



HOMOLOGAÇÃO	
D.M. 22/12/00	
D.O.U. 28/12/00	Seção 1E.P. 113
ATO: Dm 2141	22/12/00
D.O.U. 28/12/00	Seção 1E.P. 110

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

INTERESSADO: Centro de Estudos Unificados Bandeirantes		UF: SP
ASSUNTO: Reconhecimento do curso de "Marketing", bacharelado, ministrado pela Universidade Metropolitana de Santos, na cidade de Santos, Estado de São Paulo.		
RELATOR: Francisco César de Sá Barreto		
PROCESSO(S) Nº(S): 23033.000107/2000-84		
PARECER Nº: CNE/CES 1102/00	COLEGIADO: CES	APROVADO EM: 4/12/00

I - RELATÓRIO

A Reitoria da Universidade Metropolitana de Santos solicitou ao Ministério da Educação o reconhecimento do curso de "Marketing", bacharelado, ministrado pela Faculdade de Ciências Administrativas, Comerciais, Contábeis e Econômicas daquela Universidade, na cidade de Santos, Estado de São Paulo.

Essa Universidade foi reconhecida pela Portaria Ministerial 150/96, de 16/02/96, com base no Parecer CFE 65/96.

O curso de "Marketing" foi criado e seu funcionamento autorizado pelo Parecer 005/96, de 18/04/96, e Resolução 007/96, de 18/04/96, do Conselho Universitário da mesma instituição. As atividades do curso iniciaram-se em 1997, com cem vagas anuais totais, em regime seriado anual e horário noturno, tendo carga horária de 3.220 horas-aula.

As condições de oferta do curso, para fim de reconhecimento, foram verificadas no período de 18 a 21 de junho de 2000 por Comissão de Avaliação designada pela Portaria SESu 1.030, de 20/4/2000. O relatório da Comissão foi favorável ao pleito da instituição pelo período de três anos e atribuiu conceito global CB às condições de oferta.

A Comissão de Especialistas de Ensino da Administração emitiu o Parecer Técnico 977/00 em 21 de setembro de 2000, ratificando o relatório da Comissão de Avaliação e manifestando-se favoravelmente ao reconhecimento do curso.

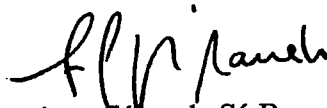
Relatório SESu/COSUP 927/2000 registra que a Universidade Metropolitana de Santos não cumpriu as exigências da Portaria MEC 877, de 30/07/97, art. 1º, inciso X, pois não constam dos autos nem a prova de inscrição no CNPJ, nem a de regularidade relativa à Fazenda Federal.

II - VOTO DO RELATOR

Acolho o Relatório SESu/COSUP 927/2000, que passa a integrar o presente parecer, e voto favoravelmente ao reconhecimento do curso de "Marketing", bacharelado, ministrado pela Universidade Metropolitana de Santos, mantida pelo Centro de Estudos Unificados

Bandeirantes, com sede em Santos, Estado de São Paulo, exclusivamente para efeito de registro dos diplomas dos alunos que concluíam o curso no corrente ano 2000.

Brasília(DF), 4 de dezembro de 2000.



Conselheiro(a) Francisco César de Sá Barreto – Relator(a).

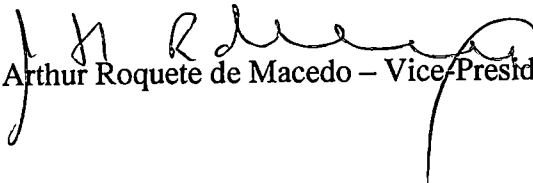
III – DECISÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior aprova por unanimidade o voto do(a) Relator(a).

Sala das Sessões, em 4 de dezembro de 2000.



Conselheiro Roberto Cláudio Frota Bezerra – Presidente



Conselheiro Arthur Roquete de Macedo – Vice-Presidente

110260
Cezar

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR
DEPARTAMENTO DE POLÍTICA DO ENSINO SUPERIOR
COORDENAÇÃO GERAL DE SUPERVISÃO DO ENSINO SUPERIOR

RELATÓRIO/SESu/COSUP Nº 927 /2000

ok
C.C.C.
6

Processo n.º: 23033.000107/2000-84
Interessada : CENTRO DE ESTUDOS UNIFICADOS BANDEIRANTE
CGC : 02.837.041/0001-62
Assunto : Reconhecimento do curso de Marketing, bacharelado, ministrado pela Universidade Metropolitana de Santos, mantida pelo Centro de Estudos Unificados Bandeirantes, com sede na cidade de Santos, no Estado de São Paulo.

I – HISTÓRICO

A Reitora da Universidade Metropolitana de Santos solicitou a este Ministério o reconhecimento do curso de Marketing, bacharelado, ministrado pela Faculdade de Ciências Administrativas, Comerciais, Contábeis e Econômicas daquela Universidade, na cidade de Santos, no Estado de São Paulo.

A Universidade Metropolitana de Santos foi reconhecida pela Portaria Ministerial n.º 150/96, de 16 de fevereiro de 1996, com base no CE – Parecer n.º 65/96.

O curso de Marketing foi criado e teve seu funcionamento autorizado, mediante Parecer n.º 005/96, de 18/4/1996, e Resolução n.º 007/96, de 18/4/96, do Conselho Universitário (CONSUN), de conformidade com o Estatuto e Regimento Geral da Universidade Metropolitana de Santos. Tendo iniciado suas atividades em 1997, com 100 vagas totais anuais, em regime seriado anual, no turno noturno, com uma carga horária de 3.220 h/a.

Para verificar as condições de oferta do curso, tendo em vista o seu reconhecimento, a SESu/MEC designou Comissão de Avaliação, Portaria SESu/SESu n.º 1.030, de 20 de abril de 2000, constituída pelos professores Arnaldo José de Lima, da Universidade do Estado de Santa Catarina, Fernando Antônio de Sant'Ana, da Universidade do Grande Rio, e pela Técnica em Assuntos Educacionais Maria das Graças Silva Andrade, da Representação do Ministério da Educação do Estado de São Paulo.

sf

A Comissão Avaliadora visitou a Universidade no período de 18 a 21 de junho 2000, e apresentou relatório favorável ao reconhecimento do curso de Marketing, bacharelado, pelo período de três anos, atribuindo o conceito global "CB " às condições de sua oferta.

A Comissão de Especialistas de Ensino da Administração emitiu Parecer Técnico nº 977/00 MEC/SESu/DEPES/COESP, em 21 de setembro de 2000, ratificando o relatório apresentado pela Comissão Avaliadora, manifestando-se favorável ao reconhecimento do curso.

II – MÉRITO

Os avaliadores observaram um índice de evasão elevado para o último ano do curso. A primeira turma concluirá o curso no final do ano de 2000.

A qualificação e a experiência profissional dos professores, em sua maioria, atende ao caráter da disciplina que ministra. A qualificação da coordenadora do curso é adequada.

Na planilha de avaliação da biblioteca vários itens analisados obtiveram conceito C, inclusive o espaço físico para leitura e trabalho em grupo.

Quadro demonstrativo dos conceitos obtidos.

Itens avaliados	Conceitos
Projeto pedagógico/currículo do curso	B
Corpo docente	B
Qualificação do coordenador do curso	A
Infra-estrutura tecnológica	A
Biblioteca	C
Infra-estrutura física e de materiais	A
Conceito geral	B

Tendo em vista que o curso de Marketing pertence área de Administração, cumpre destacar que o curso de Administração da UNIMES foi submetido ao Exame Nacional de Cursos, tendo obtido os seguintes conceitos:

Curso	1996	1997	1998	1999
Administração	E	E	E	C



Na Avaliação das Condições de Oferta realizada em 1998, o curso de Administração da Universidade obteve conceito "CR" para o corpo docente, e conceito "CB" para organização didático-pedagógica e instalações.

Em virtude dos conceitos obtidos pelo curso no ENC, a Universidade teve seu curso incluído entre aqueles que deveriam renovar o reconhecimento, nos termos da Portaria MEC nº 755/99. Instruiu-se, então, o processo nº 23000.007648/99-43, que entre outros elementos agregou o resultado de nova avaliação das condições de oferta realizada em 1999, que outorgou ao curso de Administração da UNIMES o conceito "CB" aos três grupos de indicadores: corpo docente, instalações e organização didático-pedagógica.

Em face dos resultados obtidos, a Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação acolheu a indicação da SESu/MEC e renovou o reconhecimento do referido curso pelo prazo de dois anos, decisão homologada em Portaria Ministerial nº 74/2000, publicada no DOU de 19 de janeiro de 2000.

A Mantenedora deixou de atender às exigências contidas na Port. MEC nº 877, de 30 de julho de 1997, pois não se encontra nos autos a prova de inscrição no CNPJ e a prova de regularidade relativa à Fazenda Federal (não disponível via Internet).

Acompanham este relatório os anexos:

A - Síntese das informações do processo e do relatório da Comissão Avaliadora;

B - Corpo docente;

C - Currículo pleno do curso.

III – CONCLUSÃO

Tendo em vista que a Universidade não cumpriu as exigências estabelecidas no inciso X do § 3º do Art. 1º da Port. MEC nº 877, de 30 de julho de 1997, pois não se encontram nos autos a prova de inscrição no CNPJ e a prova de regularidade relativa à Fazenda Federal, encaminhe-se o presente processo à Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, com indicação favorável ao reconhecimento, unicamente para efeito de registro de diploma dos alunos concluintes no ano 2000, do curso de Marketing, bacharelado, ministrado pela Universidade Metropolitana de



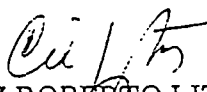
Santos, mantida pelo Centro de Estudos Unificados Bandeirantes, com sede em Santos, no Estado de São Paulo.

À consideração superior.

Brasília, 29 de outubro de 2000.



SUSANA REGINA SALUM RANGEL
Coordenadora Geral de Supervisão do Ensino Superior
DEPES/SESu



LUIZ ROBERTO LIZA CURI
Diretor do Departamento de Política do Ensino Superior
DEPES/SESu

Santos, mantida pelo Centro de Estudos Unificados Bandeirantes, com sede em Santos, no Estado de São Paulo.

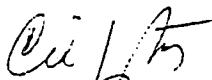
À consideração superior.

Brasília, 29 de outubro de 2000.



SUSANA REGINA SALUM RANGEL

Coordenadora Geral de Supervisão do Ensino Superior
DEPES/SESu



LUIZ ROBERTO LIZA CURI

Diretor do Departamento de Política do Ensino Superior
DEPES/SESu

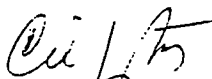
Santos, mantida pelo Centro de Estudos Unificados Bandeirantes, com sede em Santos, no Estado de São Paulo.

À consideração superior.

Brasília, 29 de outubro de 2000.



SUSANA REGINA SALUM RANGEL
Coordenadora Geral de Supervisão do Ensino Superior
DEPES/SESu



LUIZ ROBERTO LIZA CURI
Diretor do Departamento de Política do Ensino Superior
DEPES/SESu

ANEXO A

SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES DO PROCESSO E DO RELATÓRIO DA COMISSÃO DE AVALIAÇÃO

A.1 - DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

N.º do Processo: 23000.000107/2000-84

Instituição: Universidade Metropolitana de Santos

Endereço: Rua da Constituição 374 – Santos – São Paulo

Curso	Mantenedora	Total vagas anuais	Turno(s) de Funcionamento	Regime de Matrícula	Carga Horária Total	Tempo Mínimo de IC*	Tempo Máximo de IC*
Marketing	Centro de Estudos Unificados Bandeirantes	100	Noturno	Seriado Anual	3.220 h/a	04 anos	anos

* Integralização curricular

A.2 - CORPO DOCENTE

QUALIFICAÇÃO			Totais
Titulação	Área de conhecimento		
Doutores	História, um sem especificação de área		02
Mestres	Administração e Recursos Humanos, Filosofia e Teoria Geral Direito (doutoranda em Direito), Educação e Cultura, Administração, Ciências da Comunicação, Arqueologia e História, Ciências da Comunicação, Ciências da Comunicação (mestrando em Administração de Empresas), Administração		09
Especialista	Administração (2), Economia (mestrando em Comunicação Social), Educação (mestranda), P & P, Finanças, Educação (mestranda em Psicologia), Educação/História da Educação, Matemática Financeira (mestranda em Adm. de RH), Gestão Empresarial, Comércio Exterior/Technical Manageral Port Asistancy Office, Administração e Organização em Comércio Exterior, Comunicação (mestrando), Administração Portuária,		14
TOTAL			25
Regime de trabalho: Dedicção Exclusiva: 02 professores Tempo Integral: 03 professores Tempo Parcial: 06 professores Horistas: 14 professores.			

A.3 - INFRA-ESTRUTURA FÍSICA, INSTRUMENTAL TECNOLÓGICO E DIDÁTICO-PEDAGÓGICO

INSTALAÇÕES FÍSICAS (Condições Gerais)

A distribuição do espaço físico existente e/ou em construção são: sala para direção 01, sala para coordenação 01, sala para professores 01, salas de aula 04, sanitários 12, pátio coberto 01, setor de atendimento 01, praça de alimentação 01, auditórios/sala de audio/salas de apoio 02, espaço cultural 01, laboratório multidisciplinares 02, laboratórios de informática 03 e sala de leitura/biblioteca 01. Segundo a Comissão de Avaliação, o curso está instalado em prédio próprio, com plano de ocupação e *lay-out* de salas específico. Todos os programas são originais e legalizados, observando-se rigorosamente os direitos de uso/instalação das empresas. As instalações apresentam alto padrão de limpeza, higiene e conservação, o ambiente é agradável, aconchegante para o desenvolvimento das atividades acadêmicas. Além das salas de aulas, a IES dispõe de vários ambientes de convivência comunitária.

LABORATÓRIOS

O parque tecnológico é moderno e organizado, e atende com exclusividade as necessidades do projeto pedagógico e dos planos de ensino das disciplinas do curso. Um dos importantes diferenciais do curso é exatamente a grande disponibilidade e diversidade de recursos de informática, e com excelente relação equipamento/aluno. A utilização dos laboratórios é organizada e a política de utilização garante exclusividade de uso aos alunos do curso. É excelente o nível de qualificação profissional das equipes de apoio atuantes do laboratório de criação e dos laboratórios de informática. A Instituição dispõe, em número satisfatório, de equipamentos de multimídia tais como: televisores, retroprojetores, vídeos cassetes, conjuntos de som.

BIBLIOTECA

A Comissão pode constatar que é satisfatória a oferta de títulos e volumes e sua respectiva adequação às disciplinas ministradas no curso. As aquisições de material bibliográfico são realizadas a partir de sugestões de alunos, professores. A bibliotecária chefe acompanha os lançamentos através de catálogos, matérias publicadas. A Comissão destacou a organização da Biblioteca Virtual, onde os alunos podem acessar a INTERNET. Há uma meta clara em relação a atualização do acervo. Na planilha de avaliação da biblioteca vários itens analisados receberam conceito C, inclusive o espaço físico para leitura e trabalho em grupo.

6.7 QUADRO RESUMO DAS DISCIPLINAS POR SEMESTRE, PROFESSOR, TITULAÇÃO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL ACADÊMICA E NÃO ACADÊMICA

DISCIPLINA	DOCENTE	TITULAÇÃO	EXPERIÊNCIA ACADÊMICA E NÃO ACADÊMICA
Economia	Nanci Novo e Trigueiros	Bel. em História FFLCH da USP - 1975 - Doutora em História Econômica - USP - 1998	Professora Rede Estadual de Ensino - Pesquisadora - Professora Universitária
Informática Aplicada ao Marketing - Sistemas de Informação em Marketing	Luiz Carlos Nunes	Bel. Ciências Contábeis Aelis - 1977 - Especialista - Administração Unisantos - 1981 ; Pós Graduação em Adm. Pública e Governo Uniceb- 1993	Supervisor/Analista. Mercado Volkswagen do Brasil (1973/90); Coordenador de Marketing Lada e Subaru do Brasil (1991/94) Gerente de Informática UNIMES (1996/)
Fundamentos de Marketing - Gerência Empresarial	Georges B. Keramidas	Bel. Economia - São Luís/SP- 1965 - Especialista FGV - 1978 - Mestrando Comunicação Social Unisantos	Professor Universitário - Prof. Área Telemarketing SESC - Gerente de Marketing da Ciba Geige - Colgate Palmolive - MacCann Erichson.
Teorias da Administração	Reinaldo Teruel	Bel. Adm.- Unisantos - 1991 Mestre em Administração em Recursos Humanos - Universidade Mackenzie - 1997	Professor desde 1994, Assessor da Direção do SESC/Santos desde 1986
Língua Portuguesa	Isamar Romeiro do Amaral Varella Alcover	Bel. Em Letras - Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Santos - 1961- Especialista e Mestranda em Educação - Unisantos	Professora Universidade - Consultora em Publicidade e Propaganda
Publicidade e Propaganda - Gerência de Propaganda	Luís Henrique Teixeira de Camargo Júnior	Bel, em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda - Unisantos - Especialista em P&P	Publicitário e Diretor de Criação - Agência Companhia Santista de Publicidade, Santos/SP. Várias vezes premiado.
Sociologia	Renata Salgado Leme	Bel. Em Ciências Sociais - USP -1987 - Bel. Em Direito - Unisantos -1992 Mestre em Filosofia e Teoria Geral Direito -1998 - Faculdade de Direito UPS - Doutoranda em Direito - USP- início fevereiro 1999	Professora Universitária, Pesquisadora, Advogada Militante
Métodos e Técnicas de Pesquisa	Roberto Melchior	Bel, em Comunicação Social com ênfase em Propaganda - Unisanrtos - 1991 - Mestre em Educação e Cultura pela Universidade Gama Filho - 1996.	Professor Universitário de Metodologia, Cinema, Produção de Rádio e Televisão e Fotografia
Estatística e Trabalho de Conclusão de Curso	Joel Oliveira Gomes	Engenharia civil - Fundação Souza Marques - 1991 - Especialização em Supervisão Escolar - 1999 - Mestre Administração - Mackenzie - 1999	Professor Universitário - 1997 - Professor da Central de Concursos do BACEN - 1995

Comunicação Empresarial	Paulo Borsen Vibian	Bel. Em Jornalismo - UNISANTOS - 1991 - Mestre em Ciências da Comunicação - ECA-USP - 2000.	Editor do Jornal - Entrevista/Unisantos; 1988 Professor Universitário - Consultor -1995
Cultura Organizacional	Fernanda Maria Felipe dos Anjos	Bel. História - Unisantos - 1988- Mestre em Arqueologia e História - FFLCH/USP -1998	Professora Universitária - 1993.
Matemática Financeira	João Aurélio Ponna	Bel. Em Física - Mackenzie - 1962 - Especialista em Finanças - Unimes - 1995	Professor Universitário e Professor da Rede Estadual de Ensino - 1970
Psicologia Social e do Consumidor	Célia Oliveira	Graduada em Psicologia - 1988 e Pedagogia - 1993 - Unisantos - Especialista em Grupo na Abordagem Comportamental - PUC - 1995 - Especialista em Educação - 1997 - Mestranda - Psicologia da Saúde - Metodista - 1999.	Professora Universitária e Psicóloga Clínica - 1998
Ética, Legislação e Defesa do Consumidor	Carlos Roberto Paiva	Graduado em Filosofia - Unisantos - 1976 - Graduado em Pedagogia e História da Educação - 1989 - Unicamp - Especialista em Educação, Cultura Popular - 1986 - Unisantos - Especialista em História da Educação - Unicamp	Professor Universitário - Delegado Regional da Cultura Estado de São Paulo
Produção Comercial e Eletrônica - Produção Gráfica	Silvio Enio Bergamini Filho	Bel. Em Comunicação Social - Unisantos - 1982 - Mestre em Ciências Comunicação ECA-USP, Doutorando ECA-USP - 1994.	Professor Universitário 1986
Criação e Desenvolvimento de novas empresas	Rosimeire Ayres	Bel. Em Matemática Fund. Sto. André - 1983- Especialização em Informática UNIBAN - 1985 - Especialista em Mat. Financeira - Unisantos e FGV - 1991 - Mestranda em Adm. de RH - Unimonte - 1992	Professora Universitária - Diretora da Cooperativa de Trabalho de Profs. Baixada Santista
Marketing de Varejo e Marcas Próprias	Carlos Roberto Oliveira	Bel. Administração Inst. Ens. Superior Senador Flaquer - 1984 - Especialista - Pós-Graduado em Administração de Empresas e Marketing - FECAP - 1988	Supervisor e Coordenador de Treinamento em Vendas da Volkswagen do Brasil

Pesquisa de Marketing - TCC	Milda Jodelis	Bel. em Relações Públicas Mestre em Ciências da Comunicação pela ECAUSP, em 1999. Mestrado em Administração de empresas pela FEAUSP, em 1976 (não concluído).	Pesquisadora autônoma, especializada em pesquisa qualitativa para clientes como Clube de Pesquisa, Opinião e Mercado, Escritório Decisão, Gessy Lever, Instituto de Marketing Industrial, FPJ - Fato, Pesquisa e Jornalismo; FIAUSP, FGV. Exerceu cargos na área de pesquisa e marketing na Fundação Seade, Roland Berger Assessoria e Consultoria Ltda, Brastemp AS, Grupo Zivi-Hércules, MPM Propaganda, de Porto
Comunicação Empresarial - Planejamento Global de Marketing	Rogério Forjaz Di Jacomo	Engenheiro Mecânico Pela FEI 90 Especialização em Gestão Empresarial na UNISANTOS 96	Experiências na Dow Química, General Motor e Mercedes Benz Proprietário de um distribuidora e Importadora de Auto-peças
Distribuição e Logística	Marcelo Patrício	Engenheiro Elétrico - Eletrônico pela UNISANTA, 95 Especializado em Comércio Exterior pela UNIMES, 98 Especializado em Technical Managerial Port Asistancy Office - Rotterdam Munic. Port Management, 98	Professor de Logística no Curso de Comércio Exterior na UNIMES - 1999 - Assessor da Diretoria Técnica da LIBRAPORT-Santos - 1997.
Organização de Eventos - Marketing de Serviços - Administração de RH	Roseli Tonini	Bel. Administração Unisantos - Especialista em Didática do Ens. Superior - 1996.- Mestre em Administração Univ. Mackenzie - 1998.	Gerente Optmar Administração de Bens Ltda. (1983/97) - Professora Universitária - 1993.
Sistema Financeiro e de Capitais	Helder Pinto Monteiro	Bel. Em Administração com Habilitação em Comércio Exterior - 1996 - Especialista em Administração e Organização em Comércio Exterior	Consultor - Gerente do ABM Anro Bank - Santos - Diretor Regional do ABN Anro Bank - Santos
Finanças de Empresas	Elisabeth Fernandes Bento	Bel. Em Economia (Uniceb) 1992 - Especialista em Didática do Ensino Superior - 1995 - Especialista em Administração Univ. Mackenzie - 1996.	Oficial Administrativo SESC/Santos (1988/97) - Professora Universitária

Handwritten signatures and initials:
 - A large, stylized signature on the left.
 - A signature with the number "152" written above it in the center.
 - A signature on the right.

Mídia	Alexander Taboada	Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNISANTOS - 1997 - Especialista e Mestrando em Comunicação	Docente universitário na UNISANTOS. Free-lancer em Mídia. Coordenou a agência de propaganda da Faculdade de Comunicação Social da UNISANTOS, dando apoio ao desenvolvimento de planos de mídia em Projetos Experimentais.
Marketing Internacional	Hélio Fernando Hallite da Rocha Santos	Bel. em Administração e Com. Exterior Unimes - 1985 - Pós Graduação em Comércio Exterior - Un.S.Judas - 1988 Pós Graduação em Economia Internacional, Administração Fea/USP; Especialização em Administração Portuária Rotterdam - Holanda	Gerente de Importação / Exportação - Aremar, Assessor Técnico do Ministério dos Transportes; Professor Universitário - Assessor da Reitoria da Unimes- Diretor da FACCE/Unimes
Fundamentos de Marketing - Tópicos Especiais em Marketing	Mauren Leni de Roque	Mestre e Doutora - Eca-USP - 1991.	Coordenadora Pedagógica do Curso - Professora Orientadora do Programa de Pós Graduação - Mestrado da ECAUSP e UNISANTOS. Coordenadora e do curso de especialização em marketing da UNIMES

Handwritten signatures and stamps are present in the bottom right corner of the page. One signature is clearly visible, and there are several circular and rectangular stamps, some containing numbers like '153' and '154'.

6.4 Grade curricular do curso/habilitação por semestre/ano: carga horária, pré-requisito e créditos

Disciplinas do 1º Ano/ carga horária semanal

1º Ano	COD	CH	CH
Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral	REO	02	68
Economia	ECO	02	68
Fundamentos de Marketing	FMK	04	136
Teoria Geral de Administração	TGA	04	136
Sociologia	SOC	02	68
Publicidade e Propaganda	P&P	02	68
Informática Aplicada ao Marketing	INF	02	68
Métodos e Técnicas de Pesquisa	MTP	02	68
TOTAL		20	680

Disciplinas do 2º Ano/ carga horária semanal

22
100
[Signature]

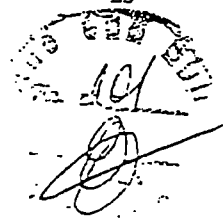
2º Ano	COD	CH	CH
Matemática Financeira	MAT	02	68
Psicologia Social e do Consumidor	PSC	02	68
Estatística	EST	02	68
Cultura Organizacional	COR	02	68
Pesquisa de Marketing	PMK	04	136
Administração de Recursos Humanos	ARH	02	68
Sistemas de Informação de Marketing	SIM	02	68
Comunicação Empresarial	CEP	02	68
Gerência de Promoção	GPR	02	68
TOTAL		20	680

[Signature]

11/4

Disciplinas do 3º Ano/ carga horária semanal

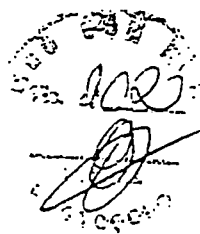
23



3º Ano	CÓD	CH	CH
Gerencia de propaganda	GPP	04	136
Ética, Legislação e Defesa do Consumidor	ELD	02	68
Mídia	MID	02	68
Produção Comercial e Eletrônica	PCE	02	68
Marketing Internacional	MKI	02	68
Finanças de Empresas	FIN	02	68
Marketing de Serviços	MKS	02	68
Gerência Empresarial	GEP	02	68
Produção Gráfica	PGR	02	68
TOTAL		20	680

Handwritten signature and initials in the bottom right corner.

Disciplinas do 4º ano/ carga horária semana



4º Ano	CÓD	CH	CH
Criação e Desenvolvimento de Novas Empresas	CDE	02	68
Distribuição e Logística	DLG	02	68
Marketing de Varejo e Marcas Próprias	MVP	04	136
Tópicos Especiais Marketing	TEM	04	136
Organização de Eventos	OEV	02	68
Sistema Financeiro e Mercado de Capitais	SFM	02	68
Planejamento Global de Marketing	PGM	02	68
Trabalho de Conclusão de Curso	TCC	02	68
TOTAL		20	680

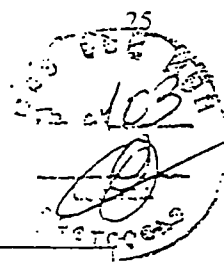
Atividades Laboratoriais = total de 200 horas aula

São desenvolvidas atividades no Laboratório de Criação, Agência Unimes, Laboratório de Informática, a razão de 50 (cinquenta) horas/aula ano, como complemento das matérias da respectiva grade curricular.

Projetos Experimentais = total de 300 horas aula

É um projeto desenvolvido a partir do 4º ano letivo, ligados à todas as disciplinas já cursadas e as disciplinas em curso. Trata-se de atividade prática de consultoria orientada e supervisionada pelos professores do 4º ano letivo. Tem equivalência ao denominado Estágio Supervisionado, com metodologia e organização própria.

Demonstrativo da carga horária total do Curso de Marketing



1º Ano	680
2º Ano	680
3º Ano	680
4º Ano	680
Projetos Experimentais	300
Atividades Laboratoriais	200
CARGA HORÁRIA TOTAL	3.220