

**RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO****Informações gerais da avaliação:**

**Protocolo:** 201722070  
**Código MEC:** 1613633  
**Código da Avaliação:** 145062  
**Ato Regulatório:** Renovação de Reconhecimento de Curso  
**Categoria Módulo:** Curso  
**Status:** Finalizada  
**Instrumento:** 302-Instrumento de avaliação de cursos de graduação - Reconhecimento e Renovação de Reconhecimento (presencial)  
**Tipo de Avaliação:** Avaliação de Regulação

**Nome/Sigla da IES:**

CENTRO UNIVERSITÁRIO FARIAS BRITO

**Endereço da IES:**

44286 - CAMPUS - FORTALEZA - VARJOTA - Rua Castro Monte, 1364 Varjota. Fortaleza - CE.  
CEP:60175-230

**Curso(s) / Habilitação(ões) sendo avaliado(s):**

MARKETING

**Informações da comissão:**

**N? de Avaliadores :** 2  
**Data de Formação:** 13/11/2018 06:35:11  
**Período de Visita:** 05/12/2018 a 08/12/2018  
**Situação:** Visita Concluída

**Avaliadores "ad-hoc":**

Marcelo Felipe Figueira Júnior (94337535853) -> coordenador(a) da comissão  
Wender Rodrigues de Siqueira (95103120100)

**Curso:****DOCENTES**

| <b>Nome do Docente</b>                  | <b>Titulação</b> | <b>Regime Trabalho</b> | <b>Vínculo Empregatício</b> | <b>Tempo de vínculo ininterrupto do docente com o curso (em meses)</b> |
|---|------------------|------------------------|-----------------------------|--|
| BRUNO LEITAO ROCHA                      | Mestrado         | Parcial                | CLT                         | 96 Mês(es)   |
| Cintya Oliveira de Carvalho             | Mestrado         | Integral               | CLT                         | 48 Mês(es)   |
| FERNANDA DENARDIN GONCALVES BARROSO     | Doutorado        | Integral               | CLT                         | 96 Mês(es)   |
| HELENA STELA SAMPAIO                    | Doutorado        | Integral               | CLT                         | 132 Mês(es)  |
| JOÃO HENRIQUE VIANA DE SOUSA            | Mestrado         | Parcial                | CLT                         | 24 Mês(es)   |
| JOSÉ HELANO MATOS NOGUEIRA              | Doutorado        | Integral               | CLT                         | 120 Mês(es)  |
| JOSÉ VICTOR MEDEIROS FILHO              | Mestrado         | Horista                | CLT                         | 36 Mês(es)   |
| LIDIA VALESCA BOMFIM PIMENTEL RODRIGUES | Doutorado        | Integral               | CLT                         | 132 Mês(es)  |
| MARDÔNIO E SILVA GUEDES                 | Doutorado        | Parcial                | CLT                         | 72 Mês(es)   |
| MARINA KATAOKA BARROS                   | Mestrado         | Parcial                | CLT                         | 24 Mês(es)   |
| RAIMUNDO ROBERTO NOBRE PINHO            | Mestrado         | Integral               | CLT                         | 132 Mês(es)  |
| Rodolfo Marco di Giulio                 | Mestrado         | Integral               | CLT                         | 48 Mês(es)   |
| TALYTA EDUARDO OLIVEIRA                 | Mestrado         | Parcial                | CLT                         | 24 Mês(es)   |

**CATEGORIAS AVALIADAS****Dimensão 1: Análise preliminar**

- 1.1. Informar nome da mantenedora.  
ORGANIZAÇÃO EDUCACIONAL FARIAS BRITO LTDA.
- 1.2. Informar o nome da IES.  
CENTRO UNIVERSITÁRIO FARIAS BRITO  
CAMPUS - FORTALEZA - VARJOTA - Rua Castro Monte, 1364 Varjota  
Fortaleza - CE CEP 60175-230
- 1.3. Informar a base legal da IES, seu endereço e atos legais.

## Dimensão 1: Análise preliminar

Credenciada como Faculdade Farias Brito pela Portaria nº 1.825 de 15/8/2001, publicada no DOU de 17/8/2001 e reconhecida pela Portaria nº 1.377 de 30/9/2011, publicada no DOU de 30/9/2011.

Em 15.05.2017, a IES teve sua transformação Acadêmica em Centro Universitário, através da Portaria no. 1.161, publicada no DOU de 18.09.2017.

Endereço: Rua Castro Monte, nº 1364, Varjota

Cidade: Fortaleza-CE – CEP: 60.175 - 230

Site: www.fbuni.edu.br Fone: (85) 3486-9090

CNPJ: 74.000.738/0006-08

A IES possui dois Campus no município de Fortaleza:

Campus Aldeota

Endereço: Rua Castro Monte, nº 1364, Varjota

Cidade: Fortaleza-CE CEP 60.175-230

Campus Central

Endereço: Rua Barão do Rio Branco, nº 2424.

Fortaleza-CE CEP 60025 - 062

Direção (Resolução CONSU Nº 003, de 18 de setembro de 2017)

Tales Montano de Sá Cavalcante – Reitor

Fernanda Denardin Gonçalves – Pró-reitora Acadêmico-Administrativa

### 1.4. Descrever o perfil e a missão da IES.

Missão da IES

"Formar profissionais competentes e cidadãos por meio da integração do ensino, da extensão e da pesquisa/iniciação científica, nas modalidades presencial e a distância, com base nas inovações científicas e tecnológicas dentro dos padrões contemporâneos estabelecidos no Século XXI, estendendo à sociedade, de forma interativa, os conhecimentos e os serviços produzidos pela comunidade acadêmica, visando o desenvolvimento de Fortaleza e do Ceará".

Sua missão está em consonância com o art. 45 e ss. da Lei nº 9.394, de 20/12/1996, que estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional, os quais estabelecem a participação das instituições privadas no fortalecimento do ensino superior no país.

Visão da IES

Tornar-se centro de referência para o Ensino e para a disseminação da Ciência, da Educação e das Tecnologias, no âmbito local e regional, e ser um núcleo científico e cultural capaz de atrair, fixar e formar profissionais altamente qualificados para refletir e redefinir permanentemente o processo de desenvolvimento.

Perfil

Com a gestão participativa, a IES busca a otimização de seus processos e a consolidação de suas ações junto à sociedade, tendo como principais finalidades: a inclusão social, a formação e a capacitação de profissionais de nível superior; a extensão do ensino e da pesquisa à comunidade na qual está inserida, o incentivo ao trabalho de pesquisa em favor do desenvolvimento da Ciência e da Tecnologia, a integração do homem em seu contexto histórico-social a formação crítica e criativa do aluno.

### 1.5. Verificar, a partir dos dados socioeconômicos e ambientais apresentados no PPC para subsidiar a justificativa apresentada pela IES para a existência do curso, se existe coerência com o contexto educacional, com as necessidades locais e com o perfil do egresso, conforme o PPC do curso.

A conjuntura econômica do Estado do Ceará reúne multiplicadores que vem impulsionando a economia estadual, como: canais de exportação; energias termoelétricas e alternativas – como biodiesel e eólica; o canal do trabalhador – que forma o anel de águas no estado e interligará 12 bacias hidrográficas; agricultura; grandes grupos empresariais; indústrias têxtil, de calçados e de alimentos; mineração; comércio e turismo; mercado imobiliário. Tudo isso tem diversificado a vocação do Ceará para novos negócios e setores, além dos tradicionais: criação softwares, cinema, turismo, humorismo/artes cênicas, música, artesanato e design (interiores/arquitetura, moda e jóias).

Do ponto de vista social, dados do Atlas do Desenvolvimento Humano, aparece no ranking dos estados, o Ceará (0,682 – classificado como médio) ocupa a posição de número 17 e em relação ao Nordeste o Estado ocupa a segunda posição, ficando logo atrás do Rio Grande do Norte (0,684), dono da posição de número 16 no ranking geral dos estados.

A capital do Estado, Fortaleza, possui um ótimo desenvolvimento educativo, tendo assim também algumas falhas reparáveis. De acordo com os dados educacionais do município (IPECE, 2016), Fortaleza conta com 6.157 estabelecimentos escolares de ensino fundamental, 938 de ensino médio e 5.694 de ensino educação infantil, com cerca de 1.272.352 alunos matriculados no ensino fundamental e 399.850 no ensino médio.

Dados do PNAD/IBGE(2015) apontam que 51.22% da população possuíam Ensino Fundamental, 15.80% Ensino Médio e 11.80% Ensino Superior. Por sua vez na Região Metropolitana de Fortaleza - RMF 47.09% da população possuíam Ensino Fundamental, 15.67% Ensino Médio e 15.33% Ensino Superior.

A IES vem atuando durante toda a sua trajetória para oferecer uma formação acadêmica de qualidade, garantindo o sucesso profissional dos seus alunos.

No período de janeiro a abril de 2018, o Centro Universitário Farias Brito participou da realização de 5 (cinco) comissões de avaliação "in loco" para: credenciamento, autorização e Reconhecimento, obtendo o conceito máximo em quatro dos cinco processos conforme demonstrativo a seguir:

Cursos Conceito

Credenciamento Institucional em EAD 5,0

Direito – Bacharelado (autorização Campus Centro) 5,0

Engenharia Ambiental e Sanitária - Bacharelado (reconhecimento) 5,0

Engenharia Civil – Bacharelado (reconhecimento) 4,0

Engenharia Elétrica – Bacharelado (reconhecimento) 5,0

Fortaleza é um importante centro educacional no Ensino Médio e Superior, representando um polo importante no âmbito do Estado do Ceará, mas também em toda região Norte e Nordeste do país. A educação da capital cearense conta com mais de 220 mil alunos, matriculados em 456 unidades escolares, entre instituições de Ensino Infantil, Fundamental e Médio. São 310 mil estudantes matriculados em escolas públicas e privadas.

Justificativa para oferta do curso de Marketing

O curso de Marketing forma profissionais com uma perspectiva ampla e integrada, pelo que serão capazes de entender as organizações e seus processos, suas relações internas e externas, estando aptos a resolver problemas de forma ética e criativa. Dessa forma, será oferecida formação Básica, formação Profissional, conteúdos de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias além e conteúdos com formação Complementar. O curso proporcionará a seu bacharel uma grande diversidade de opções de trabalho, podendo este atuar em empresas de qualquer área, de diferentes portes e ainda na condição de empresário, empregado ou consultor. O fato do curso ser generalista dá ao profissional uma excelente visão de negócios, como nenhum outro curso.

No Brasil, o empreendedorismo se popularizou a partir da década de 90, o que contribuiu para a crescente participação desse tipo de empresa na economia do país. O papel de destaque da modalidade ganhou ainda mais força com a entrada em vigor da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e da Lei do Microempreendedor Individual, em 2008.

Os empreendedores foram os principais responsáveis pelo alento esperado no mercado de trabalho em 2017. Das 2 milhões vagas a serem abertas, 1 milhão dos empregos foram criados por empregadores, trabalhadores por conta própria e microempresas.

Os números estão em um estudo inédito elaborado pelo banco Santander e foram projetados com base na expectativa de crescimento na quantidade de trabalhadores ocupada no Brasil e no aumento esperado do número de novas empresas no país.

Os dados mostram que a abertura de pequenas empresas e o crescimento do número de profissionais autônomos devem ser as alternativas para o brasileiro se ocupar em um momento de fraqueza do mercado de trabalho.

No ano passado, 33% da mão de obra ocupada trabalhava por conta própria ou em micro empresas. Neste ano, essas duas categorias vão responder por 50% das posições de trabalho criadas em 2018, de acordo com as projeções do de um grande banco.

O Curso de Marketing foi concebido sob a perspectiva de disponibilizar no mercado profissionais conscientes das mudanças globais e dos conceitos sociopolíticos e culturais, com capacidade de identificar as demandas sociais e organizacionais, pensar e repensar no contexto geral dos negócios comprometido com a sociedade e com o ambiente das gerações atuais e futuras através da valorização da ética e da cidadania. Através, ainda, à compreensão de que a elevação da qualidade dos serviços educacionais a eficiência depende da disponibilização de recursos que garantam uma formação profissional séria e continuada.

Pode-se afirmar que o Curso é a concretização de objetivos estratégicos decorrentes da análise dos cenários e perspectivas da cidade de Fortaleza e do Estado do Ceará, onde se concentram as expectativas de espaços profissionais para o corpo discente, sem desconsiderar a possibilidade de mercados diversos decorrentes do mundo globalizado cujas fronteiras comerciais se eliminam e o processo de adaptação das empresas ao sistema de concorrência internacional ensina a participação de profissionais altamente competentes. Já nas Diretrizes do PNE, sobre a Educação Superior no país, o texto nos remete à importância e urgência de melhorias e aperfeiçoamento. Por outro lado, embora versando sobre uma IES privada, é necessário enfatizar a responsabilidade educacional em empreender, fomentar a produção de conhecimento e um ensino de qualidade para que se constitua o tripé máximo da educação: ensino, extensão e pesquisa.

### 1.6. Redigir um breve histórico da IES em que conste: a criação; sua trajetória; as modalidades de oferta da IES; o número de polos (se for o caso); o número de polos que deseja ofertar (se for o caso); o número de docentes e discentes; a quantidade de cursos oferecidos na graduação e na pós-graduação; as áreas de atuação na extensão; e as áreas de pesquisa, se for o caso.

## Dimensão 1: Análise preliminar

Histórico do Centro Universitário Farias Brito

A Fundação

A Organização Educacional Farias Brito possui apenas uma mantida: o Centro Universitário Farias Brito, criado em 2001, como Faculdade Farias Brito - FFB, instituição que deu início à trajetória da Organização Educacional Farias Brito no Ensino Superior, com o grande desafio de dar continuidade no meio acadêmico às muitas conquistas da OEFB e de se tornar referência também na formação de gerações de profissionais. Com o PDI que almejava o credenciamento de 4 cursos, Direito, Administração, Ciência da Computação e Marketing, a FFB foi autorizada pelo MEC a iniciar suas atividades.

A Expansão

A partir de então, foram dez anos de muito trabalho, segundo os princípios norteadores de sua mantenedora, a Organização Educacional Farias Brito. Até que, em 2011, um novo PDI, previu uma ousada ampliação da oferta de cursos de 4 para 21, considerando a implantação dos cursos de Engenharia, a introdução de cursos tecnológicos e a abertura de um novo campus também na cidade de Fortaleza.

Em 17 anos de existência, a excelência de todas as realizações resultou no Recredenciamento Institucional da Faculdade Farias Brito com Conceito Institucional Máximo - CI 5, meta estabelecida e conquistada em 2016.

No ano seguinte, a mesma excelência levou o MEC a elevar a Faculdade Farias Brito - FFB à condição de Centro Universitário Farias Brito - FB Uni.

O Centro Universitário Farias Brito oferece, atualmente 21 cursos de graduação, nas modalidades bacharelado e tecnológico. É uma Instituição com forte atuação também na pós-graduação lato sensu, com mais de 30 cursos ofertados nas Áreas de Ciências Humanas, Exatas, Tecnológicas e da Saúde.

Com um quadro docente formado em sua grande maioria por mestres e doutores, a FB UNI traz para a sala de aula vasta experiência profissional nos setores público e privado. Desde o seu primeiro ano de existência, tem sediado eventos de vanguarda, com palestrantes nacionais e internacionais das mais diversas áreas do conhecimento.

### 1.7. Informar o nome do curso (se for CST, observar a Portaria Normativa nº 12/2006).

Curso de Marketing - Bacharelado - Presencial

### 1.8. Indicar a modalidade de oferta.

Modalidade de oferta : Presencial

### 1.9. Informar o endereço de funcionamento do curso.

Endereço de Funcionamento do Curso

Rua Castro Monte, 1364 - Bairro - Varjota, CEP 60.175-230  
Fortaleza - CE

Fone: (85) 3486-9000

### 1.10. Relatar o processo de construção/implantação/consolidação do PPC.

O projeto didático-pedagógico é o documento que apresenta a concepção, a fundamentação teórica e o exercício integrado das ações de ensino, extensão, práticas e atividades complementares do Curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito.

Em processo permanente de atualização, o Projeto Pedagógico de Curso - PPC - é resultado das discussões entre docentes e discentes, que buscam atender aos critérios de qualidade de ensino, as diretrizes curriculares e as demandas sociais, econômicas e profissionais. Esse processo de participação dos docentes na elaboração e atualização do PPC foi checado junto aos professores por nós avaliadores.

É o PPC o extrato da realidade vivida, buscada e idealizada por todos os envolvidos na construção deste Curso de Marketing, portanto não é resultado de consensos, mas de debates, conflitos, visões complementares, aprendizado, por isso mesmo se encontra em processo permanente de construção.

O PPC do Curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito, tem como sua concepção, objetivos: geral e específicos, o perfil do egresso, sua estrutura curricular, a descrição dos componentes curriculares do currículo, dentre outros assuntos pertinentes, fundamentado na Resolução nº CNE/CES 04/2005, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração.

O Curso de Marketing do Centro FB procura manter um olhar sobre a atual realidade da região onde está inserido como também, a realidade brasileira, assumindo uma visão prospectiva, com a incorporação de tecnologias inovadoras, estímulo à flexibilização e interação entre outros setores. Assim, este Projeto tem como meta atingir demandas sociais, tendo como foco a valorização do profissional e do seu meio ambiente.

Acredita-se que a formação integral do profissional será alcançada por meio da transmissão de conteúdos de formação fundamental, interdisciplinar, da integração das demais áreas do saber, garantindo-se formação cultural geral e humanística, que será realizada através da transmissão dos conteúdos gerais e específicos do Administrador, das vivências e práticas necessárias à formação de qualidade.

Objetiva-se ainda possibilitar ao acadêmico o aprender, o conhecer, o desenvolvimento humano, o aprender a viver juntos, o exercício da cidadania, e o aprender a fazer, significando a qualificação para o trabalho. Eles implicam no aprender a querer melhor desenvolver a personalidade, a capacidade de autonomia, de discernimento e de responsabilidade social dos sujeitos em formação, aspecto que está entre os desafios propostos pelo projeto do Curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito.

Assim sendo, busca-se promover uma sólida formação, aliada à capacitação técnica para atuação nas mais diversas áreas e carreiras administrativas, bem como em todos os setores sociais, atendendo às demandas locais, regionais e internacionais, que são preocupações permanentes dos docentes, discentes e corpo técnico envolvidos na constante atualização e implementação deste projeto.

O Projeto Pedagógico do Curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito representa, sem dúvida, o expresso compromisso que o curso assume perante a sociedade, a comunidade acadêmica e científica, de buscar continuamente a promoção do ensino de qualidade.

### 1.11. Verificar o cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso (caso existam).

Não se aplica na o Curso de Marketing.

### 1.12. Identificar as Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Básica para cursos de licenciatura.

Não se aplica

### 1.13. Verificar as especificidades do Despacho Saneador e o cumprimento das recomendações, em caso de Despacho Saneador parcialmente satisfatório.

Não se aplica

### 1.14. Informar os Protocolos de Compromisso, Termos de Saneamento de Deficiência (TSD), Medidas Cautelares e Termo de Supervisão e observância de diligências e seu cumprimento, se houver.

Não se aplica

### 1.15. Informar o turno de funcionamento do curso.

Turno de Funcionamento do Curso de Marketing:

De segunda a sexta feira (Turno: Matutino e Noturno)

Sábado (Turno Matutino)

### 1.16. Informar a carga horária total do curso em horas e em hora/aula.

Carga Horária do Curso de Marketing

3.480 horas-disciplina equivalente a 3.000 horas-relógio

### 1.17. Informar o tempo mínimo e o máximo para integralização.

Integralização Curricular

Mínimo - 8 semestres (4 anos)

Máximo - 14 semestres (7 anos)

### 1.18. Identificar o perfil do(a) coordenador(a) do curso (formação acadêmica; titulação; regime de trabalho; tempo de exercício na IES; atuação profissional na área). No caso de CST, consideração e descrição do tempo de experiência do(a) coordenador(a) na educação básica, se houver.

## Dimensão 1: Análise preliminar

A coordenação do Curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito está a cargo do Prof. Ms Rodolfo Marco Di Giulio.

Bacharel em Administração, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Mestre em Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente, Centro Universitário SENAC, 2011; Mestrado Empresarial (MBA), Fundação Dom Cabral. Exerceu diversas funções no ramo empresarial, é professor universitário desde 2013 e coordena o curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito desde fevereiro de 2014.

Área de Formação: Administração

Titulação Máxima: Mestre

Regime de Trabalho : TI

O coordenador atua em tempo Regime Integral de dedicação (TI) ao curso, com 40 horas semanais. De acordo com o Regimento Geral o coordenador preside tanto o colegiado do curso quanto o NDE. Está a disposição para atendimento aos alunos, docentes e realização de reuniões com o Colegiado de Curso e o NDE. Encaminha alunos e professores, quando necessário, para o atendimento psicopedagógico. Monitora as atividades acadêmicas para que tenham o sucesso esperado. Organiza atividades de nívelamento para os alunos com dificuldades de aprendizagem e se mantém atualizado com relação à legislação educacional e a referente ao exercício profissional. Dialoga com a Reitoria do Centro Universitário Farias Brito para informá-la sobre as necessidades do curso, solicitando medidas saneadoras quando necessário, sempre exercendo suas funções regimentais.

O profissional escolhido para o cargo de Coordenador de Curso apresenta as características pessoais, incluindo seu amplo relacionamento tanto no meio acadêmico, como na área profissional. Os contatos com dirigentes e profissionais de sucesso facilitam a promoção de intercâmbios e palestras para os alunos do curso.

1.19. Calcular e inserir o IQCD, de acordo com o item 4.9 da Nota Técnica nº 16/2017, Revisão Nota Técnica Nº 2/2018/CGAGIES/DAES.

Não se aplica

1.20. Discriminar o número de docentes com titulação de doutor, mestre e especialista.

DOCENTES DO CURSO DE MARKETING FB UNI

Professor Graduação Titulação Máxima

- 1 Bruno Leitão Rocha - Administração - Mestre em Administração e Controladoria
- 2 Cintya Oliveira de Carvalho - Psicologia - Mestra em Psicologia
- 3 Fernanda Denardin Gonçalves - Pedagogia - Doutora em Educação
- 4 Helena Stela Sampaio - Direito - Doutora em Sociedade e Meio Ambiente
- 5 João Henrique Viana de Sousa - Administração Mestre em Administração e Controladoria
- 7 José Helano Matos Nogueira - Ciências da Computação - Doutor em Ciências da Computação
- 8 Leonardo Mendes Lacerda de Menezes - Administração - Mestre em Administração de Empresas
- 9 Lídia Valesca Pimentel Rodrigues - Sociologia - Doutora em Sociologia
- 10 Mardônio e Silva Guedes História - Doutor em História
- 11 Marina Kataoka Barros - Letras - Mestra em Linguística
- 12 Raimundo Roberto Nobre Pinho - Ciências Econômicas - Mestre em Administração de Empresas
- 13 Rodolfo Marco Di Giulio - Administração - Mestre em Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente
- 14 Talyta Eduardo Oliveira - Ciências Contábeis - Mestre em Ciências Contábeis

1.21. Indicar as disciplinas a serem ofertadas em língua estrangeira no curso, quando houver.

não se aplica.

1.22. Informar oferta de disciplina de LIBRAS, com indicação se a disciplina será obrigatória ou optativa.

A disciplina de LIBRA faz parte da grade curricular do Curso de Marketing, sendo oferecida de forma OPTATIVA.

1.23. Explicitar a oferta de convênios do curso com outras instituições e de ambientes profissionais.

Convênio Com a Fundação Getúlio Vargas - FGV

Convênio com o Centro de Integração Empresa Escola - CIEE

1.24. Informar sobre a existência de compartilhamento da rede do Sistema Único de Saúde (SUS) com diferentes cursos e diferentes instituições para os cursos da área da saúde.

Não se aplica

1.25. Descrever o sistema de acompanhamento de egressos.

Sistema de Acompanhamento de Egressos

O aluno egresso é aquele que irá por em prática a bagagem cultural, acadêmica e científica que recebeu da IES. Neste particular, é verdadeiro embaixador do referencial de qualidade do curso. Por tal razão, encontrará apoio nas ações de educação continuada, com oferta de cursos de Pós-Graduação (inclusive, com direito a usar a mesma política de desconto e concessão de bolsas do aluno graduando).

Os canais de comunicação da IES estão disponíveis para ampliação do relacionamento com os egressos, em diversas ações, disponibilizadas nas redes sociais e no link do FB Uni. Itens específicos que mantenham a Instituição como referência durante toda a carreira, tais como: boletim virtual (com divulgação de eventos e cursos de extensão), reportagens sobre mercado de trabalho e ofertas de emprego, servem de condutor para os desafios que o egresso enfrentará.

A política de acompanhamento também oportuniza que o egresso continue utilizando os espaços de estudo em grupo e individual da biblioteca, além de consulta ao próprio acervo.

1.26. Informar os atos legais do curso (Autorização, Reconhecimento e Renovação de Reconhecimento do curso, quando existirem) e a data da publicação no DOU ou, em caso de Sistemas Estaduais, nos meios equivalentes.

Credenciada como Faculdade Farias Brito pela Portaria nº 1.825 de 15/8/2001, publicada no DOU de 17/8/2001 e reconhecida pela Portaria nº 1.377 de 30/9/2011, publicada no DOU de 30/9/2011.

Em 15.05.2017, a IES teve sua transformação Acadêmica em Centro Universitário, através da Portaria no. 1.161, publicada no DOU de 18.09.2017.

Endereço: Rua Castro Monte, nº 1364, Varjota

Cidade: Fortaleza-CE – CEP: 60.175 - 230

Site: www.fbuni.edu.br – Fone: (85) 3486-9090

CNPJ: 74.000.738/0006-08

A IES possui dois Campus no município de Fortaleza:

Campus Aldeota

Endereço: Rua Castro Monte, nº 1364, Varjota

Cidade: Fortaleza-CE – CEP: 60.175 - 230

Campus Central

Endereço: Rua Barão do Rio Branco, nº 2424.

Fortaleza-CE – CEP: 60025 - 062

Direção (Resolução CONSU Nº 003, de 18 de setembro de 2017)

Tales Montano de Sá Cavalcante – Reitor

Fernanda Denardin Gonçalves – Pró-reitora Acadêmico-Administrativa

1.27. Indicar se a condição de autorização do curso ocorreu por visita (nesse caso, explicitar o conceito obtido) ou por dispensa.

Atos autorizativos

A FFB foi credenciada pela Portaria nº 1825, de 15 de agosto de 2001, publicada no DOU em 17/08/2001. Neste mesmo ato, teve autorizado seu primeiro curso de graduação – Administração, e iniciou suas atividades em 01 de outubro de 2001.

Em 2011, por ter expirado o prazo de validade do seu primeiro Projeto Institucional e com vistas a atender o que preconiza a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB, comprovou seu compromisso com o Ministério de Educação ao ser avaliada para fins de Reconhecimento (Portaria nº 1377, de 30 de setembro de 2011, DOU em 03/10/2011), reafirmando ser uma instituição de educação superior formadora de cidadãos e profissionais competentes e comprometidos com o desenvolvimento regional e nacional e com a preservação e divulgação da história do Ceará.

O Credenciamento do Centro Universitário Farias Brito, foi aprovado através da Portaria no. 1.161, de 15.09.2017, publicado no DOU de 18.09.2017, uma caminhada pautada pela qualidade. O FB UNI conta com 21 (vinte e um) Cursos, sendo 12 (doze) bacharelados e 9 (nove) tecnólogos, além de 2 (dois) campus, um localizado na Varjota e outro no Centro, ambos na cidade de Fortaleza.

1.28. Apontar conceitos anteriores de reconhecimento ou renovação de reconhecimento, se for o caso.

## Dimensão 1: Análise preliminar

No período de janeiro a abril de 2018, o Centro Universitário Farias Brito participou da realização de 5 (cinco) comissões de avaliação "in loco" para: credenciamento, autorização e Reconhecimento de Cursos obtendo o conceito máximo em quatro dos cinco processos, conforme demonstrativo a seguir:

Cursos / Conceito

Credenciamento Institucional em EAD: 5,0  
Direito – Bacharelado (autorização Campus Centro): 5,0  
Engenharia Ambiental e Sanitária - Bacharelado (reconhecimento): 5,0  
Engenharia Civil – Bacharelado (reconhecimento): 4,0  
Engenharia Elétrica – Bacharelado (reconhecimento): 5,0

Os procedimentos utilizados para a autoavaliação institucional no Centro Universitário Farias Brito são variados e complementares. A pesquisa documental é realizada a partir dos dados produzidos pelas próprias Unidades Acadêmicas ao final de cada ano letivo e dos documentos institucionais (PDI, PPI, PPC). A autoavaliação institucional leva em consideração esse conjunto de procedimentos, sem ignorar os relatórios produzidos por outras avaliações dos Cursos de Graduação e da Instituição, tais como os Relatórios do ENADE e os Relatórios de Avaliações Externas realizadas pelo INEP/MEC.

### 1.29. Informar o número de vagas autorizadas ou aditadas e número de vagas ociosas anualmente.

Número de vagas : 40 vagas anuais

### 1.30. Indicar o resultado do Conceito Preliminar de Curso (CPC contínuo e faixa) e Conceito de Curso (CC contínuo e faixa) resultante da avaliação in loco, quando houver.

Não se aplica

### 1.31. Indicar o resultado do ENADE no último triênio, se houver.

Não se aplica

### 1.32. Verificar o proposto no Protocolo de Compromisso estabelecido com a Secretaria de Supervisão e Regulação da Educação Superior (SERES), em caso de CPC insatisfatório, para o ato de Renovação de Reconhecimento de Curso.

Não se aplica

### 1.33. Calcular e inserir o tempo médio de permanência do corpo docente no curso. (Somar o tempo de exercício no curso de todos os docentes e dividir pelo número total de docentes no curso, incluindo o tempo do(a) coordenador(a) do curso).

Experiência no exercício da docência superior

Dos 14 (catorze) professores que compõem o corpo docente do Curso de Marketing do FB UNI, 86% (oitenta e seis por cento) possuem mais de três anos no exercício regular do magistério superior.

Considera-se o critério adequação da formação, no tocante ao corpo docente do Centro Universitário Farias Brito, como requisito plenamente atendido, uma vez que a totalidade dos docentes possui graduação no contexto do conhecimento das respectivas disciplinas administrativas e afins (Sociologia, Psicologia, Economia, Filosofia, Letras e outras). Ademais, a maioria possui experiência profissional, docente ou não, ligada às disciplinas ministradas.

A experiência profissional dos docentes do Centro Universitário Farias Brito deve ser avaliada conjugando a atividade profissional do magistério e as atividades exercidas fora dela, sabidamente fundamentais para a melhor atuação do professor no exercício do ensino da Marketing.

Do ponto de vista da experiência profissional, ressaltamos a grande maioria dos docentes possuem tempo de exercício profissional fora do magistério superior, em grande variedade das carreiras profissionais exercidas pelos docentes, abrangendo administradores, contadores, economista e investigação criminal.

### 1.34. Informar o quantitativo anual do corpo discente, desde o último ato autorizativo anterior à avaliação in loco, se for o caso: ingressantes; matriculados; concluintes; estrangeiros; matriculados em estágio supervisionado; matriculados em Trabalho de Conclusão de Curso – TCC; participantes de projetos de pesquisa (por ano); participantes de projetos de extensão (por ano); participantes de Programas Internos e/ou Externos de Financiamento (por ano).

CURSO BACHARELADO EM MARKETING

Quadro quantitativo anual do corpo discente, desde o último ato autorizativo anterior à avaliação in loco (2016)

INGRESSANTES

2018.1 03  
2017.2 12  
2017.1 16  
2016.2 03  
2016.1 13

Total Geral : 47

CONCLUINTES

2016.2 : 01

MATRICULADOS

2018.1 : 25  
2017.2 : 31  
2017.1 : 29  
2016.2 : 17  
2016.1 : 16

Total Geral 118

### 1.35. Indicar a composição da Equipe Multidisciplinar para a modalidade a distância, quando for o caso.

Não se aplica

## Dimensão 2: ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

5,00

2.1. Políticas institucionais no âmbito do curso.

5

**Justificativa para conceito 5:**A IES disponibilizou, in loco, as políticas institucionais constantes do Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI e desenvolvidas no âmbito do Curso, entre as quais, as políticas de acolhimento e apoio do corpo discente, as políticas de atualização dos projetos pedagógicos, as políticas de qualificação do corpo docente, as políticas de acompanhamento ao egresso, as políticas de inclusão social, as políticas de convênios, e parcerias e as políticas de inovação onde destaca-se o espaço FB Ideias que reúne uma Agência de Publicidade e Propaganda e um Centro de Inovação e Empreendedorismo e que atua no desenvolvimento de campanhas para a IES e atende ao mercado publicitário cearense, servindo, ainda, como um laboratório para os alunos do curso de Marketing. Todas essas políticas institucionais no âmbito do curso oportunizam, de alguma maneira, aprendizagem alinhada ao perfil do egresso.

2.2. Objetivos do curso.

5

**Justificativa para conceito 5:**O PPC apresenta os objetivos geral e específico do curso de Marketing, considerando o perfil de acadêmico que pretende formar. Esses objetivos atendem as demandas da sociedade no que tange às características locais e regionais com formação mais humanística e plural do discente, o que pôde ser observado em reunião com alunos do curso. Além disso, o PPC contempla disciplinas que oportunizará ao bacharel encontrar soluções para os problemas locais e regionais com destaque para o Microsoft Innovation Center Fortaleza que busca promover a transformação digital na região.

2.3. Perfil profissional do egresso.

5

**Justificativa para conceito 5:**O perfil profissional do egresso consta no PPC e apresenta-se bem detalhado quanto às competências, às habilidades e ao mercado de trabalho. Nessé contexto, é importante ressaltar que muitos egressos da IES estão se destacando a nível nacional.

2.4. Estrutura curricular. Disciplina de LIBRAS obrigatória para licenciaturas e para Fonoaudiologia, e optativa para os demais cursos (Decreto nº 5.626/2005).

5

**Justificativa para conceito 5:**O PPC estrutura sua matriz curricular para formar discentes num processo de articulação entre os componentes curriculares, e entre a teoria e a prática, com foco na inserção no mercado. O currículo do curso possui uma perspectiva de educação continuada numa realidade dinâmica e flexível propiciando integração do ensino e da prática com possibilidade de relacionar as atividades curriculares com o cotidiano dos alunos e com o contexto social. A matriz curricular do curso contempla a disciplina de Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS como optativa, conforme o Decreto nº 5.626/2005, sendo computada além da carga horária obrigatória do curso, caso os alunos optem por cursá-la.

2.5. Conteúdos curriculares.

5

## Dimensão 1: Análise preliminar

|  |     |
|--|-----|
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> Os conteúdos curriculares previstos no PPC apresentado, possibilitam o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso. No âmbito mais específico, verificou-se a existência de conteúdos curriculares que formarão o acadêmico para atuar no meio corporativo. As disciplinas obrigatórias voltadas para a educação ambiental, educação em direitos humanos e educação das relações étnico-raciais proporcionam a formação de profissionais mais completos guardando coerência com as orientações das diretrizes curriculares, contemplando os conteúdos programáticos previstos, realização de estágio curricular supervisionado e atividades complementares.  |     |
| 2.6. Metodologia.  | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> A metodologia, prevista no PPC, contempla aulas expositivas dialogadas, práticas, atividades práticas supervisionadas, elaboração e ou desenvolvimento de projeto, seminários, visitas técnicas, estágio e trabalho de conclusão de curso. Além disso, o curso utiliza-se de uma sala de aula equipada com um quadro digital e de uma sala preparada para práticas de metodologia ativa.   |     |
| 2.7. Estágio curricular supervisionado. Obrigatório para cursos cujas DCN preveem o estágio supervisionado. NSA para cursos que não contemplam estágio no PPC (desde que não esteja previsto nas DCN).   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> O Estágio Curricular Supervisionado do curso de Marketing do Centro Universitário Farias Brito é componente OBRIGATÓRIO, encontra-se institucionalizado na IES. Ele é direcionado à consolidação do perfil desejado do formando. Na IES verificou-se que as atividades de estágio procuram o ajuste ao perfil e desejos do aluno. Destaca-se ainda que o Estágio Curricular Supervisionado consiste em atividades que promovem a prática da gestão mercadológica de negócios nos diversos segmentos econômicos. Os professores/orientadores conduzem as referidas disciplinas estimulando os alunos a identificar a empresa através do estudo dos processos, analisar detalhadamente a área específica de atuação do estágio, identificar ponto de melhoria de algum processo, propor e justificar mudanças, sempre apresentando um embasamento teórico. A carga horária do estágio na IES encontra-se bem acompanhada pelo professor orientador e apresenta-se adequada. Os relatórios de atividades são apresentados ao professor orientador mensalmente, obedecendo a critérios, datas, metodologia de expressão escrita, previamente estabelecidos para orientação e avaliação. Além da atuação do professor orientador, o aluno terá ainda o acompanhamento do supervisor de campo.   |     |
| 2.8. Estágio curricular supervisionado – relação com a rede de escolas da Educação Básica. Obrigatório para licenciaturas. NSA para os demais cursos.  | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.9. Estágio curricular supervisionado – relação teoria e prática. Obrigatório para licenciaturas. NSA para os demais cursos.  | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.10. Atividades complementares. Obrigatório para cursos cujas DCN preveem atividades complementares. NSA para cursos que não contemplam atividades complementares no PPC (desde que não esteja previsto nas DCN).   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> As atividades complementares estão previstas por meio de regulamento próprio e contam do PPC da IES. Considera uma carga horária total de 144 horas, incorporando opção realizar uma grande diversidade de atividades. Foram verificadas a realização de Atividades de Extensão por parte da IES : São relacionadas à prestação de serviços à comunidade e a qualquer forma de interação entre Academia e Sociedade, ação social e voluntariado, iniciativas culturais e interdisciplinares. O Programa de Responsabilidade Social caracteriza-se pela promoção de diversas atividades voltadas para ações de responsabilidade social, objetivando a formação educacional voltada para os Direitos Humanos e o desenvolvimento, nos acadêmicos, de uma mentalidade coletiva para o exercício da solidariedade, do respeito às diferenças e da tolerância. Tais ações preocupam-se com a difusão e disseminação do conhecimento, visando combater o preconceito, a discriminação e a violência, além de promover valores como liberdade, igualdade e justiça. Atividades de Nivelamento: O objetivo é ajudar os alunos na preparação para o exercício da profissão, a IES elabora cursos de nivelamento e se coloca à disposição do aluno para ajudá-lo nesta importante etapa de sua formação acadêmico-profissional, proporcionando aulas de revisão em todas as áreas, dando amplo suporte técnico e psicológico. No Regulamento das Atividades Complementares são especificadas as formas de aproveitamento, em que podemos destacar as atividades realizadas dentro das dependências da IES, cujas horas correspondentes são lançadas nos históricos acadêmicos dos alunos participantes de acordo com os critérios mínimos de frequência e avaliação, sem necessidade de solicitação específica para o cômputo. É possível também o aproveitamento de atividades desenvolvidas por outras instituições. |     |
| 2.11. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Obrigatório para cursos cujas DCN preveem TCC. NSA para cursos que não contemplam TCC no PPC (desde que não esteja previsto nas DCN).  | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> O Curso de Marketing, Bacharelado Presencial, do Centro Universitário Farias Brito propõe o desenvolvimento de um trabalho acadêmico-científico em seu término visando aprofundar nos alunos a consciência de que os conhecimentos que serão adquiridos se justificam à medida em que são transportados para a realidade dos seus respectivos atos. O objetivo do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC é o de despertar intuição investigativa e científica do profissional quase egresso, criando uma consciência crítico-analítica. A estrutura curricular do Curso de Marketing dispõe de 144 horas para planejamento, elaboração e conclusão do trabalho acadêmico-científico. A revisão de todo referencial teórico deverá ser utilizado para a construção, desenvolvimento e conclusão do trabalho científico em uma área específica de sua escolha sob orientação de um docente. Será disponibilizado um professor-orientador para cada grupo de, no máximo, cinco alunos, para as atividades de orientação do trabalho de conclusão de curso. Na IES o TCC encontra-se institucionalizado, com carga horária definida. A orientação e coordenação é feita por professores do Curso de Marketing com as ferramentas e metodologias apropriadas objetivando o bom desenvolvimento do trabalho, com enfoque prático.  |     |
| 2.12. Apoio ao discente.   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> Para atendimento ao aluno IES apresenta: coordenação de apoio psicopedagógico e coordenação de apoio ao aluno, que tem como objetivo principal a promoção de ações voltadas ao corpo discente da IES, com vistas ao desenvolvimento de habilidades e competências fundamentais, para o fortalecimento do perfil profissional do discente. As coordenações são regidas pelas normas constituídas em regulamento próprio, realizando atendimento de apoio, encaminhando providências e exercendo a função de mediadora relacionada diretamente às demandas socioeconômicas e mediando as comunicações entre discentes/instituição e recursos/meios. Ficou evidenciado na reunião com os alunos a preocupação da IES com o acolhimento dos alunos. Outro fator importante apontado pelos alunos foi a dedicação de professores, coordenados e da equipe administrativa na resolução de problemas e demandas. Isso tudo é facilitado pelo trabalho com turmas menores onde o atendimento individual tende a apresentar melhores resultados no desenvolvimento do ensino.   |     |
| 2.13. Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa.   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> A autoavaliação interna é feita Comissão Permanente de Avaliação (CPA) promovendo a autoavaliação institucional das condições de ensino, e atua em consonância com a Diretoria no planejamento estratégico da Instituição e com seu acompanhamento (conforme documento apresentada pela IES). A autoavaliação Institucional do FB UNI ocorre de forma periódica em todas as atividades pedagógicas e administrativas, abordando as condições de ensino, avaliação do corpo docente, avaliação das instalações físicas e da imagem externa da IES. As ações de melhoria são formatadas e implementadas em decorrência dos relatórios produzidos, não apenas por meio da Avaliação Institucional, como também pelas avaliações externas (Enade, INEP MEC e outras).  |     |
| 2.14. Atividades de tutoria. Exclusivo para cursos que ofertam disciplinas (integral ou parcialmente) na modalidade a distância (conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016).  | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NÃO SE APLICA  |     |
| 2.15. Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às atividades de tutoria. Exclusivo para cursos que ofertam disciplinas (integral ou parcialmente) na modalidade a distância (conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016).   | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.16. Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no processo ensino-aprendizagem.   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> A IES fornece aos docentes uma infraestrutura de apoio para que possam utilizar a Internet, tanto na execução das aulas como no planejamento, como uma ferramenta de apoio ao ensino e não somente, como uma ferramenta de consumo de conhecimento. O Centro Universitário dispõe de meios de comunicação como: página na Internet (site), Portal do Aluno e Professor com excelentes ferramentas, sistema de Intranet, boletim eletrônico, quadros de aviso, outros. Foi constatada a necessidade da assinatura de alguns bancos de dados, tais como Econômica, Bloomberg, Proquest, jornais, revistas especializadas (Meio e Mensagem), por parte da IES, que serviriam de apoio aos projetos didático pedagógicos.  |     |
| 2.17. Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). Exclusivo para cursos que ofertam disciplinas (integral ou parcialmente) na modalidade a distância (conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016).   | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.18. Material didático. NSA para cursos que não contemplam material didático no PPC.  | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.19. Procedimentos de acompanhamento e de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem.   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> A avaliação na IES é entendida como um processo, integra todos os momentos da relação ensino-aprendizagem, não podendo ser concebida como um momento estanque. O FB UNI projeta todos os seus cursos e atividades em harmonia com as suas bases filosóficas e princípios metodológicos, garantindo, desta forma, uma coerência com a Missão, os Objetivos Institucionais, o PPC, assim como com as propostas pedagógicas dos seus Cursos de Graduação.   |     |
| 2.20. Número de vagas.   | 5   |
| <b>Justificativa para conceito 5:</b> O número de vagas para o curso está fundamentado em estudos periódicos, quantitativos e qualitativos, elaborados pelo Grupo Santander (2018), pesquisa da GEM - Global Entrepreneurship Monitor que comprovam sua adequação à dimensão do corpo docente e às condições de infraestrutura física e tecnológica para o processo de ensino-aprendizagem. Outro estudo recente da Endeavor (2017) destaca que a cidade de Fortaleza subiu 27 posições no Índice de Cidades Empreendedoras (ICE), mostrando mais agilidade no ambiente empreendedor. O segmento varejista, comércio de bens e serviços, de uma maneira geral é onde estão situada a maior parte dos micro e pequenas empresas do Estado do Ceará.   |     |
| 2.21. Integração com as redes públicas de ensino. Obrigatório para licenciaturas. NSA para os cursos que não contemplam integração com as redes públicas de ensino no PPC.   | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.22. Integração do curso com o sistema local e regional de saúde (SUS). Obrigatório para cursos da área da saúde que contemplam, nas DCN e/ou no PPC, a integração com o sistema local e regional de saúde/SUS.   | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |
| 2.23. Atividades práticas de ensino para áreas da saúde. Obrigatório para cursos da área da saúde que contemplam, nas DCN e/ou no PPC, a integração com o sistema local e regional de saúde/SUS.   | NSA |
| <b>Justificativa para conceito NSA:</b> NSA  |     |

**Dimensão 1: Análise preliminar**

2.24. Atividades práticas de ensino para licenciaturas. Obrigatório para licenciaturas. NSA para os demais cursos.

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**NSA

**Dimensão 3: CORPO DOCENTE E TUTORIAL****5,00**

3.1. Núcleo Docente Estruturante – NDE.

5

**Justificativa para conceito 5:**O NDE da IES é constituído por 5 docentes (incluindo o coordenador) do Curso de Marketing. Todos os membros possuem titulação acadêmica de pós-graduação stricto sensu com mais de 20% dos membros em regime de tempo integral. Verifica-se nas atas que as reuniões do NDE ocorrem frequentemente para discutir e definir as atualizações necessárias no PPC do curso para atender as necessidades de qualidade de ensino e as demandas sociais, econômicas e profissionais.

3.2. Equipe multidisciplinar. Exclusivo para cursos que ofertam disciplinas (integral ou parcialmente) na modalidade a distância (conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016).

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.3. Atuação do coordenador.

5

**Justificativa para conceito 5:**A coordenação do Curso está a cargo do Prof. Rodolfo Marco Di Giulio que é Bacharel em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Mestre em Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente pelo Centro Universitário SENAC. O professor, que exerceu diversas funções no ramo empresarial, é professor universitário desde 2013 e coordena o curso de Marketing desde fevereiro de 2014. O coordenador atua em tempo integral de dedicação ao curso, com 40 horas semanais e, com base no Regimento Geral, preside tanto o colegiado do curso quanto o NDE. Durante a visita verificou-se que o coordenador do curso mantém um relacionamento muito cordial com discentes, técnicos administrativos e docentes e está, na medida do possível, à disposição para atendimento aos alunos, docentes e realização de reuniões com o Colegiado de Curso e o NDE. Além disso, mantém estreito diálogo com a Reitoria da IES para apresentar as necessidades do curso e, quando necessário, solicitar medidas saneadoras. Por fim, as características pessoais do coordenador, incluindo seu amplo relacionamento tanto no meio acadêmico como na área profissional, contribuem para a elaboração de planos de ação com definição de indicadores de desempenho favorecendo, dessa forma, a integração e melhoria contínua do curso.

3.4. Regime de trabalho do coordenador de curso.

5

**Justificativa para conceito 5:**O coordenador do curso, Prof. Rodolfo Marco Di Giulio, atua em tempo integral de dedicação ao curso, com 40 horas semanais, sendo 20 horas dedicadas a atividades desenvolvidas na coordenação do curso, onde preside tanto o colegiado do curso quanto o NDE e contribui para a elaboração de planos de ação voltados a integração e melhoria contínua do curso.

3.5. Corpo docente.

5

**Justificativa para conceito 5:**Conforme observado no PPC, o corpo docente do Curso de Marketing é composto por 14 docentes, todos com titulação em pós-graduação stricto sensu (mestre e/ou doutor). Todavia, verificou-se no currículo dos professores (e foi confirmado em reunião com estes) que há pouco envolvimento com atividades de pesquisa, o que diminui a capacidade do corpo docente de utilização dos conteúdos dos componentes curriculares para fomentar e elucidar a aplicação prática e contextualizada, além de não permitir a produção do conhecimento por meio de grupos de estudo/pesquisa com publicação de resultados relevantes.

3.6. Regime de trabalho do corpo docente do curso.

5

**Justificativa para conceito 5:**Regime de trabalho da IES prevê, para o Curso de Marketing, a lotação de docentes em tempo integral, parcial e horista. No regime de tempo integral, contabiliza-se 40 horas de trabalho semanal, sendo 50% (cinquenta por cento) das horas exercidas em atividades de planejamento, avaliação, gestão, estudos, pesquisa, trabalhos de extensão e orientação de alunos. No regime de tempo parcial, estão os professores contratados com 12 (doze) ou mais horas semanais de trabalho, sendo 25% (vinte e cinco por cento) das horas reservadas para estudos, gestão, extensão, planejamento, avaliação e orientação de alunos. São contratados como horistas os professores cujo regime de trabalho não observa os critérios anteriores e a destinação de carga horária não prevê tempos para outras atividades diferentes do magistério. São 03 (três) os docentes contratados em tempo integral. Entre eles, estão o Coordenador Acadêmico, 09 (nove) docentes contratados em regime parcial, 1 (um) professor horista.

3.7. Experiência profissional do docente. Excluída a experiência no exercício da docência superior. NSA para cursos de licenciatura.

5

**Justificativa para conceito 5:**O corpo docente da IES possui, em sua maioria, formação na área específica da disciplina que ministra, possuindo como titulação ou mestrado ou doutorado. Além da afinidade acadêmica, todos possuem experiência profissional aplicada no conteúdo trabalhado em sala, facilmente verificável nos registros do currículo Lattes ou na carteira profissional. Tal perfil permite discussões em torno da integralização curricular e das práticas pedagógicas adotadas, bem como a realização da transdisciplinaridade por meio de movimento didático harmonioso e coerente com o projeto pedagógico a ser executado. Entre os membros do corpo docente encontram-se profissionais de variadas carreiras, como administradores, gestores de Marketing, economistas, advogados, psicóloga, sociólogo e historiador. A unidade da formação, aliada à diversidade das atuações, garante uma postura didática abrangente e consistente, fundamental para o sucesso do Projeto Pedagógico do Curso de Marketing.

3.8. Experiência no exercício da docência na educação básica. Obrigatório para cursos de licenciatura e para CST da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. NSA para os demais cursos.

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.9. Experiência no exercício da docência superior.

5

**Justificativa para conceito 5:**O perfil do egresso almejado, constante no PPC exige um corpo docente experiente e capacitado para concretizar suas especificidades de atuação para compreender a ambiência interna e externa das organizações e tomar decisões em cenários de profundas transformações, e solução adequadas de conflitos. Por isso foram escolhidos professores para o Curso de Marketing com média superior de experiência docente e atuação profissional bem diferenciada em seus campos de atuação. Isso possibilita a promoção de ações que irão identificar o perfil dos acadêmicos que está mais afeto à formação profissional proposta, bem como suas dificuldades e anseios; indicando o uso adequado da linguagem ao público identificado, sem perda do aspecto técnico, permitindo a internalização dos conteúdos por meio de exemplos, casos próprios do meio em que estão inseridos, que é muito rico. Demonstrou-se pela formação acadêmica, que tem previsão e incentivo pelo Programa de Capacitação Docente e pelas experiências de docência a capacidade de elaborar atividades que promovam a aprendizagem de alunos com dificuldades. Destacaram-se em sua autonomia de regência pela liderança que exercem em seus coletivos de turma e dentro do corpo docente, também para o reconhecimento de sua produção seja nas atividades de ensino e extensão, seja cientificamente.

3.10. Experiência no exercício da docência na educação a distância. NSA para cursos totalmente presenciais.

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.11. Experiência no exercício da tutoria na educação a distância. NSA para cursos totalmente presenciais.

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.12. Atuação do colegiado de curso ou equivalente.

5

**Justificativa para conceito 5:**O Curso de Marketing na IES, conta com Colegiado de Curso, regido por regulamento próprio. Observando o regulamento percebe-se que há planejamento de atuação dos colegiados do curso, que é nomeado para sua atuação institucional, tendo representatividade do Corpo Docente (com quatro professores), do Corpo Técnico (com um funcionário relacionado à Gestão do Curso), do Corpo Discente (com um representante que será escolhido por indicação do Diretório Acadêmico, e em sua falta pelo Conselho de Representantes de Turmas) e da Sociedade Civil (com um representante). As reuniões têm periodicidade determinada de pelo menos uma por semestre, mas também podem ser feitas extraordinariamente mediante demanda, e suas reuniões são registradas em atas. As decisões registradas em atas têm seu fluxo consorte o assunto demandado, mas sempre no sentido de encaminhamento, seja para a Coordenação do Curso ou Representação de Unidades Curriculares, ou mesmo gestão acadêmica realizada pelo Departamento de Assuntos Acadêmicos. Os registros das atas são físicos, arquivados em pastas e disponibilizados na Secretaria do Curso, por meio da qual também se dá o acompanhamento e execução de seus processos e decisões. A realização de avaliação periódica coincide com a avaliação institucional, que é semestral, o que favorece a implementação ou ajuste de práticas de gestão.

3.13. Titulação e formação do corpo de tutores do curso. NSA para cursos totalmente presenciais.

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.14. Experiência do corpo de tutores em educação a distância. Exclusivo para cursos que ofertam disciplinas (integral ou parcialmente) na modalidade a distância (conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016).

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.15. Interação entre tutores (presenciais – quando for o caso – e a distância), docentes e coordenadores de curso a distância. Exclusivo para cursos que ofertam disciplinas (integral ou parcialmente) na modalidade a distância (conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016).

NSA

**Justificativa para conceito NSA:**nua.

3.16. Produção científica, cultural, artística ou tecnológica.

5

**Justificativa para conceito 5:**A IES disponibilizou nas pastas dos docentes, em cópia, os documentos que evidenciam a produção científica, cultural, artística dos mesmos, bem como seu registro no currículo lattes, também disponibilizados e atualizados em cópia da plataforma, confirmando a veracidade das informações. Por meio de quadro sintetizador das informações referentes ao corpo docente disponibilizado pela IES e simples cálculo foi possível constatar que dos 14 professores do quadro docente, 9 deles possuem pelo menos 9 produções nos últimos 3 anos, totalizando 71% do curso. Sendo a maioria da produção de caráter científico em livros, revistas especializadas, anais de congressos e mostras de pesquisa e do próprio curso, o que evidencia também o apoio institucional para a produção científica por meio de veículos próprios com ISSN, como a Revista FFBUSINESS e os Cadernos de Pesquisa e Docência.

**Dimensão 4: INFRAESTRUTURA****5,00**

4.1. Espaço de trabalho para docentes em tempo integral.

5

**Justificativa para conceito 5:**A IES dispõe de sala climatizada para docentes em tempo integral com excelentes gabinetes que adaptam a todos os aspectos de suas necessidades, em uma análise sistêmica e global, com disponibilidade de equipamentos de informática conectado à Internet para todos os seus usuários. Todos estes gabinetes têm excelentes condições de privacidade, dimensão, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, acessibilidade plena, conservação e comodidade. Eles garantem ainda, privacidade para uso dos recursos, para o atendimento a discentes e orientandos, e para a guarda de material e equipamentos pessoais.

4.2. Espaço de trabalho para o coordenador.

5

## Dimensão 1: Análise preliminar

**Justificativa para conceito 5:** O espaço de trabalho destinado ao coordenador do curso de Marketing viabiliza as ações acadêmicas e as tarefas administrativas. Possui equipamentos de informática modernos e adequados, permite o atendimento de alunos ou grupos com privacidade. Verificou-se que as tecnologias disponibilizadas ao coordenador permite formas distintas de trabalho para melhor aproveitamento dos alunos. Por exemplo, sala especialmente equipada com mesas para a realização de trabalhos em grupo, jogos de empresas.

4.3. Sala coletiva de professores. NSA para IES que possui espaço de trabalho individual para todos os docentes do curso. 5

**Justificativa para conceito 5:** A sala coletiva de professores viabiliza o trabalho docente, apresenta acessibilidade, possui recursos de tecnologias da informação e comunicação apropriados para o quantitativo de docentes, permite o descanso e atividades de lazer e integração e dispõe de apoio técnico-administrativo próprio e espaço para a guarda de equipamentos e materiais. Verificou-se que a IES dispõe de sala de professores que atende aos requisitos de dimensão, conservação, acústica, acessibilidade e comodidade, com espaço para a guarda de equipamentos e materiais dos professores. O espaço possui também recursos de tecnologia de informação. Um aspecto interessante verificado, atendendo a demanda da Comissão Própria de Avaliação – CPA, é que a IES fornece lanches, para os professores nos intervalos das aulas.

4.4. Salas de aula. 5

**Justificativa para conceito 5:** Verificou-se na IES que todas as salas de aula são climatizadas de forma moderna, com ar condicionado tipo SPLIT (condição mais necessária devido ao clima local) e atendem aos requisitos de dimensão, luminosidade, limpeza e conservação. O número de salas de aula é compatível com o número de alunos matriculados. Apenas uma observação com relação a qualidade acústica das salas. Ela poderia ser revista, com um tratamento acústico adequado, dando mais conforto e capacidade de concentração aos alunos e professores. Constatou-se ainda que salas são equipadas com bons recursos audiovisuais (computador, projetores multimídia, notebooks, e caixas de som disponíveis) como apoio aos professores e alunos. Esses recursos proporcionam experiências de ensino aprendizagem diferenciadas. Quanto ao requisito de acessibilidade, as salas de aula, assim como toda a estrutura da Instituição, conforme Decreto nº 5.296/2004, possui condições de acesso para portadores de necessidades especiais, tais como rampas, portas amplas e local demarcado em sala de aula.

4.5. Acesso dos alunos a equipamentos de informática. 5

**Justificativa para conceito 5:** Foi verificado que a IES disponibiliza recursos de informática aos seus alunos (recursos de hardware e software), segundo as necessidades do Curso de Marketing, todos atendendo às aulas e às monitorias. Os alunos possuem também acessos aos laboratórios fora dos horários de aulas, com acompanhamento. Além dos diferentes softwares, disponibiliza também acesso a Internet de rede sem fio. O Coordenador do Curso e os alunos confirmaram que os softwares passam por uma avaliação periódica, para checar a qualidade e a sua adequação ao curso.

4.6. Bibliografia básica por Unidade Curricular (UC). 5

**Justificativa para conceito 5:** Constatou-se que para a bibliografia básica foram adotados um mínimo de três títulos físicos e um título virtual por disciplina, além de periódicos da EBSCO, de acordo com orientações do NDE do Curso de Marketing. A bibliografia é atualizada periodicamente para atender aos conteúdos propostos, bem como à modificação da área, com exemplares suficientes para satisfazer a necessidade do curso. Segundo relato do Coordenador do Curso de Marketing e da reunião mantida com os alunos, a direção da IES procura atender todos os pedidos de compra de livros, buscando uma atualização bibliográfica. Logicamente buscando atender critérios de custo/benefício. Todos os livros encontram-se informatizados na Biblioteca e tombados no patrimônio da IES. Um dos exemplares da bibliografia básica é disponibilizado de forma digital na biblioteca virtual. Nos casos dos títulos virtuais, há garantia de acesso físico na IES, com instalações e recursos tecnológicos que atendem à demanda e à oferta ininterrupta via internet, bem como de ferramentas de acessibilidade e de soluções de apoio à leitura, estudo e aprendizagem. O acervo possui exemplares, ou assinaturas de acesso virtual, de periódicos especializados que suplementam o conteúdo administrado

4.7. Bibliografia complementar por Unidade Curricular (UC). Considerar o acervo da bibliografia complementar para o primeiro ano do curso (CST) ou para os dois primeiros anos (bacharelados/licenciaturas). 5

**Justificativa para conceito 5:** Nota-se que o acervo da bibliografia complementar é adequado em relação às unidades curriculares e aos conteúdos descritos no PPC e está atualizado, considerando a natureza do curso. A IES adotou cinco títulos por disciplina de forma física ou digital, através da assinatura da Minha Biblioteca, além dos periódicos da EBSCO. Foram consideradas as literaturas mais relevantes e mais recentes de forma a atender a matriz curricular. Verificou-se que a quantidade de exemplares é suficiente para satisfazer as necessidades dos alunos e os livros encontram-se informatizados na Biblioteca e tombados no patrimônio da IES. Constituindo uma importante fonte de apoio técnico à formação acadêmica, o acervo para o Curso de Marketing é formado também por obras de referências complementares, artigos acadêmicos, folhetos, vídeos, com títulos e exemplares em número suficiente para a quantidade de alunos matriculados e atendem a proposta pedagógica do Curso. Da mesma forma, está referendado por relatório de adequação, assinado pelo NDE, comprovando a compatibilidade, em cada bibliografia complementar.

4.8. Laboratórios didáticos de formação básica. NSA para cursos que não utilizam laboratórios didáticos de formação básica, conforme PPC. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.9. Laboratórios didáticos de formação específica. NSA para cursos que não utilizam laboratórios didáticos de formação específica, conforme PPC. 5

**Justificativa para conceito 5:** A IES disponibiliza laboratórios especializados que são utilizados para aulas práticas, demonstrativas, estudos e aplicação de programas e projetos existentes na Instituição, atendendo plenamente às necessidades dos cursos, de acordo com o PPC. Os laboratórios especializados são espaços voltados para a construção coletiva dos saberes do curso. Para tanto, normas de funcionamento, de utilização e de segurança propiciam um atendimento eficiente aos estudantes e professores do curso, nos aspectos de adequação, acessibilidade, atualização de equipamentos e disponibilidade de recursos. O Laboratório de Informática dispõe de softwares específicos para o uso dos alunos na sua área de conhecimento. O Laboratório de Computação Científica dispõe de 50 computadores. O espaço físico e a quantidade de equipamentos são suficientes para atender da melhor forma possível aos usuários, com climatização ambiental, cores apropriadas, iluminação, circulação e layout condizentes, possuindo quantidade de insumos, materiais e equipamentos condizentes com os espaços físicos e o número de vagas. Os laboratórios são destinados a realização de aulas práticas. O professor é auxiliado na realização das práticas por técnico e/ou monitor, se necessário. O espaço físico e a quantidade de equipamentos são suficientes para atender da melhor forma possível aos usuários, de acordo com a relação equipamentos versus número de alunos.

4.10. Laboratórios de ensino para a área de saúde. Obrigatório para os cursos da área de saúde, desde que contemplado no PPC e DCN. NSA para os demais cursos. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.11. Laboratórios de habilidades. Obrigatório para os cursos da área de saúde, desde que contemplado no PPC. NSA para os demais cursos. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.12. Unidades hospitalares e complexo assistencial conveniados. Obrigatório para os cursos da área de saúde, desde que contemplado no PPC. NSA para os demais cursos. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.13. Biotérios. Obrigatório para os cursos da área de saúde, desde que contemplado no PPC. NSA para os demais cursos. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.14. Processo de controle de produção ou distribuição de material didático (logística). NSA para cursos que não contemplam material didático no PPC. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.15. Núcleo de práticas jurídicas: atividades básicas e arbitragem, negociação, conciliação, mediação e atividades jurídicas reais. Obrigatório para Cursos de Direito, desde que contemplado no PPC. NSA para os demais cursos. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.16. Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Obrigatório para todos os cursos que contemplem, no PPC, a realização de pesquisa envolvendo seres humanos. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

4.17. Comitê de Ética na Utilização de Animais (CEUA). Obrigatório para todos os cursos que contemplem no PPC a utilização de animais em suas pesquisas. NSA

**Justificativa para conceito NSA:** NSA

## Dimensão 5: Considerações finais.

### 5.1. Informar o nome dos membros da comissão de avaliadores.

MARCELO FELIPPE FIGUEIRA JÚNIOR - Avaliador

WENDER RODRIGUES DE SIQUEIRA - Avaliador

### 5.2. Informar o número do processo e da avaliação.

Número do processo : 201722070

Código da Avaliação: 145062

### 5.3. Informar o nome da IES e o endereço (fazer o devido relato em caso de divergência).

CENTRO UNIVERSITÁRIO FARIAS BRITO

Rua Castro Monte, 1364 Bairro Varjota  
Fortaleza - CE  
CEP 60175-230

### 5.4. Informar o ato autorizativo.



## Dimensão 1: Análise preliminar

### ATOS AUTORIZATIVOS

A IES foi credenciada pela Portaria nº 1825, de 15 de agosto de 2001, publicada no DOU em 17/08/2001. Neste mesmo ato, teve autorizado seu primeiro curso de graduação – Administração, e iniciou suas atividades em 01 de outubro de 2001. Em 2011, por ter expirado o prazo de validade do seu primeiro Projeto Institucional e com vistas a atender o que preconiza a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB, comprovou seu compromisso com o Ministério de Educação ao ser avaliada para fins de Recredenciamento (Portaria nº1377, de 30 de setembro de 2011, DOU em 03/10/2011), reafirmando ser uma instituição de educação superior formadora de cidadãos e profissionais competentes e comprometidos com o desenvolvimento regional e nacional e com a preservação e divulgação da história do Ceará. O Credenciamento do Centro Universitário Farias Brito, foi aprovado através da Portaria n o . 1.161, de 15.09.2017, publicado no DOU de 18.09.2017, uma caminhada pautada pela qualidade. O FB UNI conta atualmente com 21 (vinte e um) Cursos, sendo 12 (doze) bacharelados e 9 (nove) tecnólogos, atuando de 2 (dois) campus, um localizado na Varjota e outro no Centro, ambos na cidade de Fortaleza - CE.

#### 5.5. Informar o nome do curso, o grau, a modalidade e o número de vagas atuais.

a) Nome do Curso

Curso de Marketing - Bacharelado

Modalidade: Presencial

Título conferido: Bacharel em Marketing

Renovado de Reconhecimento através da Portaria No. 574 de 30.09.2016.

b) Carga Horária do Curso

3.480 horas-disciplina equivalente a 3.000 horas-relógio

c) Oferta

Segunda a Sexta feira (Turno: Matutino e Noturno)

Sábado (Turno Matutino)

d) N° de Vagas

40 vagas anuais

e) Nome da Mantida

Centro Universitário Farias Brito – FB UNI

f) Endereço de Funcionamento do Curso

Rua Castro Monte, 1364 - Bairro - Varjota, CEP 60.175-230, Fortaleza – CE

Fone: (85) 3486-9000

g) Integralização Curricular

Mínimo – 8 semestres (4 anos)

Máximo – 14 semestres (7 anos)

#### 5.6. Explicitar os documentos usados como base para a avaliação (PDI e sua vigência; PPC; relatórios de autoavaliação - informar se integral ou parcial; demais relatórios da IES).

Documentos utilizados como base para Avaliação:

Plano de Desenvolvimento Institucional- PDI - Vigência 2018-2022

Projeto Pedagógico do Curso - PPC do Curso de Marketing - Vigência 2018-2022

Projeto Pedagógico de renovação do Curso de Marketing

Pasta de documentos individuais do corpo docente - integral

Núcleo Docente Estruturante - NDE

Relatório da CPA - Comissão Própria de Avaliação

Regulamento da CPA

Atas do NDE

Atas do Colegiado

Projetos de Extensão

Pastas dos Professores

Regimento da Faculdade

Manual de Estágio

TI - Trabalhos Interdisciplinares

Demais relatórios da IES.

#### 5.7. Redigir uma breve análise qualitativa sobre cada dimensão.

## Dimensão 1: Análise preliminar

O CENTRO UNIVERSITÁRIO FARIAS BRITO está localizado na cidade de Fortaleza, Estado do Ceará, possuindo duas unidades de ensino, uma no bairro de Varjota e outra no centro de Fortaleza.

A principal unidade de ensino está localizada mais especificamente no bairro de Varjota, região bastante desenvolvida, próximo ao bairro mais nobre da cidade (residencial e varejo de bens e serviços): a Aldeota. Esse bairro é composto de um varejo de luxo, imóveis de altíssimo padrão, hotéis de luxo na orla marítima, restaurantes e shopping centers sofisticados.

### Dimensão 1- Análise qualitativa

Como objetivo institucional pode-se observar que a IES tem o processo educativo comprometido com a qualidade de ensino e como os interesses da comunidade. Em reunião mantida com os alunos, nessa visita, nota-se claramente esse comprometimento e o nível de satisfação dos alunos.

A IES resente de recursos financeiros para poder impulsionar o crescimento no número de alunos, sempre atenta a possibilidade de implantação de novos cursos.

Notou-se o cumprimento das DCN para o curso: o investimento na formação é crescente na comunidade acadêmica da IES, principalmente no que diz respeito aos professores e alunos, numa formação cidadã, comprometida com a sociedade local.

### Dimensão 2 - Organização Didático-Pedagógica

No âmbito do Curso de Marketing, verificou-se que o PDI tem sido na IES um instrumento que vem norteando as práticas gerenciais da instituição.

A IES entende que a educação tem como objetivo primordial a inserção do homem no contexto social. Essa prática por parte da IES está sendo bem desenvolvida pela entidade, podendo até ser ampliada.

Os relatos de alunos, professores mostraram que as decisões na IES são tomadas de forma ágil tanto pela coordenação do Curso, como pela direção.

Outro fator observado em reunião mantida com os alunos é que os conteúdos curriculares do Curso de Marketing, integrantes do PPC, têm contribuído para a evolução do perfil profissional do aluno.

A grande maioria dos alunos do Curso procura estagiar desde cedo na área o que facilita processo didático pedagógico.

No que tange a Tecnologia de Informação na IES nota-se a necessidade de uma modernização com relação a softwares dedicados, assinatura de banco de dados e de periódicos digitais ligados a área de Marketing, como o periódico Meio e Mensagem, por exemplo.

### Dimensão 3 - Corpo Docente e Tutorial

O NDE da IES é composto por cinco membros, todos professores do curso de Marketing. Foi verificada a participação deles no acompanhamento, na consolidação e atualização do PPC do Curso de Marketing.

O coordenador do curso atua em tempo integral, o que facilita as demandas acadêmicas e administrativas.

O corpo docente é formado por doutores, mestres e especialistas como experiência profissional e no magistério dentro da sua área de atuação.

A reunião com os professores do curso ora avaliado, foi muito proveitosa. A participação dos docentes foi intensa e demonstrou o interesse deles pelo desenvolvimento do ensino na instituição.

Pudemos avaliar também o comprometimento dos professores com os alunos e com a escola IES. Os relatos das experiências dos docentes foram marcantes.

Sem dúvida, o grande patrimônio do Centro Universitário Farias Brito é composto pelo seu corpo docente e por toda sua equipe técnico-administrativa.

### 4- Infraestrutura

Os professores de tempo integral tem espaço confortável para suas atividades de ensino e pesquisa. Os espaços destinados a orientação de alunos também são adequados, com recursos digitais e de informática.

O coordenador tem uma sala própria, confortável, bem iluminada e mobiliário apropriado para a função de estudo, preparação de aulas, pesquisa, atendimento de alunos, orientação, atender professores, visitantes e a direção.

As salas de aula precisam de uma reforma/modernização da acústica, como já mencionado.

A Biblioteca encontra-se bem montada, disponibilizando os livros constantes da bibliografia recomendada.

De maneira geral, nós da comissão de avaliadores ficamos muito bem impressionados com o Centro Universitário Farias Brito, com a dedicação de seus professores, dos técnicos e a direção.

## Considerações finais da comissão de avaliadores e conceito final :

### CONSIDERAÇÕES FINAIS DA COMISSÃO DE AVALIADORES

A Visita de Avaliação ao Centro Universitário FARIAS BRITO, em Fortaleza - CE, transcorreu dentro da normalidade, sendo realizada no período de 05 a 08/dez/2018.

Fomos muito bem recebidos por parte da direção através Pró Reitora Acadêmico Administrativa - Prof. Dra. Fernanda Dernadin Gonçalves, pelo Coordenador do Curso de Marketing, Prof. Msc Rodolfo Marco Di Giulio, demais professores, alunos e pelos profissionais técnico administrativos.

Durante toda a visita tivemos um clima produtivo e muito amistoso. Tudo foi preparado com muito profissionalismo para a visita.

Toda a documentação muito bem organizada a disposição, facilitando a consulta.

Os alunos em reunião agendada pela coordenação deram ênfase a qualidade do atendimento que recebem tanto dos professores, como do pessoal administrativo da escola, pelo fato das turmas não serem muito numerosas. Suas demandas são rapidamente resolvidas pela coordenação e pelos colaboradores administrativos.

O fato mais marcante dessa visita foi a excelente impressão que nós avaliadores tivemos da qualidade do ensino da FARIAS BRITO, demonstrada nas estatísticas nacionais da educação, através dos diversos rankings educacionais no país.

Esses resultados vêm, certamente, pela dedicação da sua direção, do corpo docente, dos colaboradores e, principalmente, dos seus alunos.

### CONCEITO FINAL CONTÍNUO

5,00

### CONCEITO FINAL FAIXA

5