



UniDomBosco
Centro Universitário
Dom Bosco do Rio de Janeiro

FACULDADES
DOM BOSCO

PLANEJAMENTO DE GESTÃO ACADÊMICA – CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING DIGITAL | 2025-2026

1. INTRODUÇÃO

O biênio 2025-2026 marca a fase de consolidação e expansão do curso, com alunos avançando para os períodos finais. Este ciclo concentra esforços em qualidade acadêmica, fortalecimento do portfólio de egressos e ampliação da visibilidade regional.

Após o período inicial de ajustes, o foco passa a ser inovação pedagógica, parcerias estratégicas e preparação para avaliações externas do MEC.

2. DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E METAS

Objetivos Gerais

- Consolidar o curso como referência regional em marketing digital.
- Ampliar atividades práticas e projetos de extensão que resultem em portfólios consistentes.
- Elevar a taxa de retenção e satisfação discente.
- Preparar documentação e indicadores para visita de reconhecimento e avaliações institucionais.
- Preparar os alunos para a avaliação do ENADE.

Metas:

- Obter o índice mínimo 4 na avaliação de Reconhecimento de curso em 2025.
- Atingir uma nota mínima de 4 na próxima edição do ENADE.
- Manter o grau de satisfação dos alunos com as disciplinas em 2025.
- Aumentar o índice de participação dos alunos nas pesquisas de qualidade.
- Promover projetos de práticas extensionistas.



UniDomBosco
Centro Universitário
Dom Bosco do Rio de Janeiro

FACULDADES
DOM BOSCO

- Estabelecer ao menos 2 parcerias com empresas para projetos aplicados ou estágios não obrigatórios.
- Aumentar a taxa de matrículas e retenção em 20%.

3. COLETA E ANÁLISE DE DADOS

As ações serão embasadas nos seguintes levantamentos de dados:

- **Atas do NDE e Colegiado:** Discussões sobre matriz curricular, qualidade do ensino, práticas extensionistas, pesquisas, visitas técnicas e oficinas.
- **CPA e pesquisas internas:** Avaliação de disciplinas, infraestrutura e AVA. Promover o feedback constante de alunos, docentes e funcionários.
- **Estudo de mercado:** Identificação de demandas regionais em marketing digital e mídias sociais.
- **ENADE:** estimular a participação do aluno com o devido compromisso no ENADE, bem como elaborar simulados para a próxima edição e acompanhar o resultado.

4. PLANEJAMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES

Principais ações a serem implementadas:

- **Fortalecimento pedagógico:**
 - Atualização de ementas e inclusão de novas ferramentas digitais.
 - Ampliação das metodologias práticas nos projetos experimentais.
- **Extensão e mercado:**
 - Criação de campanhas digitais reais para ONGs e empresas parceiras.
 - Participação em eventos e feiras de tecnologia e comunicação.
- **Acompanhamento discente:**
 - Monitoramento contínuo do desempenho em disciplinas, com alertas preventivos para baixo rendimento.
 - Mentorias de carreira e oficinas de portfólio digital.



UniDomBosco
Centro Universitário
Dom Bosco do Rio de Janeiro

**FACULDADES
DOM BOSCO**

- Convites para participação em projetos reais e eventos de networking do curso.
- **Preparação para visita do MEC:**
 - Organização de evidências acadêmicas e infraestrutura.

5. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

- Monitorar continuamente os indicadores da CPA e os resultados das pesquisas de qualidade.
- Realizar reuniões periódicas com a equipe acadêmica para discutir os avanços e ajustar as ações conforme necessário.
- Relatórios de desempenho de projetos experimentais e práticas extensionistas.

6. COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

- Manter os alunos e docentes informados sobre os resultados das avaliações e as ações tomadas.
- Promover reuniões e fóruns de discussão para coletar sugestões e feedback contínuo.
- Disponibilizar canais de whatsapp a todos os alunos e professores para discutir assuntos específicos do curso de forma prática e dinâmica.

7. RESULTADOS A SEREM ALCANÇADOS

- Curso consolidado regionalmente como referência no ensino em Marketing Digital.
- Portfólios de egressos robustos, com projetos reais e cases de mercado.
- Fortalecimento da imagem institucional e aumento da captação de novos alunos.

8. CONCLUSÃO

O biênio 2025-2026 representa a maturidade do curso, marcada por integração entre teoria e prática, maior visibilidade e sólida preparação para a expansão futura.



UniDomBosco
Centro Universitário
Dom Bosco do Rio de Janeiro

FACULDADES
DOM BOSCO

A experiência adquirida e os resultados esperados permitirão sustentar novos ciclos de crescimento, mantendo a qualidade acadêmica e a relevância no mercado.

Profa. Dra. Maria Aparecida Ladeira da Cunha
Coordenadora do Curso de Tecnologia em Marketing Digital