

PROJETO PEDAGÓGICO – PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

| INSTITUIÇÃO DE ENSINO | |
|-----------------------|--|
| RAZÃO SOCIAL: | UNIEDUCAR INTELIGÊNCIA EDUCACIONAL LTDA |
| NOME DE FANTASIA: | UNIEDUCAR UNIVERSIDADE CORPORATIVA |
| CNPJ(MF): | 05.569.970/0001-26 |
| REGISTRO SICAF (UC): | 170038 – SUPERINTENDÊNCIA DE ADMINISTRAÇÃO DO MIN. DA FAZENDA (CE) |
| REGISTRO ABED: | 5.189 – CATEGORIA INSTITUCIONAL |
| REGISTRO CRA-CE: | PJ-3457 |

Metodologia: O conteúdo dos programas de qualificação profissional pode ser disponibilizado conforme a evolução do programa, e em função de sua correspondente carga horária. É apresentado em uma interface diagramada de fácil navegação no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA. O acesso às videoaulas e materiais extras disponíveis na Biblioteca (e-books) e Videoteca é bastante intuitivo e proporciona uma experiência de interatividade no processo de aprendizagem a distância. Os programas preveem a participação do aluno em atividades de interação no AVA. Tais atividades - passíveis de serem comprovadas, podem ocorrer por meio de conversação em tempo real, fóruns, videoconferências, jogos, aulas participativas, trabalhos em equipe, discussões, dinâmicas de grupo, estudos de caso ou simulações.

Sincronicidade: os cursos/eventos são caracterizados como síncronos, a partir do momento da inscrição, com a indicação por parte do aluno, da data que iniciará, tendo em vista que passa a ter data de início e término definidas.

Tutoria e Formas de Interação: Os cursos recebem suporte de uma tutoria especificamente designada para acompanhamento do rendimento dos alunos. A interação é realizada online por meio da plataforma AVA. A tutoria é desenvolvida de modo proativo e consiste na assistência didática, compartilhamento de informações, troca de experiências, estímulo ao cumprimento dos exercícios propostos e cooperação visando o melhor aproveitamento dos conteúdos estudados. A tutoria é desempenhada pelo corpo de tutores da Unieducar e a interação entre tutores, estudantes e administração do curso é preferencialmente online, podendo ser agendadas ações em outras modalidades (fóruns, videoconferências, chats, etc.). A tutoria efetiva encaminhará módulos de conteúdos com atividades avaliativas semanalmente, para que o estudante possa complementar os estudos quanto ao tema desenvolvido no curso.

Avaliação/Certificação: Nos cursos, a avaliação é qualitativa e múltipla. A nota da avaliação final pode contemplar fatores e formas de avaliação diversas, tais como a elaboração de atividades complementares durante e ao término do programa, bem como a frequência e participação em eventos de conversação em tempo real, nas quais são observadas as contribuições de ordem teórica e prática, além de outras modalidades de avaliação individual. A geração do certificado eletrônico é condicionada à verificação de aproveitamento mínimo de 70% (setenta por cento) nas atividades e avaliação. Todos os cursos contam com ferramenta de avaliação de conteúdo (aprendizagem) e institucional, que somente é disponibilizada após transcorrido o prazo mínimo correspondente à carga horária certificada.

Organização curricular: Os programas apresentam organização curricular elaborada a partir de projetos pedagógicos específicos por uma equipe pedagógica multidisciplinar, que acompanha toda a concepção dos conteúdos.

Tecnologia de EAD/e-learning: Após a elaboração dos conteúdos é realizada a migração para o Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA, envolvendo rotinas de Design Instrucional adequadas aos assuntos abordados.

Materiais Didáticos: Os conteúdos programáticos são lastreados em materiais didáticos constantemente atualizados. Dentre os objetos de aprendizagem podem ser disponibilizados videoaulas; livros eletrônicos (e-books); testes; além de conteúdos extras com material relacionado.

Interação e Suporte Administrativo: Os programas de formação contam – além do suporte de tutoria especializada - com uma infraestrutura de apoio que prevê a interação entre alunos e alunos; alunos e professores/tutores; e alunos e pessoal de apoio Administrativo. Essa interação é garantida por meios eletrônicos com registros de chamados e/ou por meio telefônico, conforme o caso. O AVA utilizado pela Unieducar é uma plataforma proprietária, desenvolvida e atualizada permanentemente, e permite, dentre outras facilidades, o acompanhamento das horas de estudo a distância e também presencial, conforme o caso.

Sobre a Instituição de Ensino: Desde 2003 a Unieducar Universidade Corporativa atua com a idoneidade e credibilidade atestada por diversos órgãos públicos, e empresas privadas, além de milhares de profissionais, servidores públicos, estudantes e professores universitários de todo o Brasil. Somos cadastrados junto ao SICAF - Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores do Governo Federal - como fornecedores de cursos e treinamentos junto à Administração Federal. A Unieducar é associada à ABED – Associação Brasileira de Educação a Distância e à IELA - International E-Learning Association. Atendemos mediante Nota de Empenho a todos os órgãos públicos Federais, Estaduais e Municipais, emitindo a respectiva documentação fiscal (Nota Fiscal de Prestação de Serviços Eletrônica) vinculada às matrículas.

ESTRUTURA DO CURSO - COMPONENTES CURRICULARES

TÍTULO DO PROGRAMA: 4 Ps do Marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção

CARGA HORÁRIA: 80 horas

PRAZO MÍNIMO PARA CONCLUSÃO: 10 dias

PRAZO MÁXIMO PARA CONCLUSÃO: 30 dias

OBJETIVOS GERAIS:

O termo “**4 Ps do Marketing**” abrange os conceitos de **produto, praça, preço e promoção**. Esses componentes fundamentam a elaboração de **estratégias de marketing** traçadas para alcançar o **público alvo**. O curso abrange o entendimento e a utilização dessas informações para estabelecer a atuação da empresa no mercado e a utilização de um **plano de marketing**.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Proporcionar ao estudioso na área uma visão abrangente sobre os temas elencados no Conteúdo Programático.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Marketing: Fundamentos e Conceitos Básicos
Princípios do Planejamento Estratégico Empresarial e de Marketing
Composto Mercadológico: Produto, Preço, Praça e Promoção
Gestão de Distribuição: Canais de Marketing e Distribuição Física
Composto Promocional
Relações Públicas
Mercados Organizacionais
Segmentação de Mercado
Administração de Produtos e Marcas
Elementos de um Plano de Marketing