento de matrícula, abandono ou solicitação de transferência; e

V - solicitação de desligamento das atividades de monitoria.

Parágrafo único Não será permitido o acúmulo de Bolsa-auxílio de Monitoria com outros benefícios oferecidos pela Instituição.

Art. 15 As vagas não contempladas com bolsa-auxílio serão consideradas monitorias voluntárias.

Art. 16 Todas as atividades deverão constar de relatório elaborado pelo Professor Responsável pela disciplina ofertante.

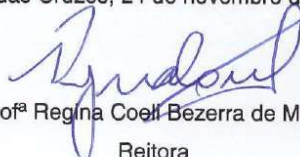
Art. 17 Findo o período da monitoria, desde que cumprido integralmente o programa e lista de competências, o Professor responsável pela disciplina deverá enviar um relatório e o parecer final individual de cada aluno monitor ao Coordenador do Curso.

Parágrafo único O julgamento do desempenho do aluno monitor deverá considerar a assiduidade, o interesse, a pontualidade, a responsabilidade, a capacidade de estudo, a organização, a habilidade, o empenho, a dedicação e a aprendizagem adquirida e/ou demonstrada no transcorrer da monitoria.

Art. 18 Caberá à Pró-reitoria de Graduação, após a homologação do relatório e do parecer final do Coordenador de Curso, expedir o certificado de monitoria.

Art. 19 Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 24 de novembro de 2014



Profª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



Tel.: (011) 4798-7000

Fax.: (011) 4799-5233

<http://www.umd.br>

INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 001/2019

**Altera a instrução Normativa PROGRAD 003/2013
que dispõe sobre o Internato do Curso de
Medicina, da Universidade de Mogi das Cruzes.**

Art. 1º O Internato do Curso de Medicina da Universidade de Mogi das Cruzes corresponde ao **estágio curricular obrigatório** previsto no Projeto Pedagógico do Curso e aprovado pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE) e Conselho Universitário (CONSU) da Universidade de Mogi das Cruzes, em atenção às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso vigentes, à Lei 12.871/13 e à Resolução MS/CNS Nº 569/2017.

Art. 2º O Internato ou Estágio Curricular Obrigatório é um programa de aperfeiçoamento contínuo vinculado ao Curso de Graduação em Medicina e visa adequar a preparação do futuro médico ao processo de promoção, proteção e recuperação da saúde.

Art. 3º O Internato na UMC tem por objetivos:

- a) Capacitar o futuro profissional a resolver os problemas de saúde da população a que vai servir;
- b) Oferecer oportunidades para ampliar, integrar e aplicar os conhecimentos adquiridos nos ciclos anteriores do curso de graduação;
- c) Desenvolver técnicas e habilidades indispensáveis ao exercício de atos médicos básicos;
- d) Aperfeiçoar atitudes adequadas à assistência aos pacientes;
- e) Possibilitar a prática de assistência integrada, pelo estímulo à interação dos diversos profissionais da equipe de saúde;
- f) Permitir experiências em atividades resultantes da interação escola médica/comunidade, pela participação em trabalhos extra-hospitalares, ou de campo;
- g) Estimular o interesse pela promoção, preservação da saúde e pela prevenção das doenças;

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'J' or similar character.



Tel.: (011) 4798-7000

Fax.: (011) 4799-5233

<http://www.umc.br>

- h) Conscientizar o futuro profissional das limitações, responsabilidade e deveres éticos do médico, perante o paciente, a instituição de ensino e a comunidade;
- i) Conscientizar o futuro médico da necessidade de aperfeiçoamento profissional continuado.

Art. 4º São pré-requisitos para acesso ao Internato:

- I) Ser aprovado na totalidade das disciplinas integrantes dos períodos anteriores do curso, incluindo possíveis adaptações e dependências, do 1º ao 8º período;
- II) Ter a Carteira de Vacinação devidamente atualizada;
- III) Estar regularmente matriculado.

Art. 5º Na Universidade de Mogi das Cruzes, o Internato do Curso de Medicina realiza-se em:

- I) 04 (quatro) semestres;
- II) Até 40h (quarenta horas) semanais, conforme faculta a Lei n.º 11.788/08;
- III) Rodízio de turmas nas cinco grandes áreas da Medicina: Clínica Médica e especialidades, Clínica Cirúrgica e especialidades, Ginecologia e Obstetrícia, Pediatria e Saúde Coletiva.

Parágrafo único - Admitir-se-á, durante o Internato, até 20 dias de férias para os alunos, obedecendo escalas ajustadas que atendam as necessidades dos serviços nas unidades concedentes.

Art. 6º O Internato estará intimamente relacionado com a prática médica devendo ser utilizado para esse fim hospitais, ambulatorios, unidades de saúde com os quais a Universidade de Mogi das Cruzes mantenha convênio ou acordo de cooperação para o desenvolvimento da programação estabelecida no Projeto Pedagógico, no Brasil ou exterior.

Art. 7º No Internato, o estudante de Medicina deve realizar, sob supervisão docente, a prática médica capaz de lhe permitir assumir progressivamente a responsabilidade na assistência aos cuidados de saúde.

Art. 8º Com base na Resolução n.º 3, de 20 de Junho de 2014, a Comissão de Internato poderá autorizar no máximo 25% (vinte e cinco por cento) da carga horária total estabelecida para o internato para a realização de treinamento supervisionado fora

A handwritten signature in dark ink, consisting of a stylized, cursive 'Z' or similar character.



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4799-5233
<http://www.umc.br>

da Unidade da Federação a qual pertence a IES, preferencialmente nos serviços do Sistema Único de Saúde, bem como em Instituição conveniada que mantenha programas de Residência Médica credenciados pela Comissão Nacional de Residência Médica e/ou outros programas de qualidade em nível internacional, que mantenham convênio com a Universidade de Mogi das Cruzes.

Parágrafo único – Nos casos de deferimento para a realização dos 25% de treinamento supervisionado em outra IES, o aluno deverá cumprir, obrigatoriamente, o restante da carga-horária do internato na UMC, por meio de seus equipamentos de saúde conveniados.

Art. 9º Na Universidade de Mogi das Cruzes, o Internato é organizado, coordenado e supervisionado pela Comissão de Internato que possui as seguintes atribuições:

- I) Elaborar o programa de Internato a ser aprovado pelo Núcleo Docente Estruturante;
- II) Executar o programa aprovado e supervisionar o seu desenvolvimento;
- III) Orientar os alunos quanto aos aspectos programáticos do Internato;
- IV) Definir critérios de avaliação dos alunos;
- V) Deliberar acerca de questões disciplinares envolvendo os alunos inscritos no regime de internato;
- VI) Apurar eventuais irregularidades no campo de estágio;
- VII) Selecionar unidades do sistema de saúde e outros campos apropriados ao desenvolvimento das atividades do Internato.

§1º A Comissão de Internato é composta pelo Coordenador do Curso de Medicina, que a preside, por 1 (um) professor representante de cada uma das áreas: Clínica Médica, Clínica Cirúrgica, Ginecologia e Obstetrícia, Pediatria e Saúde Coletiva, por 1 (um) aluno integrante de cada turma do Internato em curso e por 1 (um) aluno representante dos demais períodos do Curso.

Art. 10. A execução e administração de Programa de Internato cabe, respectivamente, aos docentes representantes das áreas: Clínica Médica, Clínica Cirúrgica, Ginecologia e Obstetrícia, Pediatria e Saúde Coletiva, aos preceptores por eles indicados e ao Coordenador do Curso de Medicina.

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'J' or similar character, located to the right of the text in Article 10.



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4799-5233
<http://www.umc.br>

§1º Os professores representantes de cada uma das áreas são os responsáveis pelo controle dos registros referentes à frequência, lotação e carga-horária individual de cada interno.

§2º Os planos de ensino das áreas envolvidas na composição do Internato são elaborados de acordo com as especificações didático-pedagógicas determinadas pela Instituição.

Art. 11. Para a conclusão das atividades próprias do Regime de Internato, o aluno deverá, no decorrer de 04 (quatro) últimos semestres do curso, cumprir carga-horária total de 3.440 horas, cujas atividades serão distribuídas em até 90 semanas.

§1º É obrigatória a frequência integral da carga-horária de cada uma das áreas do Internato.

§2º Os alunos que requererem compensação de faltas apoiados na Lei n.º 6.202/75 e Decreto-Lei n.º 1.044/68 devem, após os períodos de afastamento concedidos, cumprir período complementar correspondente ao tempo de afastamento.

§3º A solicitação do afastamento a que se refere o §2º deste artigo deverá ser analisada pela Comissão de Internato e, se devidamente comprovada a necessidade, deverá ser determinada a época para o cumprimento do período complementar correspondente ao afastamento.

§4º Qualquer outro afastamento não enquadrado ao que dispõe o §2º deste artigo acarretará o cancelamento das atividades já realizadas, devendo o estudante recomençar o Internato, preservadas as obrigações contratuais.

§5º Dada a natureza das atividades realizadas em campo de estágio, a não renovação do vínculo acadêmico a cada semestre letivo, a tempo e modo previstos, implica a imediata perda da vaga do curso de graduação em Medicina, oportunidade em que as atividades eventualmente realizadas pelo aluno sem vínculo não serão convalidadas, a teor do que dispõem a Lei Federal n.º 11.788/08.

§6º A não renovação do vínculo acadêmico a cada semestre letivo, a tempo e modo previstos, implica também a não inclusão de seus dados na apólice de seguro de acidentes pessoais coletivos.

Art. 12. Compete a Comissão de Internato estabelecer normas e critérios para a avaliação do estudante considerando os aspectos práticos, teóricos e de conduta no desempenho do aluno.

§1º Será considerado aprovado o aluno que obtiver nota final igual ou superior a 7,0 (sete), no processo de avaliação realizado nas cinco grandes áreas da Medicina trabalhadas durante o Internato.

§2º Será reprovado o aluno cuja nota final seja inferior a 7,0 (sete) em uma ou mais áreas do Internato e deverá cumprir, no semestre seguinte, a totalidade da carga horária prevista para cada uma das áreas em que foi reprovado.

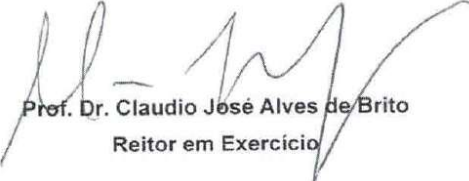
Art. 13. Cabe ao Coordenador do Curso de Medicina fixar calendário para o Internato, estabelecendo a semana que antecede o início do semestre para o planejamento, organização e adequação das atividades a serem desenvolvidas nas diversas unidades de saúde que serão utilizadas para o cumprimento do Projeto Pedagógico do Curso.

Art. 14. Os alunos do internato deverão manter comportamento ético e de respeito com todas as pessoas em quaisquer equipamentos de saúde, postura condizente com o profissional médico, estando sujeito às mesmas penalidades previstas no Regimento Geral e no Estatuto da UMC.

Art. 15. Os casos omissos serão dirimidos pela Comissão de Internato, Coordenação de Curso e Pró-Reitoria Acadêmica, subsidiariamente.

Art. 16. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as anteriores.

Mogi das Cruzes, 24 de junho de 2019



Prof. Dr. Claudio José Alves de Brito
Reitor em Exercício



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

INSTRUÇÃO NORMATIVA – UMC 001/2020

Altera a Instrução Normativa PROPPGE 009/2016 que normatizou o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica na Universidade de Mogi das Cruzes.

Art. 1º Esta Normativa atende os requisitos vigentes determinados pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq e regulamenta os demais específicos da Universidade de Mogi das Cruzes – UMC.

Art. 2º O Programa Institucional de bolsas de Iniciação Científica concederá bolsas de iniciação científica a estudantes de graduação, com as seguintes finalidades:

- I - Despertar e incentivar o estudante de graduação para as atividades de pesquisa, possibilitando sua dedicação integral aos programas acadêmico-científicos da Universidade.
- II - Despertar a vocação científica e incentivar talentos potenciais entre estudantes de graduação, mediante sua participação em projetos de pesquisa, introduzindo o jovem universitário no domínio do método científico.
- III - Proporcionar ao bolsista, orientado por pesquisador qualificado, a aprendizagem de técnicas e métodos científicos, bem como estimular o desenvolvimento do pensar cientificamente e da criatividade decorrentes das condições criadas pelo confronto direto com os problemas da pesquisa.

Art. 3º O Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC deverá contar com uma quota anual de bolsas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e uma quota da Universidade de Mogi das Cruzes, nunca inferior a 50% do número de bolsas concedidas pelo CNPq.

Art. 4º O programa será gerenciado pela Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão.

Art. 5º A duração das bolsas concedidas pela quota da UMC será a mesma definida anualmente pelo CNPq.

Art. 6º O CNPq pagará mensalmente a cada bolsista segundo suas normas.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized 'A' or similar character.



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

Art. 7º O valor da bolsa concedida pela UMC será fixado anualmente pela Administração Superior.

I - A bolsa oferecida pela UMC será concedida sob forma de depósito bancário, em conta específica para esta finalidade.

II - No caso de bolsista UMC, a bolsa será suspensa ou cancelada se o bolsista tiver duas ou mais mensalidades em atraso. A mesma poderá ser transferida para um aluno voluntário que já esteja participando do Programa nos termos do Art. 18 desta instrução normativa.

III - A análise de tais situações ficará a cargo da Coordenação do Programa, ouvido o Comitê Institucional.

Art. 8º A cada ano será lançado um Edital que deverá conter os seguintes itens:

I - Prazo de inscrição;

II - Data de seleção;

III - Período de vigência das bolsas;

IV - Requisitos mínimos sobre o perfil do aluno, do orientador e do projeto;

V - Prazo para pedido de reconsideração.

Art. 9º Os requisitos e compromissos do Bolsista são:

I - Ser estudante regularmente matriculado em curso de graduação, sem débito financeiro com a UMC e apresentar excelente rendimento acadêmico;

II - Apresentar, após 6(seis) meses de vigência do Projeto de Iniciação Científica, relatório parcial das atividades desenvolvidas;

III - Apresentar, ao final da vigência do Projeto de Iniciação Científica (12 meses), relatório final, acompanhado do Resumo expandido, a ser publicado nos anais do Congresso.

IV - Fazer referência à sua condição de bolsista nas publicações e trabalhos apresentados;

A handwritten signature in blue ink is located in the lower right quadrant of the page.



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

V - Estar recebendo apenas esta modalidade de bolsa, sendo vedada a acumulação desta com a de outros programas do CNPq, de outra agência de fomento ou da UMC (com exceção do FIES e do PROUNI);

VI- Não estar sendo beneficiado com bolsa da UMC durante a vigência da bolsa;

VII - Dedicar-se, no mínimo, 12 horas semanais às atividades relacionadas ao seu Projeto de Iniciação Científica.

Art. 10. Os requisitos e compromissos do Orientador são:

I - Possuir experiência compatível com a função de orientador e formador de recursos humanos qualificados;

II - Ser professor dos *Campi* da UMC, vinculado aos cursos de graduação e/ou aos programas de Pós-graduação *Stricto Sensu*;

III - Demonstrar boa produtividade científica, tecnológica ou artística-cultural.

IV- O docente que não possuir título de Doutor deverá ter produtividade científica, tecnológica ou artística-cultural expressiva nos últimos 5 (cinco) anos, no caso de orientador de bolsista da UMC;

V - Ser pesquisador com título de Doutor e que esteja exercendo plena atividade de pesquisa evidenciada por sua recente produção intelectual, no caso de orientador de bolsista do CNPq;

V I- Apresentar projeto de pesquisa que reflita originalidade, relevância e viabilidade técnica, detalhando o Plano de Trabalho do bolsista.

VII - Orientar o bolsista nas distintas fases do trabalho científico, incluindo a elaboração dos relatórios parcial e final e material para apresentação dos resultados no livro de resumos do Congresso de Iniciação Científica;

VIII - Acompanhar as exposições dos relatórios técnicos parciais e anuais feitas por seus bolsistas por ocasião da avaliação e do congresso de iniciação científica.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'N'.



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

Art. 11. Os requisitos dos projetos são:

- I- Ser projeto institucional, de preferência inserido em grupos de pesquisa e de longo alcance;
- II- Ter mérito técnico-científico;
- III- Ter viabilidade técnica e econômica.

Art. 12. As inscrições deverão ser feitas na Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, com a seguinte documentação obrigatória, a ser entregue na Diretoria e enviada para o endereço pibic@umc.br.

- I - Ficha de inscrição do estudante digitada e assinada pelo candidato e pelo orientador, disponível no site <http://www.umc.br/pesquisa/65/iniciacao-cientifica-pibic>, impressa e digital (PDF);
- II - Projeto de pesquisa impresso e digital, em PDF, contendo: capa com o título nome do estudante e colaborador (se for o caso), nome do orientador e coorientador (se houver), introdução, objetivos, metodologia, tabela com o cronograma de execução e referências bibliográficas, como no máximo de 10 (dez) páginas;
- III- Plano de trabalho impresso e digital, em PDF, conforme modelo disponível no site <http://www.umc.br/pesquisa/65/iniciacaocientifica-pibic>;
- IV- No caso de projetos desenvolvidos por equipe de estudantes anexar plano de trabalho individual para cada participante;
- IV - Histórico escolar (disponível no portal do aluno) atualizado impresso e digital. Alunos do 1º período devem anexar o histórico escolar do ensino médio acompanhado do parecer de recomendação emitido pelo orientador impresso e digital, em PDF;
- V- Currículo dos estudantes participantes (principal e colaboradores) no formato Lattes/CNPq, em PDF, atualizado no máximo 6 (seis) meses antes da data de envio;
- IV - Currículo do orientador e coorientador (se houver), no modelo Lattes/CNPq, em PDF, atualizado no máximo 6 (seis) meses antes da data de envio;



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

V- Para a renovação, acrescentar relatório parcial do projeto vigente e justificativa do orientador para a continuidade do projeto;

VI - Projetos que envolvam animais ou seres humanos devem apresentar o parecer de envio ou de aprovação do Comissão de Ética no Uso de Animais - CEUA ou do Comitê de Ética em Pesquisa - CEP, respectivamente. Caso a necessidade seja comprovada pelo assessor, a ausência do documento no ato da inscrição fará que o projeto seja considerado REPROVADO.

Art. 13. A seleção será feita pelo Comitê Institucional, que deverá ser constituído por pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento, indicados pela Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, conjuntamente com o Comitê Externo do CNPq, que terá em sua composição membros ou ex-membros dos Comitês assessores do CNPq.

Art. 14. O resultado da seleção será divulgado publicamente e poderá ser solicitada reconsideração, para os projetos reprovados, dentro dos prazos contidos no Edital. Esses pedidos serão julgados pelo Comitê Institucional.

Parágrafo Único - Não serão aceitos pedidos de reconsideração da classificação do projeto para fins de obtenção de bolsa.

Art. 15. Poderão participar do programa, como voluntários e sem bolsa, os estudantes cujas solicitações foram aprovadas no mérito, pelos Comitês Institucional e Externo, durante o processo de seleção, mas que não alcançaram pontuação suficiente para obtenção da bolsa.

I - Não será permitida a inclusão de projetos no Programa, fora do prazo de inscrição, mesmo para desenvolvimento de forma voluntária (PVIC);

II - Os alunos voluntários participantes do programa terão de submeter-se ao processo de avaliação, cumprindo as etapas dispostas no Art. 15;

III - Os alunos voluntários que cumprirem satisfatoriamente as etapas de avaliação receberão um certificado, como disposto no Art. 18;

IV - Em situações excepcionais, pendente aprovação pelos Comitês de Avaliação, poderão ser apresentados projetos que envolvam uma equipe de até 3 (três) alunos. Nestes casos, apenas um dos alunos poderá receber bolsa, devendo os demais colaboradores participar do Programa como voluntários,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized 'A' or similar character.



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

devendo ainda apresentar plano de trabalho individualizado para cada colaborador.

Art. 16. O acompanhamento e a avaliação do PIBIC serão feitos pela análise de relatórios periódicos, entrevistas e pela apresentação oral e em pôster dos resultados.

I - Na avaliação anual será realizado um Congresso de Iniciação Científica, que contará com uma sessão de abertura e sessões de apresentações orais e em pôsteres, feitas pelos bolsistas;

II - Na ocasião do Congresso de Iniciação Científica, deverá ser distribuído um livro de resumos dos projetos que serão apresentados;

III - Serão realizadas pelo menos 02 (duas) avaliações, sendo uma semestral, feita pelo Comitê Institucional e uma anual, feita pelo Comitê Institucional e pelo Comitê Externo.

IV- Avaliações intermediárias poderão ser solicitadas a critério do Comitê Institucional.

Art. 17. O cancelamento da bolsa poderá ser realizado a qualquer momento, por solicitação do orientador, bolsista ou comitê institucional de acompanhamento.

I - A substituição do bolsista será feita pela Coordenação do Programa, ouvido o Comitê Institucional, que indicará estudantes que já vêm trabalhando no programa, cadastrados como voluntários;

II - Em nenhuma circunstância, um orientador poderá repassar a outro a orientação de seu aluno. Em casos de impedimento eventual do orientador, a bolsa retorna à Coordenação de Iniciação Científica.

Art. 18. A não observância de qualquer uma das normas acima implica na imediata suspensão da participação do aluno no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC ou PVIC). Nestes casos, será estipulado um prazo de 30 (trinta) dias para que o aluno regularize sua situação.

Parágrafo único - Caso não resolva as pendências dentro do prazo estipulado e lhe tenha sido atribuída bolsa (CNPq ou UMC), além da exclusão do Projeto na edição vigente, deverá restituir os valores das mensalidades recebida.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'N'.

Art. 19. Será fornecido certificado ao estudante que participar cujo desempenho, demonstrado nas atividades de acompanhamento do Programa, tenha sido, no mínimo, satisfatório.

I - O desempenho do aluno será avaliado pela entrega dos dois relatórios (parcial e final), do resumo expandido a ser publicado nos Anais do Congresso, assim como, pela apresentação oral e na forma de pôster do trabalho desenvolvido ao longo do ano;

II - Na ausência de qualquer um dos itens acima, aluno e orientador não farão jus ao Certificado de participação no Programa;

III - No caso de envio de resumo expandido para os Anais e que o discente não participe do Congresso (apresentação oral e de pôster), o referido resumo será retirado dos Anais;

IV - Casos omissos, mediante justificativa, serão avaliados pelo Comitê Institucional.

V - Os alunos colaboradores dos projetos de Iniciação Científica também terão direito ao certificado, desde que tenham sido mencionados no projeto quando encaminhado para aprovação;

VI - Os alunos de Iniciação Científica, bolsistas de outros órgãos de fomento, indicados à coordenação do Programa e que participarem do Congresso Científico da UMC, apresentando o projeto oralmente e em pôster terão direito ao certificado, pendente avaliação dos resultados pela Coordenação do Programa.

Art. 20. O número de bolsas a ser concedido a um orientador ficará a critério da Coordenação do Programa e Comitê Institucional.

Art. 21. Toda e qualquer modificação de nome de projeto, inclusão de colaboradores ou mudança na metodologia só poderão ser feitas pelo orientador, devendo o mesmo informar à Coordenação do Programa.

I- Em nenhuma circunstância, um orientador poderá repassar a outro a orientação de seu aluno, seja bolsista ou não, sem consulta prévia e aprovação da Coordenação;



Tel.: (011) 4798-7000
Fax.: (011) 4798-5233
<http://www.umc.br>

II- Em nenhuma circunstância, o aluno poderá escolher outro orientador, seja ele bolsista ou não, sem consulta prévia e aprovação da Coordenação;

III- As coordenações dos cursos de graduação nas quais o aluno e/ou o orientador estiverem vinculados não tem qualquer gestão ou gerência sobre o Programa de Iniciação Científica, cabendo apenas encaminhar à Coordenação do Programa possíveis problemas verificados.

Art. 22. Casos omissos serão decididos pela Coordenação do Programa e Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão da UMC.

Art. 23. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 27 de fevereiro de 2020

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Regina Coeli Bezerra de Melo', is positioned above the printed name of the signatory.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo

Reitora

**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 001/2021**

Estabelece a constituição e funcionamento dos Colegiados dos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes.

Considerando o que determina o Regimento Geral da Universidade de Mogi das Cruzes e observando a legislação vigente,

ESTABELECE:

Art. 1º Os Colegiados dos Cursos Superiores de Tecnologia, Bacharelados e Licenciaturas, da Universidade de Mogi das Cruzes – UMC, são órgãos normativos e deliberativos dos Cursos de Graduação.

Art. 2º São atribuições do Colegiado de Curso:

- a) analisar e deliberar sobre o Projeto Pedagógico do Curso emanado do Núcleo Docente Estruturante (NDE);
- b) discutir e analisar o desempenho do Curso e as questões acadêmico-pedagógicas relacionadas ao Curso;
- c) estimular e apoiar o aperfeiçoamento do pessoal docente;
- d) analisar, sempre que houver necessidade, outras questões acadêmicas de natureza não pedagógica apresentadas por docentes e discentes;
- e) por solicitação do Coordenador, analisar os casos de infração disciplinar cometida pelos corpos discente ou docente;
- f) emitir parecer sobre os projetos de ensino, pesquisa e extensão que lhe forem apresentados;
- g) zelar e fazer zelar pelo cumprimento de suas decisões, do Regimento Geral e do Estatuto da UMC.

Art. 3º O Colegiado de Curso terá a seguinte constituição mínima:

- a) pelo Coordenador de Curso, que o preside;
- b) pelo Coordenador Adjunto, se houver;
- c) por 15% (quinze por cento) do corpo docente do Curso, abrangendo representativamente os ciclos básico e profissionalizante, respeitando um mínimo de 05 (cinco) membros;

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.unc.br





d) por 01 (um) representante do corpo discente.

Art. 4º Os representantes do Colegiado do Curso serão escolhidos de acordo com os seguintes parâmetros:

- a) os representantes docentes serão escolhidos entre seus pares, desde que vinculados ao Curso em atividades de ensino, pesquisa ou extensão;
- b) os representantes docentes terão mandato por tempo indeterminado;
- c) o representante discente será indicado pelo órgão de representação acadêmica do Curso ou, em caso de inexistência, por indicação de seus pares, cujo mandato será de 02 (dois) anos, permitida 01 (uma) recondução;
- d) a perda de vínculo do docente ou do aluno com o Curso acarretará a exclusão automática do referido Colegiado.

Art. 5º O Colegiado de Curso deverá ser constituído, preferencialmente, por docentes com titulação obtida em programas *Stricto Sensu*, contratados em regime de tempo parcial ou integral, que exerçam liderança acadêmica no âmbito do curso, percebida na produção de conhecimentos na área, no desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.

Art. 6º O Colegiado de Curso reunir-se-á, ordinariamente, pelo menos uma vez a cada semestre letivo, e, extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação de seu presidente, ou por solicitação da maioria absoluta de seus membros, com antecedência mínima de 48 horas, salvo casos de extrema urgência.

Art. 7º As decisões do Colegiado de Curso serão tomadas por maioria simples de votos, com base no número de presentes, cabendo ao Presidente o voto de qualidade.

Art. 8º Compete ao Presidente do Colegiado de Curso:

- a) convocar e presidir as reuniões, com direito a voto, inclusive de qualidade;
- b) representar o Colegiado de Curso junto às instâncias superiores da Universidade;
- c) encaminhar as deliberações do Colegiado;
- d) designar relator ou comissão para estudo de matéria a ser decidido pelo Colegiado;
- e) manter em arquivo todas as informações de interesse do Curso, inclusive atas de suas reuniões, a fim de zelar pelo cumprimento das exigências legais.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes - SP



Art. 9º A participação de docentes e discentes no Colegiado é voluntária, não acarretando pagamento de horas-aula aos professores ou qualquer bonificação, bem como não haverá concessão de benefício financeiro ou acadêmico em favor do representante estudantil.

Art. 10. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Regina Coeli Bezerra de Melo', written over a horizontal line.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo

Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 002/2021**

Estabelece a constituição e funcionamento do Núcleo Docente Estruturante – NDE nos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes e revoga a Instrução Normativa UMC 003/2016.

Considerando o que determina o Regimento Geral da Universidade de Mogi das Cruzes e observando a legislação vigente,

ESTABELECE:

Art. 1º O Núcleo Docente Estruturante – NDE dos Cursos Superiores de Tecnologia, Bacharelados e Licenciaturas, da Universidade de Mogi das Cruzes – UMC é o órgão normativo e deliberativo dos Cursos de Graduação.

Art. 2º São atribuições do Núcleo Docente Estruturante:

- a) elaborar, acompanhar o cumprimento e propor alterações no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e/ou na estrutura curricular e disponibilizá-lo ao Colegiado do Curso para apreciação;
- b) avaliar, continuamente, a adequação do perfil profissional do egresso do curso;
- c) fomentar o desenvolvimento das atividades de iniciação científica e extensão, oriundas de necessidades da comunidade acadêmica e do entorno da Universidade;
- d) propor os ajustes no curso, a partir dos resultados obtidos na autoavaliação e nas avaliações externas, sejam do MEC, de Conselhos Profissionais e/ou Associações de Ensino;
- e) apontar dificuldades na atuação do corpo docente do curso, que interfiram no processo de ensino-aprendizagem e/ou na formação do futuro profissional;
- f) propor programas ou outras formas de capacitação docente, promovendo a formação continuada e atualização dos docentes;
- g) observar as determinações do Regimento Geral e Estatuto da UMC;
- h) zelar pela interdisciplinaridade entre as diferentes atividades acadêmicas;
- i) zelar pelo cumprimento das diretrizes curriculares nacionais para o curso de Graduação.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



Art. 3º A constituição do Núcleo Docente Estruturante – NDE atenderá, no mínimo, os critérios:

- a) ser constituído por, no mínimo, 05 (cinco) professores pertencentes ao corpo docente do curso, incluído o Coordenador do Curso que o preside;
- b) apresentar, pelo menos, 60% (sessenta por cento) dos membros com titulação acadêmica obtida em programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu*;
- c) os membros possuírem regime de trabalho de tempo parcial ou integral, sendo, pelo menos, 20% (vinte por cento) em tempo integral, observado, também, os referenciais estabelecidos na Resolução nº 01/2010, da CONAES ou outra legislação que venha a substituí-la.

Art. 4º A renovação do Núcleo Docente Estruturante – NDE deverá assegurar a permanência de, no mínimo, 60% (sessenta por cento) de seus representantes, pelo período de 03 (três) anos, preservando a continuidade do processo de acompanhamento do curso, conforme definido no Parecer CONAES nº. 04/2010.

Art. 5º O Núcleo Docente Estruturante deverá ser constituído por docentes que exerçam liderança acadêmica no âmbito do curso, percebida na produção de conhecimentos na área, no desenvolvimento do ensino, e em outras dimensões entendidas como importantes pela Universidade e que atuem sobre o desenvolvimento do curso.

Art. 6º A indicação dos representantes docentes será feita pelo Colegiado de Curso tomando como base os critérios definidos no Art. 3º e suas alíneas.

Art. 7º O NDE reunir-se-á, ordinariamente, pelo menos uma vez a cada semestre letivo, e, extraordinariamente, sempre que necessário, por convocação de seu presidente, ou por solicitação da maioria absoluta de seus membros, com antecedência mínima de 48 horas, salvo casos de extrema urgência.

Art. 8º As decisões do Núcleo Docente Estruturante serão tomadas por maioria simples de votos, com base no número de presentes, e encaminhadas à análise e deliberação do Colegiado de Curso.

Art. 9º Compete ao Presidente do Núcleo Docente Estruturante:

- a) convocar e presidir as reuniões, com direito a voto, inclusive de qualidade;
- b) representar o NDE junto às instâncias superiores da Universidade;



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



- c) encaminhar as deliberações do NDE;
- d) designar relator ou comissão para estudo de matéria a ser decidido pelo NDE;
- e) o registro, organização e a guarda das atas das reuniões.

Art. 10. Cabe ao Pró-Reitor Acadêmico a nomeação, por meio de portaria específica, dos membros do NDE.

Art. 11. Revoga-se a Instrução Normativa UMC 003/2016.

Art. 12. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.



Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora

Legislação vigente sobre o Núcleo Docente Estruturante:

- Parecer CONAES n° 4, de 17 de junho de 2010, homologado em 27/7/2010.
- Resolução no 1, de 17 de junho de 2010.
- Despacho do Ministro, em 26 de julho de 2010, publicado no DOU n.º 142, de 27/07/2010, Seção 1, pg.14.



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 003/2021**

Estabelece normas para as disciplinas cursadas em regime de dependência e adaptação nos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes e revoga as Instruções Normativas UMC 008/2016 e UMC 006/2018.

Art. 1º As unidades curriculares, disciplinas e demais componentes curriculares em regime de dependência e/ou adaptação poderão ser cursadas sob diferentes formas:

- I. em turma regular no mesmo curso e turno;*
- II. em turma regular do mesmo curso, em outro turno;*
- III. em turma regular de outro curso, em disciplina com programa equivalente;*
- IV. em turma especial, em dias e horários disponibilizados pelas Coordenações de Curso, quando da oferta;*

V. por meio de aulas presenciais, por educação a distância (EAD) ou utilizando-se de outros recursos tecnológicos, de acordo com as normas estabelecidas e divulgadas pela UMC.

§ 1º Nos Bacharelados, Licenciaturas e Cursos Superiores de Tecnologia da Área Ciências Biológicas e da Saúde, incluindo-se aqui o Curso de Psicologia, todas as disciplinas em regime de dependência e/ou adaptação existentes no currículo do aluno deverão ser cursadas antes do período/semestre no qual se iniciam os estágios obrigatórios, quando existentes.

§ 2º Nos Bacharelados e Cursos Superiores de Tecnologia pertencentes as Áreas de Ciências Exatas e Jurídicas, todas as disciplinas em regime de dependência e/ou adaptação existentes no currículo do aluno deverão ser cursadas antes da formalização do estágio obrigatório (emissão do Termo de Compromisso de Estágio), quando existente na grade curricular. Caso realizado estágio não-obrigatório e exista alguma dependência e/ou adaptação pendente, o mesmo não será validado como estágio obrigatório.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.unc.br

Página 1 de 3



§ 3º Os alunos matriculados em cursos semipresenciais e a distância (EAD) deverão cumprir dependências e/ou adaptações, caso existentes, obrigatoriamente na modalidade a distância, salvo as oriundas de componentes curriculares de cunho presencial, como, por exemplo, estágios e práticas pedagógicas.

Art. 2º As disciplinas ofertadas em regime de dependência e/ou adaptação, serão definidas de comum acordo entre professores, Coordenações de Curso, Secretaria Acadêmica e autorizadas pela Pró-Reitoria Acadêmica.

Art. 3º Caberá aos Coordenadores de Curso a proposta e o cadastro das disciplinas a serem oferecidas semestralmente e os docentes responsáveis, independente de serem presenciais, remotas ou por EAD, conforme cronograma determinado pelo Setor de Atendimento Integrado.

Art. 4º Os professores responsáveis pelas disciplinas dos cursos presenciais, em regime de dependência/adaptação, deverão elaborar plano de trabalho e de avaliação dos alunos, incluindo cronograma de atividades, para aprovação da Coordenação de Curso.

§ 1º O plano deverá prever a orientação e a execução de tarefas a serem realizadas, visando à aprendizagem e a recuperação do aproveitamento do aluno de forma gradual.

§ 2º O início das atividades didáticas será autorizado após a entrega do planejamento, pelo professor responsável, ao Coordenador do Curso.

Art. 5º A avaliação dos alunos dependentes ou em adaptação observará as mesmas exigências de aproveitamento previstas no Regimento Geral e normativas específicas da UMC.

Parágrafo único. As avaliações referentes às tarefas executadas ao longo do semestre letivo ou módulo deverão seguir o princípio da avaliação continuada e priorizar o aprendizado.

Art. 6º O valor estipulado para as unidades curriculares, disciplinas e demais componentes do currículo do aluno, cursados em regime de dependência e/ou adaptação, será proposto pelo Departamento Financeiro e aprovado pela Mantenedora.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



Art. 7º As unidades curriculares, disciplinas e demais componentes curriculares ofertados em turmas especiais, tanto presenciais quanto remotas e/ou a distância, dependem de um número mínimo de alunos confirmados para abertura, definido semestralmente pela Reitoria.

Art. 8º Os casos omissos serão analisados pela Pró-Reitoria Acadêmica.

Art. 9º Revogam-se as Instruções Normativas UMC 008/2016 e UMC 006/2018.

Art. 10. Esta Instrução Normativa entra em vigor a partir da data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Regina Coeli Bezerra de Melo', written over a faint circular stamp.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 004/2021**

Regulamenta o Estágio Obrigatório e Não-obrigatório nos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes e revoga as Instruções Normativas UMC 007/2016 e UMC 002/2018.

Art. 1º O Estágio é um ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa a preparação para o mercado de trabalho através do aprendizado de competências e habilidades próprias para o exercício profissional e à contextualização curricular.

Art. 2º O Estágio é compreendido como um processo singular da formação, fazendo parte do Projeto Pedagógico do Curso.

Art. 3º O estágio poderá ser **obrigatório** ou **não-obrigatório**, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação, estabelecidas pelo Ministério da Educação, bem como com os projetos pedagógicos de cada curso e com as exigências de cada área de atuação profissional.

§ 1º **Estágio obrigatório** é uma atividade que integra a matriz curricular de cada curso e possui carga-horária estabelecida nos projetos pedagógicos elaborados de acordo com a legislação vigente. O cumprimento da carga-horária é requisito para a conclusão do curso e obtenção de diploma.

§ 2º **Estágio não-obrigatório** é uma atividade opcional e não constitui pré-requisito para a conclusão do curso, podendo ser realizado a partir do 1º período, desde que, as atividades relacionadas em contrato sejam compatíveis com sua formação e não haja disposição contrária pelo Conselho Profissional. A carga-horária cumprida poderá ser validada como Atividade Complementar, de acordo com as normas da UMC vigentes.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.unc.br

Página 1 de 6



§ 3º O Estágio, tanto na hipótese do § 1º quanto do § 2º deste artigo, não cria vínculo empregatício de qualquer natureza, com a unidade concedente, de acordo com a legislação vigente.

Art. 4º É requisito para realização de Estágio, independente da modalidade, estar com matrícula regular, conforme Inciso I do Art. 3º da Lei Federal 11.788/2008.

§ 1º A não efetivação da matrícula, a tempo e modo previstos, impede, por força de lei, a frequência e a realização de atividades práticas a qualquer campo de estágio, interno ou externo, obrigatório ou não-obrigatório.

§ 2º Não haverá cômputo de carga-horária de estágio realizada de forma irregular, visto que, para respectiva validação, faz-se necessária a matrícula ou rematrícula efetivada.

§ 3º Os estágios eventualmente realizados de maneira irregular isentam a UMC de qualquer responsabilidade relacionada a tais atividades, ante a ausência de vínculo acadêmico. Somente o estágio obrigatório está amparado por seguro, sob responsabilidade da UMC, nos termos da lei.

§ 4º De acordo com o Art. 4º da Lei 11.788/2008, a realização de estágios por alunos estrangeiros regularmente matriculados deverá observar o prazo de visto temporário de estudante, na forma da legislação aplicável.

Art. 5º O aluno que realize Estágio Não-obrigatório na própria Instituição, receberá bolsa-auxílio, conforme previsto em lei, não sendo permitido acúmulo com outros benefícios oferecidos pela UMC.

Art. 6º Caberá à UMC celebrar Termo de Compromisso entre o aluno e a unidade concedente, observando a compatibilidade das atividades de Estágio à proposta pedagógica do curso, à etapa e modalidade da formação do estudante, ao horário e Calendário Acadêmico.

Parágrafo único. O aluno é responsável pela entrega de documentação complementar exigida por determinados campos de estágio, caso solicitado, no prazo estipulado pela Coordenação de Curso, condição indispensável para o início das atividades.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



Art. 7º A UMC pode, a seu critério, recorrer a serviços de agentes de integração públicos e privados.

Art. 8º No caso de Estágio Obrigatório, a UMC se responsabiliza pela contratação de seguro de vida contra acidentes pessoais em favor do estagiário, ficando, por conta da unidade concedente, no Estágio Não-obrigatório, conforme previsto na Lei 11.788/2008.

Art. 9º A validação como Estágio Obrigatório de carga-horária realizada em Estágio Não-obrigatório deverá estar prevista no projeto pedagógico do curso, respeitadas as Diretrizes Curriculares Nacionais e normatizada no Regulamento de Estágio do Curso.

Parágrafo único. A validação da carga-horária só será possível se as atividades realizadas estiverem alinhadas ao curso do aluno, sendo o Coordenador responsável por esta análise e, ao Colegiado do Curso, o julgamento de recurso.

Art. 10. Caberá ao Coordenador de cada curso a indicação do professor orientador e/ou supervisor do Estágio Obrigatório, quando o caso de supervisão direta.

Art. 11. Caberá ao professor orientador e/ou supervisor de Estágio Obrigatório:

I - planejar, orientar, acompanhar e avaliar as atividades propostas a cada semestre contidas no projeto pedagógico do curso;

II - prestar esclarecimentos às dúvidas sobre a realização do estágio;

III - divulgar dias e horários de atendimento de supervisão quando esta não estiver prevista em horário de aula e/ou não for realizada *in loco* no momento do estágio;

IV - receber, conferir e validar os documentos comprobatórios das horas de estágio realizadas, que deverão estar devidamente assinados pela autoridade responsável pelo local em que os estágios foram realizados;

V - encaminhar ao Setor de Atendimento ao Estudante - SAE esses documentos mediante protocolo de entrega;

VI - registrar a aprovação ou não do aluno nos prazos estabelecidos pela Instituição.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br

Página 3 de 6



Art. 12. A unidade concedente do estágio deverá indicar um funcionário de seu quadro de pessoal, com formação e/ou experiência profissional na área de estágio para orientar e supervisionar o estagiário, na forma da Lei 11.788/2008, quando o caso de supervisão indireta.

Parágrafo único. Caberá ao responsável pela supervisão do estágio avaliar e registrar o desempenho do aluno em documento próprio elaborado pela UMC a ser anexado ao relatório de estágio.

Art.13. As atividades do Estágio Obrigatório devem ser desenvolvidas individualmente pelos alunos.

Art. 14. As atividades de Estágio não poderão ultrapassar 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, de acordo com a legislação em vigor, tratando-se de alunos de ensino superior.

§ 1º Conforme faculta a Lei 11.788/2008, o estágio relativo a cursos que alternam teoria e prática, nos períodos em que não estão programadas aulas presenciais, poderá ter jornada de até 40 (quarenta) horas semanais, desde que previsto no projeto pedagógico do curso, como nos cursos da Área de Saúde.

§ 2º A duração do estágio, na mesma unidade concedente, não poderá exceder 2 (dois) anos, exceto quando se tratar de estagiário portador de deficiência (sic), conforme previsto na Lei 11.788/2008.

Art. 15. O aluno deverá elaborar plano de atividade respeitando-se a proposta contida no projeto pedagógico de cada curso.

Art. 16. O plano de atividade deverá ser validado pelo professor responsável pelo estágio.

Art. 17. Os relatórios de estágio deverão conter:

- I - dados pessoais e acadêmicos do aluno;
- II - dados do local em que o estágio foi realizado;
- III - descrição das atividades realizadas;

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br





- IV - autoavaliação de desempenho realizada pelo próprio aluno;
- V - documento contendo apreciação de desempenho a ser preenchido pelo responsável pela orientação e/ou supervisão do estágio no local em que foi desenvolvido.

Art. 18. O modelo de relatório a ser preenchido pelo aluno será apresentado pelo professor orientador e/ou supervisor de estágio, em consonância com o projeto específico de seu curso.

Parágrafo único. A produção do relatório pelo aluno deverá respeitar as normas acadêmicas institucionais.

Art. 19. A avaliação do Estágio Obrigatório será realizada pelo professor orientador e/ou supervisor de estágio com base nos critérios estabelecidos no plano de ensino.

Art. 20. Será considerado “Aprovado” apenas o aluno que:

- I - cumprir 100% da carga-horária designada para o semestre letivo;
- II - participar de todas as atividades propostas pelo professor responsável;
- III - entregar o relatório final de estágio de acordo com padrão previamente estabelecido no projeto pedagógico de cada curso;
- IV – obter conceito “suficiente” emanado pelo orientador/supervisor do estágio.

Art. 21. O Estágio Obrigatório é parte integrante do currículo do curso, quando previsto, portanto, deverá ser cumprido de acordo com prazos e normas estabelecidas no projeto pedagógico de cada curso.

Parágrafo único. *Conforme Normativa da UMC que regulamenta as unidades curriculares ou disciplinas cursadas em regime de Dependência e/ou Adaptação, há regras específicas sobre o cumprimento de todas as dependências e/ou adaptações para posterior realização dos estágios obrigatórios.*

Art. 22. Além de constar no projeto pedagógico, os coordenadores de curso deverão elaborar Regulamento de Estágio Obrigatório, se existente na matriz curricular, normatizando seu cumprimento, aprová-lo no Colegiado de Curso e submetê-lo a aprovação da Pró-Reitoria Acadêmica.





Parágrafo único. O Regulamento do curso deverá atender a legislação vigente e não ferir esta Instrução Normativa.

Art. 23. O Curso que desejar instituir Estágio Obrigatório, mesmo que não previsto em suas Diretrizes Curriculares Nacionais, poderá fazê-lo, desde que aprovado pelo Núcleo Docente Estruturante, Colegiado de Curso e Pró-Reitoria Acadêmica, nesta ordem.

Art. 24. O aluno que pratique qualquer infração disciplinar em unidade concedente de estágio conveniada, estará sujeito às mesmas sanções disciplinares previstas no Regimento Geral da UMC, equiparando-se aos *Campi* da UMC, além de responsabilização legal específica por parte da unidade, a seu critério.

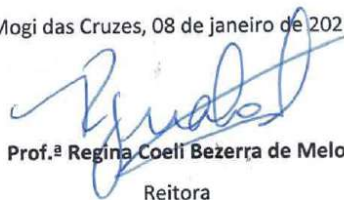
Art. 25. O aluno ao retornar do trancamento de matrícula, caso exista alteração da carga-horária de estágio, deverá adaptar-se à nova grade, sempre priorizando a realização da maior quantidade de horas possível, sendo vedada a compensação de carga-horária entre áreas distintas de estágio.

Art. 26. Os casos omissos serão analisados pela Pró-Reitoria Acadêmica.

Art. 27. Revogam-se as Instruções Normativas UMC 007/2016 e UMC 002/2018.

Art. 28. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.



Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA - UMC 005/2021**

Regulamenta a Avaliação do Desempenho Discente dos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes e revoga as Instruções Normativas UMC 002/2015 e UMC 004/2018.

Art. 1º A avaliação do desempenho discente é entendida como um diagnóstico do desenvolvimento do aluno em relação ao processo ensino-aprendizagem, na perspectiva de seu aprimoramento, tendo por objetivos:

- I - diagnosticar a situação de aprendizagem do aluno para estabelecer objetivos que nortearão o planejamento da prática docente;
- II - verificar os avanços e dificuldades do aluno no processo de apropriação, de construção e de recriação do conhecimento, em função do trabalho desenvolvido;
- III - fornecer aos professores elementos para uma reflexão sobre o trabalho realizado, tendo em vista o redirecionamento do planejamento da disciplina;
- IV - possibilitar ao aluno tomar consciência de seus avanços e dificuldades, visando ao seu envolvimento no processo ensino-aprendizagem;
- V - embasar a tomada de decisão quanto à promoção ou retenção dos alunos.

Art. 2º A avaliação do desempenho discente em cada uma das unidades curriculares, disciplinas, atividades de extensão, estágios, trabalho de conclusão de curso e demais componentes curriculares presentes nas matrizes curriculares, far-se-á por meio de procedimentos que permitam comprovar a frequência em aulas, aproveitamento nos estudos e atividades realizadas pelos alunos, desenvolvidas nas modalidades presencial e a distância (EAD), ou por meio de outras ferramentas tecnológicas de interação.

§ 1º A nota obtida deverá ser, obrigatoriamente, o resultado da aplicação de diferentes instrumentos, priorizando sempre as avaliações individuais.

§ 2º O desempenho do aluno será expresso em notas decorrentes dos processos avaliativos a que foi submetido, em escala numérica de 0 (zero) a 10 (dez), permitidas as frações, com arredondamento matemático, realizado pelo Sistema de Gestão Acadêmica (SGA), a partir da segunda casa decimal e lançada no SGA juntamente com as faltas, nos prazos previstos no Calendário Acadêmico.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br



Art. 3º Todas as avaliações aplicadas devem ser elaboradas de acordo com a metodologia de ensino prevista no Projeto Pedagógico do Curso, individualizada no Plano de Ensino e dentro das especificidades de cada unidade curricular, disciplina ou componente curricular.

Art. 4º Em cada semestre letivo ou módulo, o desempenho do aluno será expresso em notas decorrentes dos processos avaliativos a que foi submetido:

- I- M1 – é proveniente do resultado das avaliações realizadas na parte inicial do semestre ou módulo e terá peso 1 (um);
- II- M2 – proveniente do resultado das avaliações aplicadas após a M1 e terá peso 2 (dois);
- III- MS – a Média Semestral é proveniente da média ponderada entre M1 e M2 e seu cálculo será efetuado pelo SGA, mediante a seguinte fórmula:

$$MS = \frac{M1 + (M2 \times 2)}{3}$$

- IV- Será aplicado arredondamento matemático, realizado pelo Sistema de Gestão Acadêmica (SGA), a partir da segunda casa decimal.

Art. 5º Será considerado **aprovado**, na unidade curricular, disciplina, componente ou módulo, o aluno que obtiver **Média Semestral igual ou superior a 5,0** (cinco) e que tenha, **no mínimo, 75%** (setenta e cinco por cento) de frequência, exceto para o curso de Medicina, que possui regulamentação específica.

Art. 6º Será considerado **reprovado, sem direito a recuperação**, o aluno que obtiver:

- I - **Média Semestral (MS) inferior a 3,0** (três);
- II - **frequência inferior a 75%** (setenta e cinco por cento).

Art. 7º Será submetido à **Prova de Recuperação**, na época definida no Calendário Acadêmico, o aluno que obtiver **Média Semestral inferior a 5,0** (cinco), exceto para o curso de Medicina, e **maior ou igual a 3,0** (três) e que tenha, **no mínimo, 75%** (setenta e cinco por cento) de frequência.

§ 1º Após a Prova de Recuperação, a Média Final será calculada da seguinte forma:



$$MF = \frac{\text{Média Semestral} + \text{Prova de Recuperação}}{2}$$

§ 2º Será aplicado arredondamento matemático, realizado pelo Sistema de Gestão Acadêmica (SGA), a partir da segunda casa decimal.

Art. 8º As atividades complementares, trabalhos de conclusão de curso, estágios e outros componentes curriculares terão suas atividades desenvolvidas e avaliadas de acordo com o disposto no Projeto Pedagógico de cada curso e poderão apresentar regulamentos próprios, desde que atendidas as políticas institucionais específicas.

Parágrafo único. Para as atividades previstas no *caput* é permitida a utilização de conceito final *suficiente*, para aprovação e *insuficiente*, para reprovação, bem como, em outras disciplinas de cunho prático-profissional, de acordo com o plano de ensino da disciplina em questão.

Art. 9º O aluno que usar meios ilícitos nos procedimentos de avaliação do rendimento escolar sofrerá as sanções cabíveis por ato de improbidade, de acordo com o Regimento Geral e Estatuto da UMC.

Art. 10. A verificação, registro e alteração de notas, conceitos e de frequência são de responsabilidade exclusiva do professor, sob acompanhamento do Coordenador de Curso, cabendo seu controle e arquivamento à Secretaria Acadêmica:

- I- é facultado ao aluno o direito de solicitar revisão de notas, conceitos e/ou frequência;
- II- **o prazo para manifestação de divergência** em relação às faltas ou notas/conceitos é de **05 (cinco) dias úteis após a divulgação no Portal do Aluno**, formalizada através de e-mail à Coordenação de Curso ou em formulário próprio;
- III- **apenas para divergências sobre a Média Final caberá manifestação até o início do semestre letivo subsequente**, na data prevista no Calendário Acadêmico, **não se aplicando à frequência**;
- IV- respeitada a autonomia docente, a instância decisória sobre qualquer manifestação é a Coordenação de Curso, que analisará a pertinência, cabendo recurso único, em última instância, à Pró-Reitoria Acadêmica;
- V- **somente aos alunos menores de 18 anos é permitida solicitação de revisão pelo seu representante legal.**



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes - SP



Art. 11. Não há aplicação de prova substitutiva em caso de nota insatisfatória ou insuficiente, apenas de Prova de Segunda Chamada em caso de ausência, regulamentada em Instrução Normativa própria.

Art. 12. Os abonos de falta previstos em lei e o regime especial de estudos são regulamentados em Instrução Normativa própria.

Art. 13. O aluno maior de 18 anos tem direito à privacidade, e, portanto, a não divulgação a terceiros do aproveitamento acadêmico obtido sem seu consentimento, oponível, inclusive, aos pais ou outros que assumam a responsabilidade financeira decorrente do contrato de prestação de serviços educacionais.

Art. 14. Os casos omissos serão analisados pela Pró-Reitoria Acadêmica.

Art. 15. Revogam-se as Instruções Normativas UMC 002/2015 e UMC 004/2018.

Art. 16. Esta Instrução Normativa entra em vigor a partir da data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Regina Coeli Bezerra de Melo', written over a faint circular stamp.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 006/2021**

Regulamenta as Atividades de Extensão nos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes.

Considerando a legislação vigente, em especial o Parecer CNE/CES n.º 608/2018 e a Resolução CNE/CES n.º 07/2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Estratégia 12.7, da Meta 12, da Lei n.º 13.005/2014 e em consonância com Projeto Pedagógico Institucional da Universidade de Mogi das Cruzes, norteador dos Projetos Pedagógicos de seus Cursos de Graduação,

ESTABELECE:**CAPÍTULO I – DEFINIÇÃO**

Art. 1º A extensão é um processo educativo, cultural, político, social, científico e tecnológico, que promove a articulação com a pesquisa e o ensino através da prática acadêmica, conectando a Universidade de Mogi das Cruzes (UMC) à sociedade, por meio da transferência dos conhecimentos gerados e da troca de experiências, que articula teoria e prática, produz novos saberes e possibilita diferentes experiências nos contextos sociais, econômicos e culturais, favorecendo a formação integral e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e cultural da região em que atua.

Art. 2º A extensão tem como diretriz a disseminação de conhecimentos por meio de atividades classificadas nas seguintes modalidades: programas, projetos, eventos, atividades de internacionalização, cursos, prestação de serviços, relações com o mercado de trabalho, visitas técnicas e gerenciais, assistência estudantil e acompanhamento de egressos.

§ 1º As atividades previstas no *caput* devem, sempre que possível, envolver a comunidade externa e estar articuladas com o ensino, a pesquisa e a inovação, contribuindo para o processo de formação do aluno.

§ 2º As atividades previstas no *caput* deverão compor 10% (dez) da carga-horária total dos cursos de graduação, nos termos da Resolução CNE/CES n.º 07/2018, implementadas a tempo e modo previstos na legislação.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br



CAPÍTULO II – DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

Art. 3º A extensão da Universidade de Mogi das Cruzes se alicerça em oito grandes áreas temáticas:

- I - Comunicação, Diversidade e Cultura;
- II - Direitos Humanos, Justiça e Inclusão Social;
- III - Educação;
- IV - Meio Ambiente e Sustentabilidade;
- V - Saúde e Qualidade de Vida;
- VI - Tecnologia, Produção e Trabalho;
- VII - Políticas Públicas;
- VIII - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação.

Parágrafo único. Outras áreas e subáreas poderão ser incorporadas com base nas necessidades apresentadas ou identificadas na comunidade externa.

Art. 4º As atividades de extensão classificam-se em:

I - Programas: conjunto articulado de projetos de ações extensionistas, sempre institucionais e não individuais do curso, preferencialmente de caráter continuado, multidisciplinar, multiprofissional e integrado às atividades de pesquisa ou de ensino. Estão incluídas nessa categoria, por exemplo, o Programa de Iniciação Científica (PIBIC), de Apoio Psicopedagógico (PAPP), Nivelamento, Monitoria e o de Acompanhamento de Egressos;

II - Projetos: conjunto de atividades processuais contínuas, desenvolvidas por prazos determinados e com objetivos específicos, vinculados a um ou mais Cursos de Graduação ou com programas de Pós-Graduação da UMC, classificados de acordo com as definições abaixo:

- a) *projetos tecnológicos de extensão:* atividades de pesquisa ou de ensino que tenham interface com a inovação e desenvolvimento de novas tecnologias, promovendo a melhoria na qualidade da população e no crescimento econômico da região;
- b) *projetos sociais e de saúde:* compreendem atividades transformadoras, desenvolvidas ou aplicadas na interação com comunidades locais e que representem soluções para inclusão social, combate à desigualdade e vulnerabilidade social, geração de oportunidades e melhoria das condições e na qualidade de vida em seu mais amplo espectro;



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



- c) *projetos culturais, artísticos e esportivos*: compreendem a elaboração de atividades nessas áreas, de acordo com as necessidades da comunidade, sempre priorizando-os com relevância social;
- d) *projetos para o desenvolvimento econômico*: compreendem atividades formativas e informativas relacionadas ao empreendedorismo, desenvolvimento econômico, finanças, contabilidade e tributos;
- e) *projetos de assistência jurídica*: compreendem as parcerias com órgãos públicos ou privados, permitindo assistência jurídica à população de baixa renda.

III - Cursos: ação pontual de caráter teórico ou prático, presencial ou a distância, planejada para atender as demandas de um determinado público, visando o desenvolvimento, a atualização profissional e o aperfeiçoamento de conhecimentos e habilidades técnicas. Estão incluídos nessa categoria os cursos de extensão, aperfeiçoamento e capacitação profissional, entre outros;

IV - Eventos: ação pontual, que tem por objetivo promover e divulgar o fazer institucional com a participação de público interno e externo. Estão incluídas nessa categoria campanhas, ciclos de estudos ou palestras, circuitos, oficinas, concertos, espetáculos, recitais, shows, exposições públicas, colóquios, conferências, congressos, encontros, exposições, feiras, festivais, fóruns, jornadas, lançamentos de publicações ou produtos, mesas-redondas, dias de campo, mostras, rodadas, reuniões, semanas escolares/acadêmicas, seminários, simpósios, debates, torneios, workshops, campeonatos, entre outros;

V - Atividades de Internacionalização: toda e qualquer atividade institucional com o objetivo de promover e fortalecer as ações extensionistas e a UMC no âmbito internacional;

VI - Prestação de Serviços: toda espécie de consultoria, assessoria, prestação de serviços para diversos setores da atividade econômica, os atendimentos das clínicas de saúde, contratadas mediante contrapartida ou não, excluídas as relações de emprego e outros serviços regulados por legislação específica;

VII - Visitas Técnicas e Gerenciais: ação que tem por finalidade promover a interação dos setores da instituição com o mundo do trabalho, com o objetivo de divulgar a UMC nas empresas, instituições públicas ou privadas, para verificar potenciais parceiros para o desenvolvimento de ações de ensino, pesquisa e extensão;

VIII - Assistência Estudantil e Acompanhamento de Egressos: conjunto de ações e projetos que visam a assistência e o apoio aos discentes durante seu vínculo com a UMC e, também, após a formatura, acompanhando o itinerário profissional do egresso, na perspectiva de identificar cenários junto ao mercado de trabalho e retroalimentar o processo de ensino, pesquisa e extensão.

Art. 5º A formalização de qualquer atividade de extensão com parceiro externo, em nível de curso ou institucional, será de responsabilidade da Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão (DIPPEGE).

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP





Art. 6º A institucionalização das atividades de extensão poderá ser feita, a qualquer tempo, através de envio da proposta à Coordenação Geral de Extensão, vinculada à DIPPGE, para análise, aprovação, acompanhamento e avaliação.

Art. 7º A carga-horária e a estrutura de programas, projetos, cursos e demais atividades extensionistas dependerão do tipo de ação a ser realizada, conforme avaliação da DIPPGE.

Parágrafo único. Para efeito da curricularização da Extensão, quando prevista nos Projetos Pedagógicos de Curso e, conseqüentemente, nas matrizes curriculares, as atividades deverão ser realizadas dentro do semestre letivo, exceto os programas e projetos institucionais com duração superior.

CAPÍTULO III – DOS CURSOS DE EXTENSÃO

Art. 8º Para fins desta Instrução Normativa, entende-se Curso de Extensão como uma ação pedagógica de caráter teórico e/ou prático, presencial ou a distância, planejada e organizada de modo sistemático, com critérios de avaliação definidos, oferta eventual ou permanente e, assim, classificado:

I - Curso Livre de Extensão: a oferta dar-se-á de forma livre e não regular, por iniciativa da DIPPGE, Coordenação de Curso ou Núcleo de Pesquisa, devendo a carga-horária ter um mínimo de 4 (quatro) e um máximo de 40 (quarenta) horas;

II - Curso de Formação Continuada ou de Qualificação Profissional: formação que visa à aquisição de capacidades indispensáveis para início do exercício de uma atividade profissional, devendo a carga-horária ter um mínimo de 20 (vinte) e um máximo de 160 (cento e sessenta) horas;

III - Curso de Aperfeiçoamento ou de Atualização: objetiva aprimorar, atualizar ou aprofundar habilidades técnicas em uma área específica do conhecimento na Educação Básica ou Superior, devendo a carga-horária ter um mínimo de 80 (oitenta) horas;

IV - Curso de Idiomas: objetiva a iniciação ou o aprofundamento em língua estrangeira, materna ou Libras, devendo a carga-horária ter um mínimo de 40 (quarenta) horas.

§ 1º Os cursos de extensão poderão ser ofertados em parceria com outras instituições públicas ou privadas, desde que devidamente documentada através de assinatura de documento oficial correspondente.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br



§ 2º Após a conclusão do curso, desde que com aproveitamento mínimo, o estudante fará jus a um certificado, obrigatoriamente emitido pela DIPPGE, que cuidará também do registro do referido documento.

§ 3º Os cursos de Extensão poderão ser ministrados nos formatos presencial, semipresencial, a distância e *in company*.

§ 4º Os cursos de extensão, promovidos pela UMC, poderão acarretar pagamento específico, uma vez que não são de participação obrigatória e não fazem parte do currículo obrigatório do curso.

CAPÍTULO IV – DOS EVENTOS DE EXTENSÃO

Art. 9º Os eventos são atividades que podem ser classificadas em: campanhas, ciclos de estudos ou de palestras, circuitos, oficinas, concertos, espetáculos, recitais, shows, colóquios, conferências, congressos, encontros, exposições, feiras, festivais, fóruns, jornadas, lançamentos de publicações ou produtos, mesas-redondas, dias de campo, mostras, rodadas, reuniões, semanas escolares/acadêmicas, seminários, simpósios, debates, torneios, workshops, campeonatos, entre outros.

Art. 10. Os eventos de extensão são promovidos pelas Coordenações de Curso, Centros Acadêmicos, Ligas Acadêmicas ou pela própria UMC e devem passar, obrigatoriamente, por anuência da Coordenação Geral de Extensão, observando-se que:

I - a ação obrigatoriamente deve ser cadastrada na Intranet, pela Coordenação de Curso promotora ou a qual o Centro Acadêmico ou Liga for afeto, com estabelecimento de vagas, prazos e trâmites de inscrição, conforme especificidades do evento;

II - em caso de necessidade de recursos financeiros, cabe ao proponente realizar consulta prévia à Pró-Reitoria Acadêmica;

III - cabe à DIPPGE o registro no sistema eletrônico, além de procedimentos posteriores para emissão de declaração ou certificado.

§ 1º Os eventos não inseridos no Intranet não poderão ter sua carga-horária abatida do total previsto para as atividades de extensão nas matrizes curriculares, quando houver.





§ 2º É vedada às Coordenações de Curso a emissão e assinatura isolada de certificados ou declarações referentes à eventos de extensão promovidos.

§ 3º Os eventos promovidos por Centros Acadêmicos e Ligas Acadêmicas não previamente autorizados e cadastrados na Intranet, não serão cancelados pela UMC, não sendo reconhecidos como atividade de extensão da UMC e nem válidos para cômputo da carga-horária prevista nas matrizes curriculares para estas atividades.

§ 4º Os eventos ou quaisquer atividades de extensão promovidas por Centros Acadêmicos e Ligas Acadêmicas, não obriga em apoio logístico, financeiro ou de divulgação da UMC, limitando-se à cessão de espaço físico, quando possível e solicitado, antecipadamente, à Diretoria Administrativa, por meio das Coordenações de Curso e da Pró-Reitoria Acadêmica.

§ 5º Os eventos de extensão promovidos pela UMC, de forma institucional ou por meio de suas Coordenações de Curso, são gratuitos, exceto as visitas técnicas de participação não-obrigatória, de cunho extracurricular e complementar, onde os custos deverão ser de responsabilidade dos alunos que aderirem.

§ 6º Os eventos de extensão promovidos por agremiações estudantis, como Centros ou Diretórios Acadêmicos, Ligas e Associações Atléticas poderão ser onerosos, a critério da entidade promotora, sem nenhuma participação, envolvimento ou repasse financeiro à UMC, uma vez que são uma das fontes de recursos desses órgãos de representação estudantil.

CAPÍTULO V – DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS A TERCEIROS

Art. 11. Nos casos em que a UMC venha a firmar parcerias ou convênios com instituições terceiras, com a finalidade de prestar serviços, a execução de seus objetos, caracterizada enquanto ação de extensão, incluindo aqui as de pesquisa e de iniciação científica, poderá se dar em caráter oneroso ou não e, sempre que possível, a Fundação de Amparo ao Ensino e Pesquisa (FAEP), conveniada à UMC, deverá atuar como interveniente financeira e documental.

Art. 12. A execução dos objetos das parcerias ou convênios, quando caracterizada ação de extensão e que envolvam os docentes em sua execução, deverá ser expressamente autorizada pela Pró-Reitoria Acadêmica e





Reitoria, com gestão pela Gerência de Recursos Humanos e, de preferência, deve envolver estudantes da UMC para seu processo de formação, concretizando a integração entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

Parágrafo único. São vedados quaisquer desenvolvimento e/ou execução de projetos ou ações não autorizados e formalizados, bem como, a consequente participação de docentes, alunos e funcionários técnico-administrativos, salvo com anuência expressa da Reitoria.

CAPÍTULO VI – DA PARTICIPAÇÃO DOS ESTUDANTES, DOCENTES E PESSOAL TÉCNICO-ADMINISTRATIVO NAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

Art. 13. A participação de estudante nas atividades de extensão será de acordo com a necessidade de cada ação e não cause prejuízo às atividades acadêmicas, desde que:

- I- esteja regularmente matriculado na UMC;
- II- esteja efetivamente inscrito, no caso de cursos e eventos de extensão;
- III- tenha sido aprovado/selecionado, no caso de programa, projeto ou prestação de serviços.

§ 1º As atividades de extensão previstas nas matrizes curriculares dos cursos na modalidade EAD deverão, obrigatoriamente, ser desenvolvidas presencialmente, nos termos da Resolução CNE/CES n.º 07/2018.

§ 2º A participação em atividades de extensão, de qualquer natureza, não acarretará benefício financeiro ao aluno, exceto quando da obtenção de bolsa concedida pelos programas institucionais.

Art. 14. A participação de docentes nas atividades de extensão será de acordo com a necessidade de cada ação e não cause prejuízo às atividades acadêmicas, desde que:

- I- seja integrante do quadro docente permanente da UMC, nos termos do Estatuto;
- II- tenha sua participação autorizada pela Coordenação de Curso e Pró-Reitoria Acadêmica;
- III- tenha sua proposta de curso de extensão aprovada pela DIPPGE;
- IV- tenha sua participação em programas, projetos e prestação de serviços aprovada nos termos desta Instrução.

§ 1º A participação em atividades de extensão, de qualquer natureza, sem autorização prévia, além de vedada, não acarretará remuneração adicional.

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br





§ 2º A coordenação e os cursos de extensão ministrados pelo docente, desde que aprovados, terão sua remuneração previamente acordada com a DIPPGE de acordo com a política de remuneração vigente.

§ 3º O convite de docentes e/ou palestrantes, externos ou internos, por parte dos Centros Acadêmicos e/ou Ligas Acadêmicas, não caracteriza nenhuma obrigação financeira ou logística da UMC, sendo a responsabilidade da entidade promotora.

Art. 15. É permitida aos colaboradores técnico-administrativos a prestação de serviços, a docência em cursos de extensão e a promoção de atividades de extensão, desde que com autorização expressa da Reitoria, por meio da Pró-Reitoria Acadêmica e Gerência de Recursos Humanos.

§ 1º A participação de pessoal técnico-administrativos levará em conta a adequação de seu cargo ou função e a compatibilidade da formação escolar ou experiência profissional com a natureza da atividade, respeitando a legislação vigente.

§ 2º A coordenação e os cursos de extensão ministrados por colaboradores técnico-administrativos, desde que aprovados, terão sua remuneração previamente acordada com a DIPPGE de acordo com a política de remuneração vigente.

CAPÍTULO VII – DOS RECURSOS FINANCEIROS

Art. 16. Os recursos de natureza financeira, empregados nas atividades extensionistas, poderão advir das seguintes fontes:

- I - recursos próprios, de acordo com o previsto na proposta orçamentária anual da mantenedora;
- II - recursos interinstitucionais, quando objeto de classificação ou seleção em editais e demais programas das agências e órgãos de fomento ou mediante ação direta de fomento de pessoa física ou jurídica, pública ou privada, observada a legislação pertinente;
- III - fundo de pesquisa, em caso de receita proveniente da prestação de serviços, desde que regulamentada e formalizada, observada a legislação pertinente;



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



- IV - doações de entidades públicas e privadas, pessoa física ou jurídica, observada a legislação pertinente;
- V - taxas de inscrição, para os cursos de extensão promovidos pela UMC;
- VI - taxas de inscrição, para os eventos de extensão promovidos pelos órgãos de representação estudantil, nos termos § 6º, do Art. 10;
- VII - taxas de adesão, para as visitas técnicas descritas no § 5º, do Art. 10.

CAPÍTULO VII – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 17. Cada curso, ou grupo de cursos da mesma área, deverá possuir um professor responsável pelas atividades extensionistas, como prevê a Resolução CNE/CES n.º 07/2018, de modo a promover, orientar, registrar e acompanhar seu efetivo cumprimento, como previsto no Projeto Pedagógico do Curso.

Parágrafo único. Cabe à Pró-Reitoria Acadêmica, a aprovação do professor responsável mediante indicação das Coordenações de Curso.

Art. 18. Compete a Coordenação Geral de Extensão da UMC, subordinada à DIPPGE, a gestão institucional da Extensão na UMC.

Art. 19. Os programas e projetos de pesquisa assentados sobre o tripé ensino, pesquisa e extensão, como o de Iniciação Científica, serão geridos pela Coordenação de Pesquisa da UMC, subordinado à DIPPGE.

Art. 20. Em caso de necessidade de assinatura de convênios, contratos, parcerias ou acordos de cooperação técnica para a efetivação de ação, atividade, projeto ou programa, após a aprovação nas instâncias devidas e no Departamento Jurídico, o documento será assinado pelo representante legal da Mantenedora, em seguida, enviado para a DIPPGE para devido conhecimento e registro.

Art. 21. Compete à Comissão Própria de Avaliação – CPA, regulamentar, implementar e promover a autoavaliação das atividades de extensão.



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.unc.br

Página 9 de 10



Art. 22. Os casos omissos serão apreciados pela Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, observados o Estatuto, o Regimento Geral e o Plano Pedagógico Institucional, além das normatizações pertinentes.

Art. 23. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Regina Coeli Bezerra de Melo', written over a faint circular stamp.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 007/2021**

Estabelece as normas e procedimentos acadêmicos relativos à Prova de Segunda Chamada nos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância, na Universidade de Mogi das Cruzes e revoga a Instrução Normativa UMC 001/2015.

Art. 1º A Prova de Segunda Chamada é uma oportunidade oferecida ao aluno que, excepcionalmente, tenha perdido alguma prova ou avaliação oficial, **exceto daquelas indicadas no artigo 6º desta Instrução Normativa.**

Art. 2º O procedimento para requisição da prova de segunda chamada deverá observar o seguinte:

- I- o aluno deverá preencher e assinar o formulário disponível no Portal do Aluno, protocolizando-o na Secretaria Acadêmica, juntamente com os documentos comprobatórios de seu impedimento, **no prazo de 3 (três) dias úteis** a contar da data da avaliação perdida;
- II- não havendo justificativa ou se aquela apresentada pelo aluno não tiver amparo nesta Instrução Normativa, será cobrada uma taxa para sua realização, divulgada no Portal do Aluno, sendo o boleto entregue ao estudante no momento do protocolo do pedido da segunda chamada;
- III- após o deferimento do pedido ou a comprovação de quitação do pagamento da taxa, o Atendimento Integrado comunicará o Coordenador do Curso para que este, em conjunto com o professor, agende a aplicação da prova.

Art. 3º Constituem justo motivo para fins de isenção de taxa:

- I- óbito de parentes em linha reta (pais, avós, netos e filhos), colaterais até o 2º grau (irmãos e tios), cônjuge ou companheiro, comprovado pela apresentação do atestado de óbito;
- II- doença de natureza infectocontagiosa, traumatismos, distúrbios agudos e outras condições de saúde que impeçam o comparecimento no dia da avaliação, comprovado

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP





por apresentação de atestado fornecido por profissional compatível com a especialidade médica e com a presença do CID;

III- participação, coincidente em horário, em manobras ou exercícios militares comprovados por documento da respectiva unidade militar;

IV- convocação, coincidente em horário, para depoimento judicial ou policial, participação em júri, devidamente comprovadas por declaração da autoridade competente.

§ 1º Não será considerado justo motivo para fins de isenção a simples prestação de serviço decorrente de obrigação por vínculo de função pública ou privada.

§ 2º O aluno que não possuir justo motivo, tiver sua documentação comprobatória indeferida ou deixar de apresentá-la no momento da protocolização no Atendimento Integrado, deverá pagar a taxa correspondente.

§ 3º O não pagamento da taxa para prova de segunda chamada acarretará o cancelamento automático da solicitação, ficando impedido de realizar a prova.

§ 4º No caso de impedimento do aluno, o requerimento deverá ser assinado e protocolado por terceiros autorizados por escrito ou por seu representante legal.

Art. 4º O prazo para a protocolização do requerimento, instruído ou não dos documentos comprobatórios, é de 03 (três) dias úteis a partir da data da aplicação da avaliação perdida, sendo a solicitação automaticamente negada após o decurso do prazo.

Art. 5º A Prova de Segunda Chamada será realizada conforme datas estabelecidas pela Coordenação de Curso, durante o semestre letivo vigente, em horário compatível com a disponibilidade dos professores.

§ 1º No caso de não comparecimento à Prova de Segunda Chamada, será atribuído ao aluno a nota 0 (zero), a qual irá compor a média semestral, não havendo devolução de eventual taxa recolhida.





§ 2º Caso o aluno tenha perdido mais de uma prova, da mesma ou de várias unidades curriculares ou disciplinas, poderá realizar mais de uma Prova de Segunda Chamada no mesmo dia e horário.

Art. 6º Não haverá Prova de Segunda Chamada:

- I- da própria Prova de Segunda Chamada;
- II- da Prova de Recuperação;
- III- das avaliações presenciais das disciplinas a distância (EAD) dos cursos presenciais, sejam elas Regulares ou de Dependência/Adaptação;
- IV- da apresentação de trabalhos em equipe ou seminários, provas práticas, atividades avaliativas relacionadas ao estágio obrigatório - inclusive do internato do Curso de Medicina, das práticas profissionais, visitas técnicas, trabalhos de campo, apresentação do trabalho de conclusão de curso e atividades equivalentes.

Art. 7º A Prova de Segunda Chamada não é uma prova substitutiva, se aplicando apenas à uma prova ou avaliação a qual o aluno não compareceu. Não se aplica Prova de Segunda Chamada quando o aluno obtiver nota insatisfatória ou insuficiente em avaliação anteriormente realizada.

Art. 8º Compete às Coordenações de Curso, em consonância com o professor da disciplina em questão, definir data e horário para aplicação da Prova de Segunda Chamada, podendo fixar período específico para tal finalidade, dentro do semestre letivo, observado o Calendário Acadêmico.

Art. 9º Casos omissos serão definidos pela Pró-Reitoria Acadêmica.

Art. 10. Revoga-se a Instrução Normativa UMC 001/2015.

Art. 11. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo

Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 008/2021**

Regulamenta os procedimentos relativos às Atividades Complementares nos Cursos de Graduação presenciais, semipresenciais e a distância na Universidade de Mogi das Cruzes e revoga a Instrução Normativa UMC 003/2009.

Art. 1º As Atividades Complementares são componentes curriculares que objetivam enriquecer e complementar os elementos de formação do perfil do graduando, e que possibilitam o reconhecimento da aquisição, pelo discente, de conteúdos, habilidades e competências, obtidas dentro ou fora do ambiente acadêmico, que estimulem atividades transdisciplinares e vinculadas ao conteúdo do curso, a critério do estudante, respeitadas as normas institucionais do curso.

Art. 2º A inclusão das Atividades Complementares nos projetos pedagógicos e, conseqüentemente, nas matrizes curriculares dos Cursos de Graduação deverá ser privilegiada, dentro das premissas e limites constantes nas Diretrizes Curriculares Nacionais e demais atos regulatórios envolvidos.

Art. 3º Uma vez inseridas na matriz curricular tornam-se um componente curricular obrigatório e imprescindível para conclusão do curso, dentro da carga-horária mínima prevista.

Parágrafo único. A carga-horária prevista deverá ser cumprida ao longo do curso, exigindo matrícula regular para o respectivo cômputo.

Art. 4º Não serão validadas como Atividades Complementares:

- I - trabalhos assistenciais, religiosos ou voluntariados sem envolvimento institucional da UMC;
- II - atividades realizadas em razão de cargo, emprego ou função;
- III - atividades em entidades de classe e representação estudantil;
- IV - participação em atividades desenvolvidas e propostas por professores em disciplinas regulares do curso;

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br

Página 1 de 3



- V - participação como ouvinte em bancas de iniciação científica, qualificação, Trabalhos de Conclusão de Curso e defesas de Pós-Graduação *Lato e Stricto Sensu*;
- VI - atividades realizadas no mesmo horário/turno das aulas, exceto as promovidas pelas coordenações de curso ou pela UMC, previamente cadastradas;
- VII - atividades realizadas antes do ingresso na UMC ou há mais de 6 (seis) meses, considerando-se a data de encerramento presente no certificado ou declaração entregue;
- VIII - qualquer atividade que não possua correlação ou afinidade com o curso e a futura profissão do aluno;
- IX - outras atividades constantes na tabela disponível no Portal do Aluno.

Art. 5º A relação das atividades aceitas para validação como Atividade Complementar e a respectiva pontuação está disponível no Portal do Aluno, sendo passível de atualização semestral.

Art. 6º O aluno deverá entregar documentação comprobatória das atividades realizadas semestralmente, dentro do semestre letivo vigente, caso contrário terá sua validação indeferida.

Parágrafo único. Comprovantes ilegíveis, incompletos, sem correlação com o curso e a formação profissional do aluno, apresentados fora dos prazos constantes no *caput* ou obtidos por meios fraudulentos ou inverídicos terão a validação automaticamente indeferida, sem direito a recurso e ainda sujeitarão o aluno às medidas legais e regimentais cabíveis.

Art. 7º Para análise pelo setor responsável, o aluno deverá preencher formulário específico disponível no Portal do Aluno e efetuar protocolo físico ou eletrônico junto ao Atendimento Integrado da UMC, anexado, imprescindivelmente, dos documentos comprobatórios.

Art. 8º As Atividades Complementares não se confundem com as Atividades de Extensão, regulamentadas institucionalmente pela UMC através de Instrução Normativa própria, podendo sim, haver interface quando tratar-se da participação em cursos de extensão, programas (p.ex. PIBIC, Monitoria e Apoio Psicopedagógico) e eventos (congressos, jornadas científicas, visitas técnicas, etc), quando promovidos de forma institucional pelas Coordenações de Curso ou pela própria UMC.

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br

Página 2 de 3





Parágrafo único. As atividades descritas no *caput* só poderão ser validadas como Atividades Complementares quando realizadas de forma voluntária pelo aluno, ou seja, excluem-se àquelas de participação geral e obrigatória promovidas pelas Coordenações de Curso.

Art. 9º A instância decisória sobre a validade, legitimidade e veracidade da documentação entregue, bem como, a afinidade/correlação da atividade e a pontuação creditada é o Setor de Atividades Complementares.

Parágrafo único. Cabe recurso único à Coordenação de Curso, em última instância, somente para divergências sobre afinidade ou correlação da atividade, até o limite do semestre subsequente ao protocolo da atividade no Atendimento Integrado.

Art. 10. Casos omissos serão definidos pela Pró-Reitoria Acadêmica.

Art. 11. Revoga-se a Instrução Normativa UMC 003/2009.

Art. 12. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 08 de janeiro de 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Regina Coeli Bezerra de Melo'.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo

Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 009/2021**

Amplia a Política Institucional de Acompanhamento de Egressos da Universidade de Mogi das Cruzes e revoga a Instrução Normativa 011/2009.

**CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º A presente Instrução Normativa amplia e estabelece os objetivos e procedimentos de organização, acompanhamento e avaliação da Política Institucional de Acompanhamento de Egressos direcionada aos ex-alunos da Universidade de Mogi das Cruzes.

Art. 2º A Política Institucional de Acompanhamento de Egressos, fundamentada no Sistema de Avaliação do Ensino Superior (SINAES), visa a análise e a avaliação continuada da Universidade, através da opinião de seus egressos sobre a formação recebida, a inserção no mercado de trabalho, atuação e dos profissionais, como forma de subsidiar o redimensionamento de ações acadêmicas e institucionais relativas aos cursos, programas e à própria Instituição.

Art. 3º A Universidade considera o Egresso, para fins desta Normativa o estudante que concluiu ou é concluinte de Curso ou Programa oferecido pela UMC, de Graduação ou Pós-Graduação, nas modalidades presenciais, semipresenciais e a distância.

**CAPÍTULO II
DOS OBJETIVOS**

Art. 4º A Política Institucional de Acompanhamento de Egressos tem como objetivos:

- I - institucionalizar o programa e as ações de acompanhamento e relacionamento entre a Universidade e seus egressos, estabelecendo uma rede de informações;
- II - levantar o perfil do egresso da UMC, dos cursos e programas por ela ofertados;
- III - identificar o grau de satisfação de seus egressos em relação ao curso ou programa realizado e com a Instituição;
- IV - conhecer, analisar e avaliar a compatibilidade entre o curso ou programa realizado, a inserção no mercado de trabalho, a atuação e, se possível, a remuneração dos profissionais formados pela UMC;



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes - SP

www.umc.br

Página 1 de 4



- V - verificar aspectos como: responsabilidade social, empregabilidade, preparação para o mercado de trabalho, relação com entidades de classe e empresas do setor;
- VI - identificar as expectativas de seus egressos quanto à formação continuada;
- VII - obter informações e sugestões que permitam à Universidade subsidiar ações para melhoria da qualidade do Projeto Pedagógico dos seus cursos, programas e projetos institucionais;
- VIII - avaliar as demandas por cursos de Graduação, Pós-Graduação *Lato Sensu* e Extensão e dos programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, de forma a promover e contribuir com a formação continuada do egresso;
- IX - acompanhar a carreira profissional do egresso em relação à qualidade da formação recebida e às exigências do mercado de trabalho;
- X - possibilitar a análise e a avaliação do perfil profissional proposto para cada curso ou programa da UMC e seu redimensionamento, quando necessário, em conformidade com as demandas identificadas no campo da atuação profissional;
- XI - promover e divulgar ações institucionais no Portal do Egresso (eventos, cursos, notícias, concursos, oportunidades de capacitação), de forma a fortalecer o vínculo entre a Universidade e os egressos;
- XII - ampliar e atualizar a base de dados relativo a esse segmento acadêmico;
- XIII - subsidiar os indicadores da Avaliação Institucional;
- XIV - identificar atuações relevantes de egressos da UMC para o fortalecimento da imagem Institucional e valorização da comunidade acadêmica.

CAPÍTULO III DA POLÍTICA INSTITUCIONAL DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS

Seção I

Da Organização Administrativa

Art. 5º A Política Institucional de Acompanhamento de Egressos é integrada às políticas institucionais e está vinculada diretamente à Pró-Reitoria Acadêmica.

Parágrafo único. A execução, acompanhamento e avaliação das ações e atividades da Política Institucional de Acompanhamento de Egressos ficarão sob responsabilidade da Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão (DIPPE) e da Comissão Própria de Avaliação (CPA).



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes - SP

www.unc.br

Página 2 de 4



Seção II

Das Atribuições e Competências

Art. 6º A Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão é o órgão responsável pela organização, execução e supervisão das ações e atividades do Política Institucional de Acompanhamento de Egressos.

Art. 7º A Coordenação da Política Institucional de Acompanhamento de Egressos é atribuição do Diretor de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, ou de um representante, por ele designado, tendo como competências:

- I - coordenar, articular e orientar as atividades da Política Institucional de Acompanhamento de Egressos na UMC;
- II - propor ações e atividades que aproximem os egressos e a UMC;
- III - responder pelas Políticas de Acompanhamento de Egressos junto às coordenações de cursos e programas e assessorá-las em assuntos relativos aos egressos;
- IV - encaminhar às coordenações dos cursos e programas informações referentes aos egressos;
- V - elaborar e executar projetos e atividades específicos referentes à Política de Acompanhamento de Egressos;
- VI - disponibilizar aos egressos os instrumentos de avaliação, analisar e divulgar os resultados da pesquisa;
- VII - encaminhar à Gerência de Marketing e Notícias informações de interesse dos egressos para inserção, atualização e gerenciamento do Portal do Egresso;
- VIII - alimentar o banco de dados com informações necessárias ao acompanhamento, e análise do desenvolvimento profissional do egresso;
- IX - acompanhar e avaliar a Política Institucional de Acompanhamento de Egressos na UMC;
- X - elaborar e consolidar relatório anual das atividades e resultados das pesquisas relacionadas à Política Institucional de Acompanhamento de Egressos e encaminhar à Administração Superior e coordenadores de cursos e programas;
- XI - zelar pelo cumprimento da presente Instrução Normativa.

Art. 8º Compete às coordenações dos cursos de Graduação, de Pós-Graduação *Lato Sensu* e dos programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* conscientizar, sensibilizar e divulgar aos alunos, em especial aos concluintes, a Política Institucional de Acompanhamento de Egressos.





CAPÍTULO IV DO PORTAL DE EGRESSOS

Art. 9º O Portal de Egressos da Universidade de Mogi das Cruzes tem como finalidade:

- I - ser um meio de comunicação, integração e interação entre a Universidade e seus Egressos;
- II - acompanhar a inserção do egresso no mercado de trabalho;
- III - propiciar oportunidade de uma formação continuada;
- IV - divulgar cursos, seminários, congressos, palestras, eventos acadêmicos e científicos, culturais, artísticos e esportivos promovidos pelos cursos, programas e pela UMC;
- V - sanar dúvidas, fazer sugestões ou críticas, solicitar informações;
- VI - possibilitar encontros entre os colegas de turma;
- VII - coletar informações dos egressos dos cursos de Graduação e de Pós-Graduação da Universidade de Mogi das Cruzes.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 10. Os casos omissos serão analisados pela Pró-Reitoria Acadêmica para deliberação.

Art. 11. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se a Instrução Normativa 11/2009.

Mogi das Cruzes, 01 de março de 2021.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



**INSTRUÇÃO NORMATIVA UMC 001/2022**

Altera e revoga a Instrução Normativa UMC 001/2020, que normatiza o Programa Institucional de Iniciação Científica na Universidade de Mogi das Cruzes, nas modalidades PIBIC e PVIC.

Art. 1º O Programa Institucional de Iniciação Científica da Universidade de Mogi das Cruzes – UMC ocorrerá nas modalidades PIBIC e PVIC, sendo voltado para o desenvolvimento do pensamento científico, o desenvolvimento tecnológico e a inovação, a iniciação à pesquisa de estudantes de graduação.

§ 1º Os participantes do PIBIC - Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica receberão bolsas oriundas: a) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); b) da mantenedora da UMC (OMEC); c) de outras Agências de Fomento e, d) de Empresas, seja de forma direta ou através da FAEP (Fundação de Amparo ao Ensino e à Pesquisa).

§ 2º Os participantes do PVIC - Programa Voluntário de Iniciação Científica são incluídos no Programa sob o mesmo regramento, porém sem a concessão de bolsas.

§ 3º Essa normativa atende aos requisitos vigentes estipulados pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq e regulamenta os demais, específicos da UMC.

Art. 2º O Programa Institucional de Iniciação Científica tem por finalidade:

- I - Despertar a vocação científica e incentivar talentos potenciais entre estudantes de graduação, mediante sua participação em projetos de pesquisa, introduzindo o universitário no domínio do método científico;
- II - Contribuir para a formação de recursos humanos para a pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação no setor público e/ou privado;
- III - Proporcionar ao aluno, orientado por docente/pesquisador qualificado, a aprendizagem de técnicas e métodos científicos, bem como estimular o desenvolvimento do pensar cientificamente e da criatividade, decorrentes das condições criadas pelo confronto direto com os problemas da pesquisa;



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP

www.umc.br

Página 1 de 7



- IV - Fortalecer o processo de disseminação das informações e conhecimentos científicos/ tecnológicos básicos e aplicados;
- V - Possibilitar maior integração entre a graduação e a pós-graduação.

Art. 3º O PIBIC e o PVIC da UMC são geridos pela Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão (DIPPGE), através da sua Coordenação de Pesquisa.

Parágrafo único - As atividades da Coordenação do Programa de Iniciação Científica são realizadas em conjunto com os Comitês Interno e Externo do Programa.

Art. 4º O PIBIC e o PVIC seguirão o Calendário Anual publicado pelo CNPq, sendo o projeto desenvolvido em dois semestres, em anos civis diferentes, tendo como início o segundo semestre de um ano letivo e término no primeiro semestre do ano seguinte.

Art. 5º A orientação do projeto será exercida por **1 (um) docente/pesquisador principal, que é o orientador** e, caso necessário, **admite-se apenas mais 1 (um) docente/pesquisador, na condição de coorientador**, que deverá atender aos mesmos requisitos e compromissos do principal, dispensando apenas do coorientador, o vínculo com a UMC, conforme abaixo:

- I - Possuir experiência compatível com a função de orientador e formador de recursos humanos qualificados;
- II - Demonstrar boa produtividade científica, tecnológica ou artística-cultural;
- III - **O orientador deverá ser docente do quadro da UMC**, vinculado aos cursos de graduação e/ou **pesquisador (inclusive em estágio pós-doutoral)**, vinculado aos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu*;
- IV - **No caso de orientador de bolsistas do CNPq, obrigatoriamente possuir título de Doutor** e que esteja exercendo plena atividade de pesquisa, evidenciada por sua recente produção intelectual;
- V - **Quando orientador de um aluno bolsista da OMEC, de empresas ou de PVIC o docente que não possuir título de Doutor deverá ter o de Mestre** e produtividade científica, tecnológica ou artística-cultural expressiva nos últimos 5 (cinco) anos;
- VI - Apresentar projeto de pesquisa que reflita originalidade, relevância e viabilidade técnica, detalhando o Plano de Trabalho;
- VII - Orientar o aluno nas distintas fases do trabalho científico, incluindo a elaboração dos relatórios parcial e final, e material para apresentação dos resultados nos Anais do Congresso de Iniciação Científica;



Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - CEP 08780-911 - Mogi das Cruzes – SP



VIII - Acompanhar as exposições dos relatórios técnicos parciais e anuais feitas por seus orientandos por ocasião da avaliação e do congresso de iniciação científica.

Art. 6º Os requisitos e compromissos do aluno participante do Programa (PIBIC e PVIC) são:

- I - Ser estudante regularmente matriculado em curso de graduação e apresentar excelente rendimento acadêmico;
- II - Apresentar, após 6 (seis) meses de vigência do Projeto de Iniciação Científica, relatório parcial das atividades desenvolvidas;
- III - Apresentar, ao final da vigência do Projeto de Iniciação Científica (12 meses), relatório final, acompanhado do Resumo expandido, a ser publicado no livro de Anais do Congresso;
- IV - Obrigatoriamente fazer referência à sua condição de bolsista, quando existente, nas publicações e trabalhos apresentados, de acordo com a agência de fomento;
- V - Dedicar-se, no mínimo, 12h/semanais às atividades relacionadas ao seu Projeto de Iniciação Científica;
- VI - Poderão participar do programa, como voluntários e conseqüentemente sem bolsa, os estudantes cujas solicitações forem aprovadas no mérito, pelos Comitês Institucional e Externo, durante o processo de seleção, mas que não alcançaram pontuação suficiente para obtenção da bolsa;
- VII - **Os alunos voluntários participantes do PVIC terão de submeter-se igualmente ao processo de avaliação durante a permanência no programa e aqueles que cumprirem satisfatoriamente todas as etapas farão jus à certificação;**
- VIII - **Em situações excepcionais, pendente de aprovação pelos Comitês de Avaliação, poderão ser apresentados projetos que envolvam uma equipe de até 3 (três) alunos (um titular e dois colaboradores).** Nestes casos, apenas um dos alunos poderá receber bolsa, devendo os demais colaboradores participar do Programa como voluntários, e ainda apresentar plano de trabalho individualizado para cada colaborador;
- IX - O aluno colaborador (no caso de projeto em equipe) também deverá ser estudante regularmente matriculado em curso de graduação, seja da UMC ou de outra instituição de ensino;
- X - O aluno colaborador também deverá atender a todos requisitos listados acima, respondendo pelas atividades determinadas em seu plano de trabalho.





Art. 7º Os requisitos dos projetos são:

- I- Ser um projeto institucional, de preferência inserido em grupos de pesquisa do CNPq;
- II- Ter mérito e rigor técnico-científico;
- III- Ter viabilidade técnica e econômica;
- IV- **Projetos que envolvam experimentação em animais ou seres humanos devem apresentar o parecer de envio (recibo da Plataforma Brasil) ou de aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa - CEP ou Comissão de Ética no Uso de Animais - CEUA.** Caso a necessidade seja comprovada pelo assessor, a ausência do documento levará a pendência no projeto, impossibilitando a análise.

Parágrafo único - A submissão dos projetos ao CEP ou CEUA é de inteira responsabilidade do docente orientador do projeto.

Art. 8º A cada ano será divulgado Edital de Seleção determinando:

- I- Prazo de inscrição;
- II- Documentos necessários e forma de submissão;
- III- Período de seleção;
- IV- Divulgação dos Resultados;
- V- Prazo para pedido de reconsideração;
- VI- Resultado da Reconsideração;
- VII- Período de vigência do projeto.

Art. 9º As inscrições deverão ser feitas junto à Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, **por encaminhamento da documentação obrigatória, conforme listada no Edital a ser publicado anualmente. A documentação, em formato digital, deverá ser enviada exclusivamente para o endereço pibic@umc.br, a partir do e-mail institucional do Orientador.** Inscrições encaminhadas por outros meios e endereços não serão consideradas.

Parágrafo único - Não será permitida a inclusão de projetos no Programa fora do prazo de inscrição, mesmo para desenvolvimento na modalidade voluntária (PVIC).

Art. 10. A análise e seleção dos projetos submetidos será realizada pelo Comitê Institucional, indicado anualmente pela Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão e constituído por pesquisadores e/ou docentes da UMC, de diferentes áreas do conhecimento, conjuntamente com o



Comitê Externo do CNPq, que terá em sua composição membros ou ex-membros dos Comitês assessores do CNPq.

Art. 11. O resultado da seleção será divulgado publicamente e, no caso de reprovação, poderá ser solicitada reconsideração, apenas uma vez, nos prazos previstos no Edital.

Parágrafo único - Os pedidos de reconsideração serão avaliados pelo Comitê Institucional apenas em caso de reprovação e não de classificação, independente da modalidade PIBIC ou PIVIC, esgotados os recursos em instâncias superiores.

Art. 12. Toda e qualquer modificação no título de projeto, alteração de colaboradores e/ou mudança na metodologia, só poderão ser feitas pelo orientador, devendo o mesmo informar à coordenação do Programa.

Art. 13. O PIBIC na UMC conta com uma quota anual de bolsas fornecidas pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, a seu exclusivo critério, e uma quota da Universidade de Mogi das Cruzes, arcadas por sua mantenedora (OMEC) ou Fundação (FAEP), sendo esta quota nunca inferior a 50% do número total de bolsas concedidas pelo CNPq. Cabe ao Comitê Institucional a seleção, dentre os projetos aprovados, dos orientadores a serem beneficiados com as bolsas, atendidas as especificidades de cada fonte de financiamento.

§ 1º O número de bolsas a ser concedido a cada orientador ficará a critério da Coordenação do Programa e Comitê Institucional.

§ 2º O CNPq pagará mensalmente e de forma direta a cada bolsista, segundo suas normas, sem nenhuma responsabilidade ou inferência da UMC.

§ 3º O valor da bolsa concedida pela UMC será fixado anualmente pela Administração Superior e concedido sob forma de depósito bancário.

§ 4º A vigência das bolsas concedidas pela quota da UMC será a mesma daquela definida, anualmente, pelo CNPq.

Art. 14. É obrigatório para os alunos contemplados com bolsa do CNPq:

- I- Receber apenas esta modalidade de bolsa, sendo vedada o acúmulo desta com a de outros programas do CNPq, de quaisquer agências nacionais ou internacionais de fomento ao ensino e à pesquisa;



- II- Não ter vínculo empregatício e dedicar-se às atividades acadêmicas e de pesquisa. Excluem-se aqui os Estágios Curriculares Obrigatórios e Não-obrigatórios por não se caracterizarem vínculo empregatício;
- III- Devolver ao CNPq, em valores atualizados, a(s) mensalidades(s) recebida(s) indevidamente, caso os requisitos e compromissos estabelecidos acima não sejam cumpridos.

Art. 15. O cancelamento da bolsa poderá ser realizado a qualquer momento, por solicitação do orientador, do bolsista ou pelo Comitê Institucional de acompanhamento.

- I- A substituição do bolsista será feita pela coordenação do Programa, ouvido o Comitê Institucional, que indicará estudantes que já vêm trabalhando no programa, cadastrados como voluntários;
- II- **Em nenhuma circunstância um orientador poderá repassar a outro docente a orientação de seu aluno.** Em casos de eventual impedimento do orientador a bolsa e a orientação do aluno retornarão à Coordenação de Iniciação Científica, nos termos do Item I, acima.

Art. 16. O acompanhamento e a avaliação do PIBIC/PVIC serão feitos pela análise de relatórios periódicos, entrevistas e pela apresentação oral e em pôster dos resultados, entre outros.

- I- Como item de avaliação anual será realizado um Congresso de Iniciação Científica, que contará com uma sessão de abertura e sessões de apresentações orais e em pôsteres, feitas pelos bolsistas;
- II- Na ocasião do Congresso de Iniciação Científica serão informados os locais e horários das apresentações orais e/ou pôsteres dos resultados dos projetos;
- III- Serão realizadas pelo menos duas avaliações, sendo uma semestral, feita pelo Comitê Institucional e uma anual, feita pelo Comitê Institucional e pelo Comitê Externo;
- IV- Avaliações intermediárias poderão ser solicitadas a critério do Comitê Institucional.

Art. 17. Será concedido certificado ao estudante que participar do PIBIC e do PVIC cujo desempenho, demonstrado nas atividades de acompanhamento do Programa, tenha sido satisfatório.



- I- O desempenho do aluno será avaliado pela entrega dos dois Relatórios (parcial e final), do resumo expandido a ser publicado nos Anais do Congresso, assim como pela apresentação oral e/ou na forma de pôster do trabalho desenvolvido ao longo do ano;
- II- Alunos colaboradores e o coorientador dos projetos de Iniciação Científica também terão direito ao certificado, desde que tenham sido mencionados no projeto quando encaminhado para aprovação e apenas neste caso;
- III- Os alunos de Iniciação Científica bolsistas de outros órgãos de fomento, indicados à coordenação do Programa e que participarem do Congresso Científico da UMC, apresentando o projeto oralmente e em pôster terão direito ao certificado, pendente avaliação dos resultados pela Coordenação do Programa;
- IV- O não cumprimento adequado de qualquer etapa (a saber: prazos de entrega dos relatórios parcial e final e material para apresentação dos resultados nos Anais do Congresso), resultará no cancelamento do projeto e os alunos (principal e colaboradores, se houverem), bem como o orientador, não farão jus ao Certificado de participação no Programa;
- V- A ausência no Congresso (apresentação oral e/ou de pôster), além de privar os participantes do Certificado, implicará na remoção do Resumo expandido dos Anais, caso tenha sido enviado anteriormente.

Art. 18. Os casos omissos serão decididos pela Coordenação de Pesquisa e pela Diretoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão.

Art. 19. Revoga-se a Instrução Normativa UMC 001/2020.

Art. 20. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Mogi das Cruzes, 10 de março de 2022.

Prof.ª Regina Coeli Bezerra de Melo
Reitora



ANEXO V – Lista de Periódicos

PERIÓDICOS ONLINE - CURSO: COMUNICAÇÃO E MARKETING							
PERIÓDICO	ÁREA	ISSN ou e-ISSN	QUALIS	ASSINATURA	Periodicidade	URL	Tipo de registro/ Licença
AÇÃO MIDLÁTICA - ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2238-0701	B2	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://revistas.ufpr.br/facaomidiatca/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ANIMUS: REVISTA INTERAMERICANA DE COMUNICAÇÃO MIDLÁTICA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2175-4977	B1	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://periodicos.ufcm.br/animus	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ATURÁ - REVISTA PAN-AMAZÔNICA DE COMUNICAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2526-8031	B2	INDEXADO PELA CAPES	QUADRIMESTRAL	https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
CADERNOS DE COMUNICAÇÃO (UFSM)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2316-882X	B2	INDEXADO PELA CAPES	FLUXO CONTÍNUO	https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	0104-6829	A4	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/comueduc/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1809-564X	A4	INDEXADO PELA CAPES	ANUAL	https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICACAO, MÍDIA E CONSUMO (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1983-7070	A3	INDEXADO PELA CAPES	QUADRIMESTRAL	https://revistacmc.espm.br/revistacmc/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ESTUDOS EM COMUNICACAO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1646-4974	A4	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://ojs.labcom-ftp.ufpi.pt/ecs/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA INTERNACIONAL DE FOLKCOMUNICAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1807-4960	B2	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://revistas.uepe.br/index.php/folkcom/issue/archive	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE (UMINHO)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1645-2089	A3	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://revistacomoc.pt/index.php/revistacomoc/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
INTERCOM: REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1809-5844	A2	INDEXADO PELA CAPES / ACERVO FÍSICO	QUADRIMESTRAL	https://www.scielo.br/i/interc/gtid	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
LOGOS: COMUNICAÇÃO E UNIVERSIDADE	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1982-2391	A4	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA MÍDIA E COTIDIANO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2178-602X	B1	INDEXADO PELA CAPES	QUADRIMESTRAL	https://periodicos.ufrj.br/midiaecotidiano/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2177-5184	A3	INDEXADO PELA CAPES	TRIMESTRAL	https://periodicos.uninove.br/remark/periodicidade	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REDMARKA. REVISTA DE MARKETING APLICADO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1852-2300	B3	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://revistas.uec.es/index.php/REDMARKA/issue/archive	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA BRASILEIRA DE HISTÓRIA DA MÍDIA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2238-3913	A4	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ESTUDOS EM JORNALISMO E MÍDIA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-6924	A3	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
DISCURSOS FOTOGRÁFICOS	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-7939	A4	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://ojs.uef.br/revistas/uef/index.php/discursosfotograficos	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
LINGUAGEM EM (DIS)CURSO (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1982-4017	A1	INDEXADO PELA CAPES	FLUXO CONTÍNUO	https://portalperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/linguagem_Discurso/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
LINGUAGENS: REVISTA DE LETRAS, ARTES E COMUNICAÇÃO (FURB)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1981-9943	A4	INDEXADO PELA CAPES	QUADRIMESTRAL	https://ojsrevista.furb.br/ojs/index.php/linguagens/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
MEDIA & JORNALISMO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1645-5681	A4	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://impactum-journals.uc.pt/mi/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
EXTRAPRENSA (USP)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1519-6895	B1	INDEXADO PELA CAPES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/extraprensa	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)

REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2236-8000	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ESTUDOS SEMIÓTICOS (USP)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1980-4016	A3	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/esse/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ESTUDOS EM JORNALISMO E MÍDIA (UFSC)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1806-6496	A3	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2178-0145	A4	INDEXADO PELA CAPEES	ANUAL	https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1138-5820	A1	INDEXADO PELA CAPEES	ANUAL	https://nuvvaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA FAMECOS (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1980-3729	A2	INDEXADO PELA CAPEES	FLUXO CONTÍNUO	https://revistaseletronicas.pueris.br/ojs/index.php/revistafamecos	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
OPINIÃO PÚBLICA (UNICAMP. IMPRESSO)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	0104-6276	A1	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://www.scielo.br/lop/	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
MATRIZES	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1982-8160	A1	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/matrices/issue/view/13086	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1982-2553	A3	INDEXADO PELA CAPEES	FLUXO CONTÍNUO	https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/issue/archive	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
E-COMPOS (BRASÍLIA)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1808-2599	A2	INDEXADO PELA CAPEES	FLUXO CONTÍNUO	https://www.e-compos.org.br/e-compos	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
CONTRACAMPO: BRAZILIAN JOURNAL OF COMMUNICATION	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2238-2577	A3	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://periodicos.ufrb.br/contracampo/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ALCEU (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2175-7402	B2	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA TECNOLOGIA E SOCIEDADE (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-3526	A4	INDEXADO PELA CAPEES	TRIMESTRAL	https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
LUA NOVA - REVISTA DE CULTURA E POLÍTICA (ON-LINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1807-0175	A1	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://www.scielo.br/lua/	Open Access
SOCIOLOGIA, PROBLEMAS E PRÁTICAS	ARTES	2182-7907	A1	INDEXADO PELA CAPEES	TRIMESTRAL	https://revistas.rcaap.pt/sociologiapp/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
VOZES E DIÁLOGOS	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2237-4531	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://periodicos.univali.br/index.php/ed/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
SIGNOS DO CONSUMO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-5057	B2	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/issue/view/13223	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
SIGNIFICAÇÃO: REVISTA DE CULTURA AUDIOVISUAL	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2316-7114	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/significacao	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
RUMORES (USP)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1982-677X	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/rumores/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
RIZOMA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2318-406X	B2	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/issue/view/774	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA OBSERVATÓRIO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2447-4266	A2	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://sistemas.ufu.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/announcement	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA GEMINIS	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2179-1465	B1	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ESFERAS	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2446-6190	A4	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://portalrevistas.ucb.br/index.php/est/issue/view/735	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA ECO-PÓS	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2175-8689	A3	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://revistaecopos.eco.ufrli.br/eco_pos/issue/archive	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)

REVISTA COMPOLITICA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2236-4781	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://revista.compolitica.org/index.php/revista/issue/view/33	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA ALTERJUR USP	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2176-1507	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/alterjur/issue/archive	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REBEJ (BRASÍLIA)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1981-4542	B2	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://rebelabejor.org.br/index.php/rebel/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REBECA - REVISTA BRASILEIRA DE ESTUDOS DE CINEMA E AUDIOVISUAL	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2316-9230	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://rebeca.socine.org.br/3/issue/archive	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
PAUTA GERAL - ESTUDOS EM JORNALISMO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2318-857X	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://revistas.uspp.br/index.php/pauta	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ORGANICOM	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2238-2593	A4	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/organicom/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
NOVOS OLHARES	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2238-7714	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://www.revistas.usp.br/novosolhares	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
LUMINA (UFJF. ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1981-4070	A4	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
INTEXTO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1807-8583	A3	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://seer.ufg.br/index.php/intexto/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
INTERIN	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1980-5276	B1	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://interin.utp.br/index.php/interin/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-8226	A3	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteras/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
ESTUDOS EM JORNALISMO E MÍDIA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-6924	A3	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
EPTIC (UFS)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1518-2487	B1	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://periodicos.ufs.br/eptic/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
E-COMPOS (BRASÍLIA)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1808-2599	A2	INDEXADO PELA CAPEES	CONTÍNUA	https://www.e-compos.org.br/e-compos/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
DISCURSOS FOTOGRÁFICOS	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1984-7939	A4	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
CONTEMPORANEA: REVISTA DE COMUNICAÇÃO E CULTURA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1809-9386	A4	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICOLOGIA	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1981-2132	B2	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
COMUNICAÇÃO & INFORMAÇÃO	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2317-675X	B2	INDEXADO PELA CAPEES	CONTÍNUA	https://revistas.ufg.br/ci/about	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
CAMBIASSU: ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2176-5111	B2	INDEXADO PELA CAPEES	SEMESTRAL	https://periodicoeletronico.ufma.br/index.php/cambiassu/index	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)
BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	1981-9854	A2	INDEXADO PELA CAPEES	QUADRIMESTRAL	https://bjr.sbojor.org.br/bjr	Registro pelo OJS (Open Journal Systems)