



Governo do Estado de Pernambuco
Secretaria de Educação
Conselho Estadual de Educação

INTERESSADA: AUTARQUIA DE ENSINO SUPERIOR DE GARANHUNS (AESGA)/FACULDADES INTEGRADAS DE GARANHUNS (FACIGA)

ASSUNTO: RECONHECIMENTO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE MARKETING EM MÍDIAS DIGITAIS

RELATORA: CONSELHEIRA TARCIA REGINA DA SILVA

PROCESSO Nº: 14000110005178.000305/2025-19

*PUBLICAÇÃO DOE: 20/12/2025 pela
Portaria SEE nº 9651 de 19/12/2025.*

PARECER CEE/PE Nº202/2025-CES

APROVADO PELO PLENÁRIO EM 10/12/2025

1 RELATÓRIO

A Autarquia de Ensino Superior de Garanhuns (Aesga) protocolou no Conselho Estadual de Educação de Pernambuco, no dia 10 de julho de 2025, por meio do Ofício GP/AESGA nº 078/2025, datado do dia 07 de julho de 2025, o pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais.

Os documentos determinados pela Resolução CEE/PE nº 1/2017, do Processo nº 14000110005178.000305/2025-19, seguem discriminados abaixo:

1. Ofício ao Presidente do Conselho Estadual de Educação com encaminhamento do pedido;
2. Ato de Criação da Mantenedora;
3. Estatuto da Aesga;
4. Regimento da Faciga;
5. Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI);
6. Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
7. Certidão de Regularidade do Fundo de Garantia de Tempo de Serviço (FGTS);
8. Certidão negativa de débitos com o regime próprio de previdência;
9. Certidão Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
10. Identificação dos Dirigentes da Aesga/Faciga;
11. Lei Municipal nº 4484/2018 de Cargos e Classe de Servidores Públicos do Município;
12. Política de Qualificação dos Docentes;
13. Alvará de Localização e Funcionamento (válido até **31/12/2025**);
14. Declaração de Acessibilidade;
15. Ato de Recredenciamento da Faciga – Parecer CEE/PE nº 090/2024-CES;
16. Projeto Pedagógico do Curso (PPC);
17. Política de Desenvolvimento Institucional (PDI);
18. Resultado de Avaliações Internas e Externas;
19. Relatório de evolução do curso;
20. Relatório da Política de Qualificação;
21. Parecer CEE/PE nº 130/2023-CES, de autorização do curso;
22. Relatório da Comissão de Verificação da Oferta.

No dia 30 de julho de 2025, o Processo foi distribuído para esta relatoria, que ao analisar a regularidade do Processo solicitou à presidência do Conselho a formação de Comissão de Verificação de Oferta do Curso. Em 2 de setembro, foi anexada ao Processo a Portaria CEE/PE nº 14/2025, da presidência do CEE/PE, designando a comissão de avaliação da oferta do Curso, composta por Ícaro Lins Leitão da Cunha e Sérgio Francisco Tavares de Oliveira Mendonça como especialistas e Antonio Henrique Habib Carvalho como representante deste Conselho, sob a presidência do primeiro.

A visita *in loco* foi realizada no dia 14 de outubro e, em 22 de outubro de 2025, foi anexado o relatório da comissão.

Com base no relatório, foi enviado à instituição solicitação de pronunciamento a respeito das estratégias para a melhoria da infraestrutura tecnológica, especialmente no que se refere à qualidade e estabilidade da conexão à internet, bem como das ações para adequações de acessibilidade física e conforto de discentes e docentes, garantindo condições ideais para o pleno desenvolvimento das atividades acadêmicas do curso.

A Instituição encaminhou resposta apresentando as ações adotadas para atender às recomendações, destacando o desenvolvimento dos temas transversais nas atividades práticas, o uso de plataformas digitais para suporte acadêmico e o alinhamento da gestão do curso aos processos avaliativos. Informou possuir corpo docente qualificado, colegiado constituído e rotinas de acompanhamento acadêmico.

No tocante à infraestrutura, descreveu condições adequadas de salas e setores administrativos, ações em andamento para ampliação da acessibilidade conforme o PDI e detalhou a estrutura de rede, afirmando garantir estabilidade da conexão, laboratório equipado e acesso a acervos físico e digital. Junto ao pronunciamento foram anexados ao processo registros de Diário de Classe, Relatório técnico da estrutura de rede e relatórios de atividades da coordenação. Estes e os outros documentos anexados ao processo fundamentam a análise que segue.

2 ANÁLISE

2.1 Considerações Gerais Instituição

A Autarquia Municipal Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns (Faga), instituída pela Lei Municipal nº 1.698/1976, passou a denominar-se Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns (Aesga) a partir da Lei Municipal nº 2.161, de 23 de agosto de 1985.

A Faciga, mantida pela Aesga, encontra-se credenciada no Sistema Estadual de Ensino conforme o Parecer CEE/PE nº 090/2024 (CES), e foi criada com a finalidade de integrar diferentes unidades acadêmicas: a Faculdade de Direito de Garanhuns (FDG), a Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas de Garanhuns (Fahug), a Faculdade de Ciências Exatas de Garanhuns (Faceg) e a própria Faga, mencionada anteriormente.

A Instituição define como missão ofertar educação superior de qualidade, articulada às atividades de ensino, pesquisa e extensão, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e para a melhoria das condições de vida. Sua visão institucional consiste em consolidar-se como referência nacional, pautada pela excelência acadêmica e pela produção e disseminação do conhecimento.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais da Faciga teve sua oferta autorizada por meio do Parecer CEE/PE nº 130/2023 (CES).

2.2 Projeto Pedagógico do Curso (PPC)

A análise do Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais evidencia consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos Superiores de Tecnologia e com o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia, no eixo de Gestão e Negócios. O PPC apresenta de forma clara o perfil do egresso e a organização da matriz curricular, demonstrando equilíbrio entre fundamentos teóricos, práticas profissionais e componentes voltados às exigências contemporâneas do mercado de mídias digitais.

O Curso tem como objetivo geral formar profissionais competentes para atuar na gestão de Marketing em mídias digitais em organizações públicas ou privadas, contribuindo para a humanização das relações de consumo, pautados nos princípios éticos da honestidade e sustentabilidade (PPC, p. 55). O PPC informa ainda que opção pela modalidade presencial tecnológica se justifica pelo crescimento econômico e social de Garanhuns e da região, bem como pela legislação brasileira no que se refere às Diretrizes Curriculares Nacionais que fundamentam e dão suporte a proposição de cursos superiores de tecnologia, conforme a Resolução CNE/CP nº 1 de 5 de janeiro de 2021.

Em atendimento aos dispositivos da legislação brasileira para educação superior, o curso superior em Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais da FACIGA inclui em seus componentes curriculares estudos atualmente considerados para complementação da formação profissional e cidadã, ofertando a disciplina de Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) como optativa e contemplando as exigências legais, como demonstrado no quadro abaixo:

Eixo Temático	Tema Transversal	Unidades Curriculares
Educação Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Sustentabilidade • Preservação Ambiental • Uso Consciente de Recursos Naturais • Consumo Consciente • Redução dos Impactos Ambientais decorrentes da Ação Humana 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética • Sociologia Organizacional • Metodologia Científica
Educação em Relações Étnico-Raciais para o Ensino da História e Cultura Afro-brasileira, Africana e Indígena	<ul style="list-style-type: none"> • A participação Africana e Indígena na formação cultural brasileira • A escravidão brasileira e a resistência negra: os quilombos e a regionalidade • O papel dos Africanos e Indígenas na construção socioeconômica do Brasil 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociologia Organizacional • Metodologia Científica • Ética • Gestão da Comunicação • Gestão de relacionamento com o cliente (CRM) • Influenciadores Digitais • Marketing de conteúdo
Educação em Direitos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Direitos Humanos universais e fundamentais • Inclusão e Exclusão • As minorias étnico-religiosas e sociais • Risco e vulnerabilidade social 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociologia Organizacional • Ética • Metodologia Científica • Gestão da Comunicação • Gestão de relacionamento com o cliente (CRM) • Influenciadores digitais

PPC, p. 61.

A Estrutura Curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais prevê não só a realização de atividades de ensino e extensão, interligadas à

investigação científica, mas também a flexibilidade, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade, visando às articulações entre ensino/aprendizagem e mundo do trabalho, conforme matriz curricular abaixo.

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO

1º MÓDULO

Unidade Curricular	CH	CR
Gestão empresarial	60	4
Transformação digital	60	4
Fundamentos da comunicação	30	2
Sociologia Organizacional	30	2
Empreendedorismo	60	4
Leitura e produção de textos	30	2
Introdução às Mídias digitais	30	2
Carga horária total das UC do 1º Módulo	300	20
Complementação de Carga Horária (Trabalhos individuais e/ou em grupos - estudo de caso, estudo dirigido, pesquisa bibliográfica, resenhas, resumos seminários e visitas técnicas).	60	
	Projeto Integrador de Extensão 1	60
	CARGA HORÁRIA TOTAL DO MÓDULO 1	420

2º MÓDULO

Unidade Curricular	CH	CR
Ética	30	2
Criatividade e inovação	60	4
Comunicação em mídias digitais	60	4
Gestão estratégica de pessoas	30	2
Comportamento do consumidor	60	4
Digital branding	60	4
Carga Horária das UCs do 2º Módulo	300	20
Complementação de Carga Horária (Trabalhos individuais e/ou em grupos - estudo de caso, estudo dirigido, pesquisa bibliográfica, resenhas, resumos seminários e visitas técnicas).	60	
	Projeto Integrador de Extensão 2	60
	CARGA HORÁRIA TOTAL DO SEMESTRE	420

3º MÓDULO

Unidade Curricular	CH	CR
Gestão de produtos e serviços	60	4
Influenciadores digitais	30	2
Gestão estratégica de redes sociais	60	4
Direito do consumidor digital	30	2
Gestão de relacionamento com o cliente	60	4
Planejamento estratégico	60	4
Carga Horária das UCs do 3º Módulo	300	20
Complementação de Carga Horária (Trabalhos individuais e/ou em grupos - estudo de caso, estudo dirigido, pesquisa bibliográfica, resenhas, resumos seminários e visitas técnicas).	60	
	Projeto Integrador de Extensão 3	60
	CARGA HORÁRIA TOTAL DO SEMESTRE	420

4º MÓDULO

Unidade Curricular	CH	CR
Marketing de conteúdo	60	4
Mídia paga	30	2
Gestão Ágil	30	2

Métricas de Performance – Analytics	30	2
Formação de preços	30	2
Negócios Digitais	60	4
Estudo de viabilidade de negócios	60	4
Carga Horária das UCs do 4º Módulo	300	20
Complementação de Carga Horária (Trabalhos individuais e/ou em grupos - estudo de caso, estudo dirigido, pesquisa bibliográfica, resenhas, resumos seminários e visitas técnicas).		60
Projeto Integrador de Extensão 4	60	
CARGA HORÁRIA TOTAL DO SEMESTRE		420

Fonte: PPC (2023)

Componente Curricular Optativo	
Unidade Curricular	Carga Horária
LIBRAS	60

Síntese da Matriz Curricular

Natureza	Tipos	Carga Horária
Unidades Curriculares	Formação Geral e Humanística	240
	Formação Profissionalizante Básica	450
	Formação Profissionalizante Específica	510
Atividades extraclasses	Complementação de Carga Horária	240
Componentes curriculares	Atividades Complementares	120
	Projetos Integradores de extensão	240
	TOTAL	1.800

Fonte: PPC (2023)

O Projeto Integrador de Extensão (P.I.E), conforme PPC, possibilita a inserção em contextos situacionais reais ou simulados, que permitam o desenvolvimento das competências profissionais exigidas para o desempenho das atividades do gestor e estimula a participação, a cooperação, a busca de soluções para os desafios advindos das experiências.

Assim, o P.I.E inclui dentre as atividades específicas momentos de orientação e de vivências em diferentes ambientes de aprendizagem, internos e especificamente externos à IES, atendendo assim a Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira.

A carga horária total do curso é de 1.800 horas, com integralização em 3 (três) anos, como estabelece a Resolução CNE/CES nº 02/2007 e as formas de acesso ao Curso serão por meio de vestibular universal, classificação no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), seleção interna para portadores de diploma e por vestibular agendado para vagas remanescentes.

2.2.1 Critérios de Avaliação do Processo de Ensino e Aprendizagem

Segundo PPC (p.74), a avaliação de aprendizagem da Instituição atende à legislação vigente para a educação superior incluindo os indicadores a seguir:

- I. Assiduidade: a frequência mínima obrigatória é de 75% (setenta e cinco), considerando-se separadamente as atividades teóricas e práticas em cada Unidade Curricular.
- II. Aproveitamento: utilizando-se o sistema decimal de notas, a aprovação por média exige nota igual ou superior a 7,0 (sete), e em exame final, nota igual ou superior a 5,0 (cinco).

2.2.2 Coordenação do Curso, Corpo Docente e Núcleo Docente Estruturante (NDE)

A Coordenação do Curso é exercida pelo Prof. Márcio Tenório Chaves, graduado em Administração e Teologia com mestrado em Gestão, Inovação e Consumo.

O Corpo Docente é composto por 17 professores efetivos, destes 02 (dois) são doutores, 06 (seis) mestres e 09 (nove) especialistas.

O Núcleo de Docente Estruturante (NDE) é constituído por cinco (05) docentes selecionados atendendo aos critérios estabelecidos na Resolução nº 01 de 17 de junho de 2010; quanto a titulação, formação acadêmica, regime de trabalho e vínculo empregatício.

2.3 Infraestrutura da Instituição

O espaço físico da Aesga, segundo o relatório da comissão, conta com salas de aula em bom estado de conservação e com mobiliário adequado. A instituição dispõe ainda de auditório, sala de professores e gabinetes destinados às coordenações de curso. As salas de aula são equipadas com recursos de projeção multimídia e materiais pedagógicos compatíveis com as demandas do curso.

A comissão verificou que há um espaço específico destinado aos docentes no Bloco A (térreo), constituído por um *hall*, sala principal de 19,82 m², sanitários masculino e feminino, copa de 2,67 m², sala de reuniões de 18,71 m² e uma sala individual de 10,07 m² para atendimentos. Os docentes do curso também utilizam uma sala comum compartilhada, destinada ao descanso e interação entre os professores.

Quanto à acessibilidade, o *campus* dispõe de corredores sem barreiras, rampas de acesso, piso tátil em alguns trechos, banheiros adaptados e vagas reservadas no estacionamento para pessoas com deficiência. Também há plataforma elevatória que possibilita o acesso ao pavimento superior.

No que se refere aos recursos tecnológicos, a Aesga disponibiliza laboratórios de informática dedicados — entre eles, o Laboratório I, com 25 computadores listados — e acesso à internet na biblioteca. O PDI apresenta metas relacionadas à modernização dos laboratórios, à ampliação de insumos e à melhoria contínua da infraestrutura tecnológica, monitoradas por meio da Comissão Própria de Avaliação (CPA). Além disso, em esclarecimentos enviados pela instituição, foram citadas as ações para melhorias da acessibilidade e da conexão com a internet.

2.3.1 Biblioteca

A Aesga dispõe de uma Biblioteca, denominada de Ivonita Alves Guerra, com uma área construída de 245,93 m². A Biblioteca funciona de segunda a sexta-feira, das 10 às 22h. Aos sábados de 10h às 14h. Dispõe de um acervo de 12.046 exemplares para empréstimos, além da biblioteca virtual, que se caracteriza por um contrato com a plataforma digital Minha Biblioteca, que possui acervo científico composto por 16 editoras acadêmicas e 42 selos editoriais, proporcionando ao discente acesso rápido e simultâneo a milhares de títulos.

O acesso à Biblioteca virtual é realizado por meio do sistema Acadweb, através do login do discente, docente ou servidor. A biblioteca conta também com obras de referências como, monografias, periódicos, dissertações, teses e bases de dados.

Segundo o PPC (p. 84), a equipe da biblioteca é composta por 01 coordenador da unidade, 04 atendentes/funcionários e 04 atendentes/alunos colaboradores.

2.4 Conclusão da Comissão de Verificação da Oferta do Curso

A comissão de avaliação recomenda o reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais oferecido pelas Faculdades Integradas de Garanhuns (Faciga), mantida pela Autarquia de Ensino Superior de Garanhuns (Aesga), considerando o exposto, analisado e levando em consideração as condições verificadas.

3 VOTO

Pelo exposto, o voto é no sentido de reconhecer o Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Marketing em Mídias Digitais, oferecido pelas Faculdades Integradas de Garanhuns (Faciga), credenciada pelo Parecer CEE/PE nº 090/2024 (CES), Instituição mantida pela Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns (Aesga), Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) nº 11.224.920/0001-00, no município de Garanhuns, localizada na Avenida Caruaru, 508 – Heliópolis, Garanhuns - PE, Código de Endereçamento Postal (CEP) nº 55.295-380, na modalidade presencial, com 100 (cem) vagas anuais, no horário noturno, com turmas de até 50 (cinquenta) estudantes, pelo prazo de 6 (seis) anos contados a partir da aprovação do Parecer.

É o Voto. Dê-se ciência à Interessada.

4 CONCLUSÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior acompanha o Voto da Relatora e encaminha o presente parecer à apreciação do Plenário.

Sala das Sessões, em 4 de dezembro de 2025.

IGOR FONTES CADENA – Presidente
TARCIA REGINA DA SILVA – Relatora
ANTONIO HENRIQUE HABIB CARVALHO
GISELLY MUNIZ LEMOS DE MORAIS
HUMBERTO JOÃO CARNEIRO FILHO
JOSÉ ALYSSON DA SILVA PEREIRA
JÚLIO CESAR GALINDO BORBA

5 DECISÃO DO PLENÁRIO

O Plenário do Conselho Estadual de Educação de Pernambuco decide aprovar o presente Parecer nos termos do Voto da Relatora.

Sala das Sessões Plenárias, em 10 de dezembro de 2025.

**Natanael José da Silva
Presidente**