INTERESSADA: Universidade Estadual do Ceará		
EMENTA: Reconhece o Curso Seqüencial Superior de Formação Específica em Gestão de *Marketing* da Universidade Estadual do Ceará, até 31 de dezembro de 2011, e dá outras providências.		
RELATOR: Roberto Sérgio Farias de Souza		
SPU Nº: 06153621-0	**PARECER Nº:** 0439/2007	**APROVADO EM:** 27.06.2007

I – RELATÓRIO E ANÁLISE

O Professor Jader Onofre de Morais, Reitor da Universidade Estadual do Ceará – UECE, mediante ofício nº 322/06-GR, datado de 25 de julho de 2006, protocolizado sob o nº 06153621-0, solicita deste Conselho a análise e o reconhecimento do Curso Seqüencial Superior de Formação Específica em Gestão de *Marketing*, ofertado pelo Centro de Estudos Sociais Aplicados – CESA, unidade integrante daquela Universidade.

Apensos ao processo em tela, os seguintes documentos do curso de Gestão de *Marketing*:

- projeto pedagógico;
- relatório de execução;
- relatório de avaliação, levado a efeito pelo Professor José Edson Ferreira, professor da Universidade de Fortaleza – UNIFOR, designado que foi pela Portaria nº 33/2007, deste Conselho Estadual de Educação.

O curso foi criado pelo Conselho de Centro do CESA no dia 09 de janeiro de 2001. Em 11 de julho de 2003, o Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UECE, pela Resolução nº 2336, aprovou a criação do curso Seqüencial de Formação Específica em Gestão de *Marketing*, ficando desta forma em perfeita concordância com as normas legais de instituição de um curso superior, a partir da prerrogativa de autonomia didática que gozam as Universidades.

A contextualização do curso não chegou a ser propriamente feita. Foi expressa apenas a finalidade de um curso de gestão de marketing e um rápido perfil da demanda. Na verdade, a contextualização solicitada teria por objetivo apresentar e justificar a inserção de um curso seqüencial de formação específica, de viés profissionalizante, em nosso meio, ao dar oportunidade de aprofundamento

Digitalizado com CamScanner

Cont./Parecer Nº 0439/2007

de estudos a pessoas que, via de regra, já exercem profissionalmente o *marketing*, atividade de elevada significância para a manutenção e o desenvolvimento empresarial.

O coordenador, Professor Gedyr Lírio de Almeida, possui a desejável experiência profissional, de elevada importância para um curso dessa natureza, aliada à longa vivência docente acrescida do título de mestre de que é detentor.

O corpo docente constituiu-se de dezesseis professores, dos quais seis são especialistas, e dez têm o título de mestre. Importante ressaltar que a maioria dos professores possui experiência laboral em *marketing*, fato que denota a preocupação da coordenação em oferecer aos alunos não só conhecimentos acadêmicos, mas, também, a prática do *marketing*, contextualizada ao ambiente empresarial local, na maioria dos casos inexistente na bibliografia corrente.

De acordo com relato do professor avaliador a biblioteca do Centro de Estudos Sociais Aplicados possui exemplares de todos os títulos básicos das disciplinas, em taxa de unidades por grupo de cada dez alunos acima do que normalmente exige a legislação que trata da matéria.

Ressalva é feita pelo avaliador quanto às instalações onde foi ofertado o curso de Gestão em *Marketing*: o prédio que abrigava o curso de Administração, da UECE, localizado na esquina da Rua 25 de março com Pinto Madeira, Centro, nesta capital, também serviu de sede para esse curso seqüencial. Muito embora apropriado para o ensino e com facilidade de acesso e segurança, tinha aquele prédio uma manutenção deficiente além de não ter recebido investimentos ao longo do tempo, necessário a uma paulatina adequação de sua estrutura às exigências legais, o que naturalmente foi determinante para explicar as reclamações generalizadas dos alunos quanto a este aspecto da oferta.

Os recursos pedagógicos, tais como retroprojetor, tv, computadores, etc. postos à disposição do curso são suficientes e adequados tanto do ponto qualitativo como quantitativo. Não foram observadas, no entanto, menções com relação aos laboratórios. Em um curso Seqüencial de Formação Específica, sobretudo nas disciplinas Formação do Preço de Venda, Administração Estratégica, Sistemas de Informações de *Marketing* e Estatística Aplicada à Administração seria de boa prática pedagógica o uso da internet e de aplicativos "microsoft office", estimulando os alunos para a utilização de uma ferramenta já comum e imprescindível em qualquer ambiente de trabalho.

Digitalizado com CamScanner

Cont./Parecer Nº 0439/2007

Por fim merece destaque o Parecer final do avaliador em que diz ser "favorável ao reconhecimento do curso" em razão de que o "mesmo apresenta uma excelente estrutura curricular bem como um corpo docente qualificado e atuante na área." Segue a organização curricular do curso:

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

Código da disciplina ou número de seqüência (1,2,...)	Denominação da disciplina	Área da Disciplina (*)	Número de Créditos (quando for o caso)	Carga horária no período (semestral, anual,...)	Pré-requisitos da disciplina (código ou número de seqüência):	Caráter (Obrigatória/ Eletiva)
CH 138	Português Instrumental	Língua Portuguesa	4.0	60	CH 138	OBRIGATÓRIA
CH 402	Metodologia do Trabalho Científico	Pedagogia	4.0	60	CH 402	OBRIGATÓRIA
CT 162	Cálculo Aplicado à Administração	Matemática	4.0	60	CT 162	OBRIGATÓRIA
ES 460	Introdução à Economia	Economia	4.0	60	ES 460	OBRIGATÓRIA
ES 750	Teorias Mercadológicas	Administração	4.0	60	ES 750	OBRIGATÓRIA
CH 938	Inglês Instrumental	Língua Estrangeira	4.0	60	CH 938	OBRIGATÓRIA
ES 754	Planejamento e Administração de Produtos	Administração	4.0	60	ES 754	OBRIGATÓRIA
ES 766	Logística de Mercado	Administração	4.0	60	ES 766	OBRIGATÓRIA
ES 767	Sistema de Inform. de *Marketing*	Administração	4.0	60	ES 767	OBRIGATÓRIA
ES 768	Estatística Aplicada à Administração	Administração	4.0	60	ES 768	OBRIGATÓRIA
ES 751	Teoria da Administração Contemporânea	Administração	4.0	60	ES 751	OBRIGATÓRIA
ES 793	Direito Comercial e do Consumidor	Direito	4.0	60	ES 793	OBRIGATÓRIA
ES 794	*Endomarketing*	Administração	4.0	60	ES 794	OBRIGATÓRIA
ES 795	Comunicação Integrada em Marketing	Administração	4.0	60	ES 795	OBRIGATÓRIA
ES 796	*Marketing* de Serviço	Administração	4.0	60	ES 796	OBRIGATÓRIA
ES 808	Gerenciamento Estratégico de Vendas	Administração	4.0	60	ES 808	OBRIGATÓRIA
ES 809	Formação do Preço de Vendas	Administração	4.0	60	ES 809	OBRIGATÓRIA
ES 810	Administração Financeira	Administração	4.0	60	ES 810	OBRIGATÓRIA
ES 811	Métodos e Técnicas de Negociação	Administração	4.0	60	ES 811	OBRIGATÓRIA
ES 812	Estágio Supervisionado I	Administração	10.0	60	ES 812	OBRIGATÓRIA
ES 746	*Marketing* Internacional	Administração	4.0	60	ES 746	OBRIGATÓRIA
ES 828	Planejamento Estratégico de *Marketing*	Administração	4.0	60	ES 828	OBRIGATÓRIA
ES 829	Tópicos Avançados em *Marketing*	Administração	4.0	60	ES 829	OBRIGATÓRIA
ES 830	Estágio Supervisionado II	Administração	10.0	150	ES 830	OBRIGATÓRIA
SUBTOTAL			**108**	**1.620**		
TOTAL			**108**	**1.620**		

Digitalizado com CamScanner

Cont./Parecer Nº 0439/2007

II – FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

O Inciso IV do artigo 10 da Lei nº 9.394/1996 – Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB estabelece (verbis):

"Art. 10 – Os Estados incumbir-se-ão de: .....".

IV – autorizar, reconhecer, credenciar, supervisionar e avaliar, respectivamente, os cursos das instituições de educação superior e os estabelecimentos de seus sistemas de ensino".

A Universidade Estadual do Ceará – UECE é instituição de ensino superior, pesquisa e extensão, mantida pela Fundação Universidade Estadual do Ceará que, por sua vez, foi criada pela Lei Estadual nº 9.753, de 18 de outubro de 1973. Assim sendo, configura-se como sendo pertencente ao Sistema de Ensino do Ceará, de acordo com o Artigo 17 da LDB.

A elaboração do projeto pedagógico seguiu as determinações constantes da legislação em vigor, mormente a Resolução CEC nº 391/2004 e a Portaria nº 514/2001, do Ministério da Educação. Destacamos, por ser relevante, que o projeto do curso observou o princípio de carga horária mínima de 1600 horas, ao ser definido com um total de 1620 horas-aula, com adequada inserção no contexto acadêmico, pois é oriundo do curso de graduação em administração, pertencente ao mesmo Centro de Estudos Sociais Aplicados da UECE. Verifica-se também que foi guardada a coerência entre a proposta do curso e seus objetivos primordiais.

III – VOTO DO RELATOR

Visto e relatado somos de parecer que:

a) seja reconhecido o curso Seqüencial Superior de Formação Específica em Gestão de *Marketing*, ofertado pela Universidade Estadual do Ceará, até 31 de dezembro de 2011;
b) seja recomendado que o curso adote laboratórios com computadores, para uso do alunado, com pelo menos aplicativos de editor de texto e planilhas eletrônicas de uso corrente em escritórios das empresas em geral;
c) sejam providenciadas as modificações necessárias nas instalações do local da oferta do curso de tal modo que atendam aos requisitos da legislação vigente.

Digitalizado com CamScanner

Cont./Parecer Nº 0439/2007

IV – CONCLUSÃO DA CÂMARA

A Câmara da Educação Superior e Profissional do Conselho Estadual de Educação acompanha o voto do Relator.

Sala das Sessões da Câmara da Educação Superior e Profissional do Conselho Estadual de Educação, em Fortaleza, aos 26 de junho de 2007.

V – DECISÃO DO PLENÁRIO

O Plenário acatou por unanimidade a decisão da Câmara.

Sala das Sessões do Plenário do Conselho Estadual de Educação, em Fortaleza, aos 27 de junho de 2007.

ROBERTO SÉRGIO FARIAS DE SOUZA
Relator

JOSÉ CARLOS PARENTE DE OLIVEIRA
Presidente da Câmara da Educação
Superior e Profissional

EDGAR LINHARES LIMA
Presidente do CEE

Digitalizado com CamScanner