



HOMOLOGAÇÃO		
D.M. 3	/ 12	1999
D.O.U. 6	/ 12	1999 Seção 1 P. 8
ATO: PM 1731	3/12/99	
D.O.U. 7	/ 12	1999 Seção 1 P. 7

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO**

985/99

INTERESSADO/MANTENEDORA FEBASP-Sociedade Civil/ Faculdade de Belas Artes de São Paulo		UF SP
ASSUNTO Autorização para o funcionamento do curso de Marketing, bacharelado		
RELATOR (a) CONSELHEIRO (a) Arthur Roquete de Macedo		
PROCESSO Nº 23000-006826/96-11 e 23000-010302/97-15		
PARECER Nº : CES 985/99	CÂMARA OU COMISSÃO CES	APROVADO EM: 09/11/99

I - RELATÓRIO

O presente processo trata de pedido de autorização para o funcionamento do curso de Marketing, bacharelado, a ser ministrado na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo, mantida pela FEBASP-Sociedade Civil.

O pedido, protocolado em 30 de maio 1996, foi negado por meio do Parecer CES/CNE nº 331/97, que acolheu o Relatório nº 152/97 da Comissão de Especialistas de Ensino de Administração, contrário à recomendação do projeto.

Contra esse parecer a Instituição impetrou recurso que foi deferido pelo Conselho Pleno (Parecer CP/CNE nº 96/99) no sentido de dar prosseguimento ao processo com vistas à visita de Comissão para verificar "in loco" as condições de oferta do curso.

O Parecer CP/CNE nº 96/99 contrapondo-se à Comissão de Especialistas que atribuiu baixo conceito dado ao curso e à negativa de recomendação do projeto ao "aspecto grave da apresentação das mesmas bases filosóficas e sociológicas, missão e estrutura curricular, ementas e bibliografias, que constam de nove outros projetos analisados e também não recomendados", acatou o arrazoado da Instituição e considerou, primeiramente, que a Comissão de Especialistas de Administração utilizou, para a análise, os parâmetros recomendados para os cursos de Administração, que são inadequados para os cursos de Marketing. Considerou, também, irrelevante para a análise, o fato ao qual se refere os especialistas, quanto à semelhança da proposta apresentada com nove outras negadas, tendo em vista que ao atender a legislação vigente os currículos apresentam algumas semelhanças.

Designada a Comissão de Verificação (Portaria nº 871 de 21 de Junho de 1999) os trabalhos foram realizados no período de 22 a 24 de julho de 1999 e resultaram em Relatório favorável à autorização para o funcionamento do curso, com atribuição de conceito global final A. Nos seis itens avaliados, quais sejam: projeto pedagógico, corpo docente, qualificação do coordenador do curso, infra-estrutura física e recursos materiais e infra-estrutura tecnológica, a Instituição obteve conceito B em relação ao coordenador do curso, merecendo conceito A em todos os demais itens. A Comissão Verificadora conclui seu relatório nos seguintes termos:

“Após a visita realizada a todas as dependências da Instituição, contatos e entendimentos com Dirigentes, Coordenador do Curso, Professores, Bibliotecária e Funcionários esta Comissão Verificadora conclui que:


- 1- A mantenedora é idônea, já possuindo experiência na área de ensino.
- 2- Há necessidade social comprovada para o curso de Marketing no nível de qualidade que está sendo projetado pela Instituição.
- 3- A organização didático-pedagógica (grade curricular), conforme aqui apresentada, atende aos requisitos legais e de qualidade previstos.
- 4- O corpo docente entrevistado, compromissado em lecionar no 1º ano do curso é qualificado, titulado e apto ao exercício do magistério, atendendo aos padrões de qualidade estabelecidos pela SESu/MEC.
- 5- A infra-estrutura física e os recursos materiais existentes e disponíveis são suficientes para o início das atividades de Marketing. O plano de investimentos para a Biblioteca e dos laboratórios, através da construção de novos prédios e da aquisição de novos livros e equipamentos, há de melhorar ainda mais os padrões de qualidade do curso.

Assim sendo, recomendamos a autorização do curso de Marketing, ...”.(Proc.FL.nº149)

II- VOTO DO RELATOR

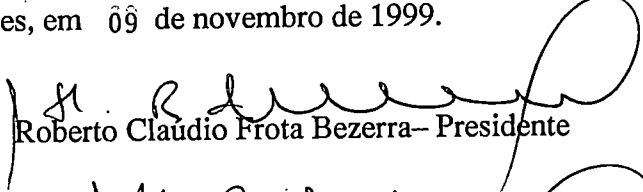
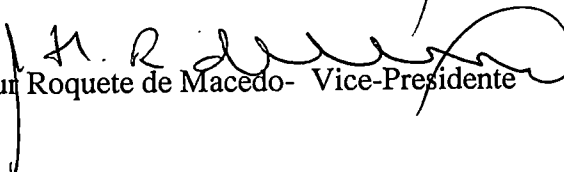
O relator, após análise dos autos, manifesta-se de acordo com o Relatório dos especialistas e vota favoravelmente à autorização para o funcionamento do curso de Marketing, bacharelado, a ser ministrado na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo, mantida pela FEBASP- Sociedade Civil, com 100 (cem) vagas totais anuais, distribuídas em turmas de 50 (cinquenta) alunos, no regime seriado semestral, no turno noturno.

Brasília-DF, 09 de novembro de 1999


Conselheiro Arthur Roquete de Macedo – Relator

III – DECISÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior acompanha o voto do Relator.
Sala das Sessões, em 09 de novembro de 1999.


n | Conselheiros | Roberto Cláudio Frota Bezerra – Presidente

Arthur Roquete de Macedo – Vice-Presidente

Par 985/99
ARTHUR
20.10.99

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

RELATÓRIO/SESu/COSUP Nº 776 /99

Processos nº : 23000.006826/96-11 e 23000.010302/97-15
Interessado(a) : FEBASP - SOCIEDADE CIVIL
CGC : 62.294.053/0001-10
Assunto : Autorização para o funcionamento do curso de Marketing, bacharelado, a ser ministrado pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo, na cidade do São Paulo, no Estado do São Paulo.

I - HISTÓRICO

A FEBASP - Sociedade Civil - solicitou a este Ministério, nos termos da Portaria Ministerial n.º 181/96, a autorização para o funcionamento do curso de Marketing, com 100 vagas totais anuais, no turno noturno.

O mérito acadêmico do projeto pedagógico do curso foi analisado pela Comissão de Especialistas de Ensino de Administração, que se manifestou contrária à continuidade de sua tramitação, uma vez que os requisitos de qualidade necessários não foram contemplados, Parecer DEPES/SESu nº 610/97.

A Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação analisou a proposta e indeferiu o prosseguimento da tramitação do processo, nos termos do Parecer CES/CNE n.º 331, de 18/07/97. A Instituição apresentou recurso contra a decisão do referido Parecer em 19/09/97. O recurso foi indeferido, em 15 de outubro de 1997, pelo Presidente do Conselho Nacional de Educação por não atender ao prazo fixado pela Resolução CNE 03/97.

Em 03 de abril de 1998, o Secretario Executivo do Conselho Nacional de Educação encaminhou o referido processo à SESu/MEC para fins de análise da respectiva Comissão de Especialistas de Ensino.

SR

Em 16 de abril de 1998, a Comissão de Especialistas de Ensino de Administração examinou o recurso apresentado pela IES e ratificou a manifestação contrária à aprovação do projeto de autorização do curso. Reafirmou que o conceito D atribuído ao mesmo, prendeu-se ao “aspecto grave da apresentação das mesmas bases filosóficas e sociológicas, missão e estrutura curricular, ementas e bibliografias, que constam de nove outros projetos analisados e também não recomendados.”

Posteriormente, a Câmara de Educação Superior do CNE retomou o recurso apresentado pela IES e a nova proposta pedagógica. Emitiu o Parecer CP/CNE nº 96, em 06/04/99, favorável ao prosseguimento da tramitação do processo, por considerar que a CEE de Administração utilizou para a análise os parâmetros recomendados para cursos de Administração, que são inadequados para os cursos de Marketing. Considerou, também, irrelevante para a análise, o fato observado pela CEE de Administração, que se refere à semelhança da proposta apresentada com nove outras negadas, tendo em vista que ao atender a legislação vigente os currículos apresentam alguma semelhança.

A fim de verificar as condições existentes para a oferta do curso, a SESu/MEC designou a Comissão Avaliadora pela Portaria nº 871, constituída pelos professores Carlos César Ferreira Vargas, da Universidade Gama Filho, Sérgio Pereira Lobo, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná e a Técnica em Assuntos Educacionais, Ana Maria Tiseo, da Representação do MEC no Estado de São Paulo.

Os trabalhos de avaliação foram realizados no período de 22 a 24 de julho de 1999 e a Comissão apresentou relatório favorável ao funcionamento do curso de Marketing, com 100 (cem) vagas totais anuais, distribuídas em turmas de 50 (cinquenta) alunos, no sistema seriado semestral, turno noturno. Atribuiu às condições iniciais de oferta do curso o conceito global A.

II - MÉRITO

A Comissão Avaliadora constatou, mediante visita à Instituição e análise efetivada nos documentos processuais, as condições plenamente satisfatórias para a oferta do curso de Marketing pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo. Foram realizados ajustes na grade curricular original em razão dos avanços tecnológicos na área e em atenção ao perfil profissional para área de Marketing.

SR

Acompanham este relatório os anexos:

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

B - Corpo docente;

C - Organização curricular.

III - CONCLUSÃO

Encaminhe-se o presente processo à Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, acompanhado do relatório da Comissão Avaliadora, que se manifestou favorável à autorização para o funcionamento do curso de Marketing, bacharelado, com o conceito global A atribuído às condições iniciais de sua oferta, a ser ministrado pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo, mantida pela FEBASP - Sociedade Civil -, na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo, com cem vagas totais anuais, distribuídas em cinquenta vagas semestrais, no turno noturno.

À consideração superior.

Brasília, 17 de outubro de 1999.



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



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

ANEXO A

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

A.1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Nº do Processo: 23000.006826/96-11 e 23000.010302/97-15

Instituição: Faculdade de Belas Artes de São Paulo

Curso	Mantenedora	Total vagas/ anuais	Turnos de funcionamento	Regime de matrícula	Carga horária total	Tempo mínimo de IC*	Tempo máximo de IC*
Marketing	FEBASP – Sociedade Civil	100	Noturno	Seriado Semestral	3.200 h/a	04 anos	07 anos

*Integralização curricular

A.2 CORPO DOCENTE

QUALIFICAÇÃO		
Titulação	Área do conhecimento	Totais
Doutores	Linguística (2), Antropologia	03
Mestres	Economia, Turismo, Ciências, Administração (doutorandos (2), Publicidade e Relações Públicas, Direito, Informática, Matemática (doutoranda)	09
Total		12
Regime de trabalho: TI: 04 professores, TP: 04 professores e Horistas: 04 professores		
O corpo docente apresenta adequação entre a qualificação do professor e a disciplina para qual foi indicado.		

SL

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

INSTALAÇÕES FÍSICAS

As instalações são adequadas, bem estruturadas, com fácil acesso às principais vias públicas. Os recursos instrucionais e as salas de aula são em número suficiente para o início das atividades. O plano de expansão, em edifício ao lado das atuais instalações, está em fase final de conclusão.

LABORATÓRIOS (instalações e equipamentos)

O laboratório de Informática atende às necessidades iniciais do curso para até 50 alunos, considerando-se um equipamento/aluno. Os equipamentos são de última geração e estão interligados em rede. Não existem softwares específicos, que deverão ser adquiridos pela IES durante o desenvolvimento do curso.

BIBLIOTECA

(acervo disponível, modernização operacional, instalações e gestão administrativa)

Acervo geral: 15.047 títulos em 16.398 volumes; acervo específico: 1.172 títulos em 2.121 volumes. A Comissão atribuiu o conceito A ao item biblioteca.

CORPO DOCENTE

4 CORPO DOCENTE INDICADO

4.1 QUADRO DO CORPO DOCENTE POR DISCIPLINA, PROFESSOR, TITULAÇÃO, SITUAÇÃO E ENDEREÇO

- Listar a relação das disciplinas indicando os professores por elas responsáveis

DISCIPLINA	PROFESSOR	TITULAÇÃO	SITUAÇÃO POSTERIOR ANÁLISE PERMANECE/ EXCLUÍDO/ SUBSTITUÍDO	ENDEREÇO
1º SEMESTRE/SÉRIE				
Economia	Fauzi Tímaco Jorge	- Bacharel em C. Econômicas - PUC/SP -1981 - Mestre em Economia Internacional - PUC/SP 1987	Tendo em vista alterações na grade curricular em relação ao projeto inicial, todos os professores foram substituídos, por uma melhor titulação	Rua Jesuíno Maciel, 1023 Ap. 112 - C. Belo - S. Paulo - CEP 04615-002 - Tel (011) 5561-7100
Introdução ao Marketing	Telma Dam de Zapata	- Bacharel em Turismo pela PUC/SP, 1991 - Especialista em Administração de Marketing UNIB/SP, 1993 - Mestre em Turismo - ECA/USP, 1998	IDEM	Rua Barão do Triunfo, 1320 - Campo Belo - CEP 04602-005 - S. Paulo - Tel. (011) 938 - 4924
Introdução às Ciências Sociais	Ubiratã Antônio Moreira de Araujo	- Graduado em Estudos Sociais, FCL de Avaré, 1971. - Mestre em Ciências, USP, 1986	IDEM	Rua Prof. Djalma Bento, 317 São Paulo - CEP. 04678-020 - Fone: (11) 247-0801
Comunicação e Expressão	Sandra Palomo	- Bacharel e Lic. em Letras, USP, 1972 - Especialista em Letras, PUC/SP, 1972 Mestrado em Semiótica e Lingüística, USP, 1989. - Doutora em Lingüística, USP, 1989	IDEM	Rua Agariba, nº174 - V. Romana - S. Paulo - CEP 05053-010 - Tel. (011) 3021-0081

[Handwritten signature]

Métodos e Técnicas da Pesquisa	Maria Celia Creschi Coimbra	- Bacharel em Ciências Sociais - Mestre em Ciências Sociais Doutora em Antropologia. - Pós-doutorado (em andamento)	IDEM	Rua Joaquim, 580, Ap. 157, Bela Vista - São Paulo - Fone: (11)542-0656
Teoria da Administração I	Cláudio Alves	- Bacharel em Administração, UNICID/SP, 1985 - Especialista em organização, Fac. São Judas Tadeu, 1987 - Mestre em Administração em Administração, PUC/SP, 1996 - Doutorando em Educação, PUC/SP, em andamento	IDEM	Rua Serra de Japi, 313 - Ap. 124 - São Paulo - CEP. 03309-000 - Tel. (011) 293-9716 e (011) 9992-5435 (celular)
Tópicos Especiais em Marketing I	Cláudio José de Andrade	- Bacharel em Comunicação, Universidade Anhembi Murumbi, 1986. - Especialização em Teoria da Comunicação, Fac. Cásper Líbero, 1994. - Mestre em Publicidade e Relações Públicas, ECA/USP, 1994	IDEM	Rua Caxingui, São Paulo, CEP. 0516-030, Tel. (11) 3721-5759
2º SEMESTRE				
Teoria da Comunicação	Cláudio José de Andrade	- Bacharel em Comunicação, Universidade Anhembi Murumbi, 1986. - Especialização em Teoria da Comunicação, Fac. Cásper Líbero, 1994. - Mestre em Publicidade e Relações Públicas, ECA/USP, 1994	IDEM	Rua Caxingui, São Paulo, CEP. 0516-030, Tel. (11) 3721-5759
Contabilidade Introdutória	Luiz Carlos Pereira de Souza	- Bacharel em Ciências Contábeis, PUC/SP, 1983 - Mestre em Administração, PUC/SP, 1995 - Doutorando em Educação	IDEM	Rua Confidência Musical, 116 - Pirituba - CEP 05134-360 - S. Paulo, Tel: 834-0452




16

Direito Empresarial	Marcus Vinicius Lopes R. Gonçalves	- Bacharel em Direito, PUC/SP, 1987. - Mestrado em Direito Tributário. PUC/SP, 1999	IDEM	Av. Dr. Cirilo, 225, São Paulo - CEP. 05599-000 - Fone: (11) 232-8642
Inglês Instrumental	Clovis Osvaldo Gregorim	- Bacharel em Letras - Mestre em Lingüística - Doutor em Lingüística	IDEM	Av. Santo Amaro, 1532, Ap. 82, CEP. 04752-010 - São Paulo - Fone: (11) 547-9416
Estatística	Lazslo Peter Andraz Umenyi	- Bacharel em Economia, FESP/PR, 1980. - Mestre em Informática, USP, 1988	IDEM	Rua Macapá, 94, CEP. 01251-080 - São Paulo, Fone: (11) 262-6999
Teoria da Administração II	Cláudio Alves	- Bacharel em Administração, UNICID/SP, 1985 - Especialista em organização, Fac. São Judas Tadeu, 1987 - Mestre em Administração em Administração, PUC/SP, 1996 - Doutorando em Educação, PUC/SP, em andamento	IDEM	Rua Serra de Japi, 313 - Ap. 124 - São Paulo - CEP. 03309-000 - Tel. (011) 293-9716 e (011) 9992-5435 (celular)
Matemática Financeira	Milkes Yone Alvarenga	- Bacharel em Ciências da Comunicação, UNESP, 1992. - Mestre em Matemática Aplicada e Computacional, UNESP, 1995. - Doutoranda em Matemática Aplicada, UNICAMP	IDEM	Rua Alm. Marques Leão, 656, Ap. 504, Bela Vista - São Paulo - CEP. 01330-902 - Fone: (11) 9128-0433
Tópicos Especiais em Marketing II	Telma Dam de Zapata	- Bacharel em Turismo pela PUC/SP, 1991 - Especialista em Administração de Marketing UNIB/SP, 1993 - Mestre em Turismo - ECA/USP, 1998	IDEM	Rua Barão do Triunfo, 1320 - Campo Belo - CEP 04602-005 - S. Paulo - Tel. (011) 938 - 4924

3.5- Após os ajustes realizados na grade original, tendo em vista estar ultrapassada, incluiu-se Tópicos Especiais em Marketing em todos os semestres do curso. As alterações foram realizadas em razão dos novos avanços na área, e de acordo com o novo perfil do profissional de Marketing. O currículo do curso passou a contar com 3.200 horas conforme a seguir:

3.6 - QUADRO COM NOVA GRADE CURRICULAR POR SEMESTRE/SÉRIE

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA	PRÉ-REQUISITO
1º SEMESTRE		
Economia	80	
Introdução ao Marketing	80	
Introdução às Ciências Sociais	40	
Comunicação e Expressão	40	
Métodos e Técnicas da Pesquisa	40	
Teoria da Administração I	80	
Tópicos Especiais em Marketing I	40	
TOTAL	400	
2º SEMESTRE		
Teoria da Comunicação	40	
Contabilidade Introdutória	80	
Direito Empresarial	40	
Inglês Instrumental	40	
Estatística	80	
Teoria da Administração II	40	
Matemática Financeira	40	
Tópicos Especiais em Marketing II	40	
TOTAL	400	
3º SEMESTRE		
Administração Financeira e Custos	80	
Comunicação Empresarial	40	
Planejamento Empresarial	80	
Introdução à Comunicação Social	80	
Psicologia Social e Comportamento do Consumidor	80	
Tópicos Especiais em Marketing III	40	
TOTAL	400	
4º SEMESTRE		
Administração de Marketing	80	
Administração de Recursos Humanos	80	
Administração do Composto Promocional I	80	
Gestão da Transformação Organizacional	40	
Sistemas de Informação para Marketing	80	
Tópicos Especiais em Marketing IV	40	
TOTAL	400	

Handwritten signature and initials

122

5º SEMESTRE		
Administração do Composto Promocional II	80	
Desenvolvimento e Gerência de Produtos e Serviços I	80	
Gestão da Qualidade Total	80	
Marketing e Sociedade	40	
Administração de Vendas	80	
Tópicos Especiais em Marketing V	40	
TOTAL	400	
6º SEMESTRE		
Administração e Planejamento de Preços	80	
Desenvolvimento e Gerência de Produtos e Serviços II	40	
Marketing de Serviços	80	
Planejamento de Sistemas e Vias de Distribuição	80	
Planejamento Estratégico de Marketing	80	
Tópicos Especiais em Marketing VI	40	
TOTAL	400	
7º SEMESTRE		
Avaliação e Controle do Desempenho em Marketing	40	
Marketing Cultural	40	
Marketing de Varejo	80	
Telemarketing	40	
Tópicos Especiais em Marketing VII	40	
Projeto Experimental I (Trabalho de Conclusão de Curso)	160	
TOTAL	400	
8º SEMESTRE		
Marketing Esportivo	40	
Marketing Internacional	80	
Marketing para Organizações não Lucrativas	40	
Marketing de Pessoas	40	
Tópicos Especiais em Marketing VIII	40	
Projeto Experimental II (Trabalho de Conclusão de Curso)	160	
TOTAL	400	
TOTAL GERAL	3.200	

[Handwritten signature]