

PROJETO PEDAGÓGICO

CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA EM EMPREENDEDORISMO E MÍDIAS SOCIAIS

Santo Antônio de Jesus - Bahia

2019

ESTRUTURA ADMINISTRATIVA

REITOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA BAHIA – IFBA
RENATO DA ANUNCIÇÃO FILHO

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO
JOSÉ ROBERTO SILVA DE OLIVEIRA

DIRETORA GERAL PRO TEMPORE DO CAMPUS
EDNA DA SILVA MATOS

DIRETORIA DE ENSINO
JULYANA MOTA DE MOURA

DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E PATRIMÔNIO
HUMBERTO ATAÍDE SANTIAGO JÚNIOR

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	
Local de realização/ <i>campus</i> : IFBA - <i>campus</i> de Santo Antônio de Jesus	
Telefone: +55(71) 3221-0394	HOME-PAGE: http://www.santoantonio.ifba.edu.br/
Título: Curso de Empreendedorismo e Mídias Sociais	
Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios	
Classificação: Curso FIC – Formação Inicial e Continuada	
Carga Horária: 80 horas	
Escolaridade mínima: Ensino Médio completo	
Número de vagas do curso: 20	
Frequência da oferta do curso: Anual	
Periodicidade das aulas: duas vezes por semana	
Modalidade da oferta: Presencial	
Turno: vespertino	
Investimento: o curso é totalmente gratuito	
DADOS DO RESPONSÁVEL	
Proponente: Lidiane Santana Cruz	
Cargo: Professor Substituto – Administração	
Lotação (Setor): Campus de Santo Antônio de Jesus	
Telefone: (71) 3221-0394	E-mail: extensao.saj@ifba.edu.br

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO5
2. JUSTIFICATIVA5
3. OBJETIVOS DO CURSO7
4. PÚBLICO ALVO7
5. PERFIL DO EGRESSO7
6. MATRIZ CURRICULAR8
7. EMENTÁRIO8
8. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS10
9. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO12
10. APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO12
11. INSTALAÇÃO E EQUIPAMENTOS13
12. CERTIFICAÇÃO**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**
13. BIBLIOGRAFIA13

1. APRESENTAÇÃO

O presente documento apresenta o projeto do curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) em Empreendedorismo e Mídias Sociais, que buscará capacitar alunos com noções e conceitos básicos para a produção de conteúdo digital a partir de estratégias de marketing, bem como possibilitar o compartilhamento dos mesmos nas diversas mídias sociais existentes em de apoio às atividades pessoais, profissionais e acadêmicas.

O enfoque deste curso é a preparação dos estudantes para o empreendedorismo e para a criação de conteúdos voltados às mídias sociais como instrumento do fazer profissional, bem como de interação com a sociedade. Para tanto serão oferecidas aulas presenciais, no Laboratório de Informática do IFBA, *campus* de Santo Antônio de Jesus, assim, separadas:

- a. Empreendedorismo – 12h
- b. Marketing – 18h
- c. Mídias Sociais – 12h
- d. Produção Gráfica para Redes Sociais – 18h
- e. Projeto de Conclusão de Curso – 20h

Ao final, espera-se que os alunos participantes tenham adquiridas algumas competências que englobem a capacidade de divulgar um produto/serviço no canal *online*; analisar e aplicar as melhores estratégias para desenvolver o seu projeto; e identificar as melhores plataformas para cada anúncio em específico e medir os resultados das suas campanhas *online*.

2. JUSTIFICATIVA

O município de Santo Antônio de Jesus, situado no extremo sul da região Recôncavo da Bahia, assume papel de relevante importância regional como centro de comércio de serviços, sendo considerada a “Capital do Recôncavo” (Santo Antônio de Jesus, 2016). Sua estrutura

econômica está alicerçada em três setores básicos: agropecuária, indústria e comércio e serviços. Sendo este último responsável por aproximadamente 80% do PIB do município.

Nesse sentido, a formação constante dos seus cidadãos (trabalhadores e possíveis trabalhadores), representa ponto primordial no constante desenvolvimento econômico municipal e regional. Em especial, a capacitação tecnológica representa um fator preponderante nesse cenário, visto que a tecnologia está disseminada por todos os setores da cadeia produtiva e possui papel fundamental no dia-a-dia da população. Mesmo aqueles que não dispõem de computadores em casa ou no trabalho convivem com recursos tecnológicos e deles dependem direta ou indiretamente.

Partindo do pressuposto da importância da tecnologia nas vidas das pessoas, bem como o bom convívio com elas, os Institutos Federais configuram-se como um agente facilitador desse processo, já que da sua criação pela Lei 11.892/2008, no Art. 6º tem por finalidade e característica *“... ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas na atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional”*. Já no Art. 7º da mesma Lei 11.892/2008 encontra-se como um dos objetivos *“... ministrar cursos de formação inicial e continuada de trabalhadores, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais, em todos os níveis de escolaridade, nas áreas da educação profissional e tecnológica”*.

Desta forma, a oferta do Curso FIC em Empreendedorismo e Mídias Sociais, na modalidade presencial, justifica-se como uma opção para a formação de profissionais qualificados, favorecendo a inserção no mercado de trabalho, considerando-se os avanços tecnológicos e a informatização das atividades nos estabelecimentos industriais, comerciais, bancários, entre outros.

Portanto, este curso, além de possibilitar a formação profissional constitui uma ação do IFBA, *campus* de Santo Antônio de Jesus, em prol da promoção do desenvolvimento socioeconômico do município e região.

3. OBJETIVOS DO CURSO

Geral

O objetivo do Curso de Empreendedorismo e Mídias Sociais é capacitar o aluno com noções e conceitos para empreender e produzir de conteúdo digital a partir de estratégias de Marketing, bem como possibilitar o compartilhamento dos mesmos nas diversas mídias sócias existentes em apoio às atividades pessoais, profissionais e acadêmicas.

Específicos

- a) Desenvolver a criatividade e o senso empreendedor necessário para a gestão de marketing voltada ao atendimento das demandas regionais;
- b) Implementar estratégias de marketing voltadas para empreendimentos locais através do usos das mídias sócias;
- c) Análise dos resultados das suas campanhas online.

4. PÚBLICO ALVO

O curso FIC em Empreendedorismo e Mídias Sociais, na modalidade presencial, é destinado ao público de forma geral, com escolaridade mínima de Ensino Médio completo e conhecimento prévio em Informática.

5. PERFIL DO EGRESSO

Este curso é destinado a estudantes e profissionais de qualquer área do conhecimento que estejam a fim de adquirir e/ou aprofundar suas habilidades em Empreendedorismo e Mídias Sociais, utilizando recursos multimidiáticos, que proporcionem uma formação profissional que o torne apto a desenvolver atividades nesta área de gestão. O aluno terá conhecimentos

específicos que podem ser aplicados no seu dia a dia profissional, e que contribuem para alavancar sua carreira ou desenvolver o seu próprio negócio.

6. MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular do curso FIC em Empreendedorismo e Mídias Sociais, na modalidade presencial, está organizada por componentes curriculares em regime modular, com uma carga horária total de 80 horas. Cada hora aula dos cursos é definida como tendo 60 min h/a (sessenta minutos, hora/aula) de duração.

No Quadro 1, abaixo, está descrita a matriz curricular do curso e a seguir são apresentadas as ementas das disciplinas.

Quadro 1 – Matriz Curricular

Ordem	Componentes Curriculares	Carga Horária Total
1.	Empreendedorismo	12 h
2.	Marketing	18 h
3.	Mídias Sociais	12 h
4.	Produção Gráfica para Redes Sociais	18 h
5.	Projeto de Conclusão de Curso	20 h
CARGA HORÁRIA TOTAL		80 h

7. EMENTÁRIO

Disciplina: Empreendedorismo	Carga Horária: 12 h
Ementa: Empreendedorismo e plano de negócio. Cultura empreendedora. Introdução ao conceito de Economia Criativa. Elementos da Criatividade. O papel de projetos criativo para o desenvolvimento econômico dos países.	
Bibliografia: ARAÚJO FILHO, Geraldo Ferreira de. Empreendedorismo criativo . Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.	

BERNARDES, Cyro. **Você pode criar empresas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

CAVALCANTI, Marly; FARAH, Osvaldo Elias; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico: Criação e Gestão de Pequenas Empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

CHER, Rogério. **Empreendedorismo na veia**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

LOZINSKY, Sérgio. **Implementando empreendedorismo na sua empresa**. São Paulo: M. Books, 2009

Disciplina: Marketing	Carga Horária: 18 h
------------------------------	----------------------------

Ementa: Evolução histórica; Segmentação e comportamentos dos consumidores; Desenvolvimento do Marketing: Marketing Digital; Processo de integração do Marketing Digital no Marketing Tradicional; Vantagens do Marketing Digital sobre Marketing Tradicional; Importância das Métricas.

Bibliografia:

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

GIGLIO, Ernesto. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

KENDZERSKI, Paulo Roberto. **Livro web marketing e comunicação digital**. Livro Web Marketing, 2009.

Disciplina: Mídias Sociais	Carga Horária: 12 h
-----------------------------------	----------------------------

Ementa: O papel e a importância das Mídias Sociais; Estratégia nas Redes Sociais; Marketing de Conteúdo: Blog's, Vídeos, Fóruns, Grupos, Web Sites e Ferramentas para Marketing de Conteúdo; Redes Sociais; Monitoramento de resultados: Geração de resultados.

Bibliografia:

KENDZERSKI, Paulo Roberto. **Livro Web Marketing e Comunicação Digital**. Livro Web Marketing, 2009.

PAULI, Anderson Thomas et al. **O Comportamento do Consumidor no Comércio Eletrônico**.

SEBRAE. E-book **Marketing Digital**,. Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/Arquivos-Gratuitos/Ebook-Marketing-Digital>>. Acesso em 8 de agosto de 2017.

<p>RAFAEL REZ. Marketing de Conteúdo. Disponível em: http://www.marketingdeconteudo.com.br/marketing-de-conteudo/guia-completo-de-ferramentas-de-marketing-de-conteudo>. Acesso em 8 ago. 2017.</p>	
<p>Disciplina: Produção gráfica para redes sociais</p>	<p>Carga Horária: 18 h</p>
<p>Ementa: A linguagem visual e seus elementos básicos: conceitos e fundamentos da composição. A imagem e sua manipulação em softwares de edição. A produção gráfica e sua correta utilização no desenvolvimento de projetos gráficos e em redes sociais.</p>	
<p>Bibliografia: UNARI, Bruno. Designer e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes, 2002. BAER, Lorenzo. Produção Gráfica. São Paulo: Senac, 2009. BERGSTRÖM B. Fundamentos da Comunicação Visual. Edições Rosari. São Paulo, 2009.</p>	
<p>Disciplina: Projeto de Conclusão de Curso</p>	<p>Carga Horária: 20 h</p>
<p>Ementa: Desenvolvimento de empreendimentos locais utilizando as mídias sociais na promoção do marketing digital.</p>	

8. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS

A metodologia é um conjunto de procedimentos empregados para atingir os objetivos propostos. Respeitando-se a autonomia dos docentes na transposição didática dos conhecimentos selecionados nos componentes curriculares, envolvem as atividades didático-pedagógicas, com vistas a promover o desenvolvimento dos conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas a determinadas bases tecnológicas, científicas e instrumentais.

Tendo-se como foco principal a aprendizagem dos discentes, serão adotadas estratégias de ensino que apresentam diferentes práticas. Neste contexto, encontra-se abaixo uma síntese do conjunto de princípios pedagógicos que podem ser adotados no decorrer do curso:

- Envolver os alunos na avaliação de seu processo educativo visando uma tomada de consciência sobre o que sabem e o que precisam e/ou desejam aprender;

- Propor, negociar, planejar e desenvolver projetos envolvendo os alunos e a equipe docente, visando não apenas simular o ambiente profissional, mas também desenvolver habilidades para trabalho em equipe, onde os resultados dependem do comprometimento e dedicação de todos e os erros são transformados em oportunidades ricas de aprendizagem;
- Contextualizar os conhecimentos, valorizando as experiências dos alunos e seus conhecimentos prévios, sem perder de vista a (re)construção dos saberes;
- Problematizar o conhecimento, sem esquecer de considerar os diferentes ritmos de aprendizagens e a subjetividade do aluno, incentivando-o a pesquisar em diferentes fontes;
- Respeitar a cultura específica dos discentes, referente a seu pertencimento social, étnico racial, de gênero, etário, religioso e de origem (urbano ou rural);
- Adotar diferentes estratégias didático-metodológicas (seminários, debates, atividades em grupo, atividades individuais, projetos de trabalho, grupos de estudos, estudos dirigidos, atividades práticas e outras) como atividades avaliativas;
- Adotar atitude interdisciplinar e transdisciplinar nas práticas educativas, isto é, assumir que qualquer aprendizado, assim como qualquer atividade, envolve a mobilização de competências e habilidades referidas a mais de uma disciplina, exigindo, assim, trabalho integrado dos professores, uma vez que cada um é responsável pela formação integral do aluno;
- Utilizar recursos tecnológicos adequados ao público envolvido para subsidiar as atividades pedagógicas;
- Adotar técnicas flexíveis de planejamento, prevendo mudanças e rearranjos futuros, em função da melhoria no processo de aprendizagem.

Nota-se uma variedade de técnicas, instrumentos e métodos de ensino a disposição. Esse ecletismo é resultado das diversas teorias pedagógicas adotadas ao longo dos tempos. Diante dessa diversidade, os docentes deverão privilegiar metodologias de ensino que reconheçam o professor como mediador do processo de ensino.

Salienta-se a necessidade dos docentes estarem permanentemente atentos ao comportamento; concentração; atenção; participação e expressões faciais dos alunos, uma vez que estes são excelentes parâmetros do processo educacional.

9. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO

O processo avaliativo será formativo, levando em consideração o acompanhamento e evolução no decorrer do curso. Além disso, serão considerados os conhecimentos teóricos e práticos e as transformações comportamentais adquiridas no desenvolvimento das aulas.

No desenvolvimento deste curso, a avaliação do desempenho escolar será feita por componente curricular (podendo integrar mais de um componente), considerando aspectos de domínio do conteúdo teórico e das técnicas apresentadas na disciplina, participação nas aulas, demonstrando interesse e iniciativa, assiduidade/pontualidade, ética e postura profissional. Para se alcançar os objetivos da avaliação serão utilizados como instrumentos: questionários; trabalhos individuais e/ou de equipe; atividades práticas, desenvolvidas de acordo com a necessidade do curso; testes escritos e/ou práticos; auto avaliação.

A assiduidade diz respeito à frequência diária às aulas teóricas, práticas e aos trabalhos escolares. A mesma será registrada diariamente pelo professor, no Diário de Classe, por meio de chamada ou lista de presença.

A avaliação docente será feita, pelos alunos, por meio do preenchimento de formulário próprio ao final de cada módulo e auto avaliação.

10. APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO

O aluno será considerado apto a qualificação e certificação desde que tenha aproveitamento mínimo de 60% (sessenta por cento) na média geral do curso e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

11. INSTALAÇÃO E EQUIPAMENTOS

Para realização do curso será necessário um laboratório de informática contando com a estrutura definida no Quadro 2.

Quadro 2 – Estrutura do Laboratório de Informática

Item	Material
1.	20 Computadores conectados à Internet
2.	Quadro Branco
3.	Projektor Multimídia

12. CERTIFICAÇÃO

Após a conclusão do curso, o estudante receberá o Certificado de Conclusão do Curso de Formação Inicial e Continuada em Empreendedorismo e Mídias Sociais com carga horária de 80 horas.

13. BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. Guia Pronatec de Cursos FIC. Disponível em: <http://pronatec.mec.gov.br/index.php>

_____. Lei nº 11.892 de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília/DF: 2008.

Santo Antônio de Jesus (BA). Prefeitura. 2016. Disponível em: <http://prefeiturasaj.ba.gov.br/cidade/>. Acesso em: mar. 2016.