INOVAÇÃO EM FOCO: O REPENSAR DA MATRIZ CURRICULAR DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

MARINGÁ/PR MAIO/2018

Fernando Alberto Jorgeto - Unicesumar - fernandojorgeto@gmail.com
Ednar Rafaela Mieko Shimohigashi - Unicesumar - miekoead@gmail.com
Victor Vinicius Biazon - Unicesumar - victorbiazon@gmail.com
Eliane Zanoni - Unicesumar - elianezanoni@gmail.com
Wainer Cristiano Cancian - Unicesumar - wainercristian@gmail.com
Simone Oliveira dos Santos Cardoso - Unicesumar - admsimonecardoso@gmail.com
Renata Ramos Pavan Terra - Unicesumar - renata.terra@unicesumar.edu.br

Tipo: Investigação Científica (IC)

Natureza: Relatório Final de Pesquisa

Categoria: Conteúdos e Habilidades

Setor Educacional: EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESUMO

Pensar a estrutura de conteúdos de um curso superior de tecnologia vai muito além de realizar o planejamento distribuindo as disciplinas ao longo dos períodos do curso. Para que a educação de qualidade realmente seja alcançada e seus egressos possuam o perfil exigido, tanto àquelas exigidas pelo mercado de trabalho quanto às características técnicas, científicas e humanas, é necessário pensar de forma crítica sobre o currículo oferecido pelas IES. Baseados nesse entendimento e utilizando-se de um recorte, o presente estudo tem como objetivo analisar os impactos causados nos índices de aprovação dos alunos após alteração da matriz curricular no curso superior de tecnologia em Gestão Comercial, de um centro universitário brasileiro. A análise focou disciplinas que pertenciam ao primeiro ano do curso e que foram alteradas para o segundo ano, e vice-versa. Os resultados mostraram que apesar das disciplinas que eram do segundo ano do curso e que passaram para o primeiro ano terem sofrido quedas nos índices de aprovação, de forma geral a mudança apresentou melhores índices de aprovação dos alunos, quando comparados com disciplinas que eram oferecidas no mesmo período do curso na matriz antiga. Para melhores conclusões a respeito deste estudo, outros cursos que tenham sofrido alterações em sua matriz curricular podem realizar comparações, além de abordar sobre a importância de se pensar a matriz curricular vigente com olhar distinto.

Palavras-chave: currículo; mudança; aprovação

1 - INTRODUÇÃO

Pensar mudanças nos cursos superiores de tecnologia permite alinhar o perfil do egresso às expectativas do mercado e às exigências da legislação vigente. Assim, a proposta de mudança da matriz curricular do curso superior de tecnologia em Gestão Comercial, modalidade a distância, de um centro universitário brasileiro, vem ao encontro do alinhamento às mudanças no perfil do egresso publicadas no Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia e alinhada às diretrizes informadas nos últimos anos pelo INEP (Instituto de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira) para o Enade (Exame Nacional do Desempenho dos Estudantes).

Apesar da matriz curricular anterior contemplar os conteúdos requeridos para o exercício da profissão do gestor comercial e o curso ter alcançado bons índices nas últimas avaliações oficiais, buscou-se adaptar o conteúdo das disciplinas, promovendo alteração de períodos ou integração/dispersão de conteúdos de modo a tornar melhor a compreensão do aluno, conforme sua maturidade no curso e mais atrativo a evolução dos eixos temáticos ao longo do curso. A preocupação também direcionou-se no sentido de melhorar os índices de aprovações em algumas disciplinas que se apresentavam desvelos.

O presente trabalho tem como proposta destacar as adequações que ocorreram na matriz curricular e analisar seu impacto no curso analisado, no que se refere ao índice de aprovação nas disciplinas. A análise está estruturada por meio de dados expressos pela porcentagem de aprovação, comparando-se os anos de 2015, quando o curso trabalhava somente com a matriz antiga, e 2017, quando a matriz nova já estava em pleno funcionamento.

A organização deste estudo inicia com uma pequena abordagem sobre a legislação que envolve o ensino brasileiro, em seguida destaca brevemente a teoria dos currículos e por fim apresenta a análise dos dados e as conclusões obtidas com o estudo.

2 - APRESENTAÇÃO DO CURSO SUPERIOR EM GESTÃO COMERCIAL

A educação superior compõe um dos níveis da educação formal brasileira, sendo regulamentada, entre outros, pela lei 9.394 de 20 de dezembro de 1996 conhecida como LDB - Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional - (BRASIL, 1996). Em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais, direcionada à Educação

Profissional de Nível Tecnológico (PARECER CNE/CP: 29/2002), o MEC - Ministério da Educação - apresenta uma proposta em que os CST - Cursos Superiores de Tecnologia - vêm como resposta do setor educacional às necessidades e demandas da sociedade brasileira. Espera-se que o CST capacite o estudante para o desenvolvimento de competências profissionais traduzidas na aplicação, desenvolvimento e difusão de tecnologias e ainda na gestão de processos de produção de bens e serviços procurando criar condições para articular, mobilizar e colocar em ação suas competências com eficiência e eficácia, aos desafios e requerimentos do mundo do trabalho.

As diretrizes do CST em Gestão Comercial na IES pesquisada, constam publicadas no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, em que apresenta o perfil profissional do egresso, o que significa que a oferta das disciplinas nos módulos deve ser capaz de munir os alunos das competências necessárias para que, ao final do curso, corresponda ao que se espera deste profissional. A tabela 1 apresenta as principais características do curso e o perfil do egresso:

Tabela 1 - Diretrizes (perfil do egresso) do curso de Gestão Comercial

Ano	Perfil profissional de conclusão	Horas mínimas	Campo de atuação
2006 - 2010	Focado nas transações comerciais, o Tecnólogo em Gestão Comercial presta-se à organização atendendo as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação, etc.) de qualquer setor. Como conhecedor das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente, dos princípios da qualidade, atua no planejamento, operação, implementação e atualização de sistemas de informações comerciais que proporcionem maior rentabilidade e flexibilidade ao processo de comercialização. Atua no fluxo de informações com os clientes, proporcionando maior visibilidade institucional da empresa, definindo estratégias de venda de serviços e produtos, gerenciando a relação custo e preço final.	1600	não consta
2016	Articula e decide sobre as vendas em negócios diversos. Realiza estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária. Elabora análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado. Planeja pesquisas de mercado. Desenvolve relacionamentos pós-venda com clientes. Gerencia sistemas de informações comerciais. Define métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente. Gerencia a área comercial de uma organização. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação.	1600	Empresas varejistas, atacadistas e de representação comercial. Empresas de beneficiamento de bens de consumo e industriais. Empresas prestadoras de serviços de consumo final. Empresas que atuam na comercialização de insumos nos setores de agricultura, pecuária, pesca, extrativismo

Fonte: Catálogo Nacional de Cursos superiores de Tecnologia - Ministério da Educação (2006; 2010; 2016)

Realizada a abordagem prevista sobre a legislação que envolve o ensino brasileiro, destacar-se-á brevemente sobre os currículos para posterior apresentação dos dados da análise da reorganização da matriz curricular.

3 - O CURRÍCULO PARA OS CURSOS SUPERIORES DE TECNOLOGIA

Por meio da Resolução nº 3 de 18 de dezembro de 2002, o Ministério da Educação, expõe que nos Referenciais Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico consta o “paradigma da educação profissional, com o qual se deve trabalhar e que deve posicionar os currículos escolares tanto dos cursos técnicos quanto dos cursos superiores de tecnologia” (MEC, 2002. p. 15). A articulação dos saberes com as situações-meio é reflexo da relação entre o (1) doutrinário e o teórico e o (2) técnico e o prático, DNA dos cursos superiores de tecnologia. Do ponto de vista curricular, seria a aproximação da teoria com a prática, estimulando o pensamento crítico e criativo, além de forte impulso para a perspectiva interdisciplinar.

A luz desta reflexão, buscou-se o pensar sobre a matriz curricular do CST em Gestão Comercial pesquisado e medir os impactos que tais mudanças ocasionam. Afinal, estamos trabalhando com sonhos e repensar as experiências do aluno com vistas à melhoria qualitativa é nossa obrigação enquanto educadores.

4 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo seus fins, a pesquisa é um estudo descritivo que busca especificar as características e o perfil de um grupo de pessoas, que se pretende mediar e/ou coletar informações de maneira conjunta sobre variáveis que se relacionam (SAMPIERI, COLLADO, LUCIO, 2013).

Segundo a natureza, Sampieri, Collado e Lucio (2013) a pesquisa possui enfoque quantitativo, baseado na medição numérica e na análise estatística para estabelecer padrão e comprovar teoria, expressos pela porcentagem de aprovação dos acadêmicos, comparando-se os anos de 2015 e 2017 de acordo com as adequações que

aconteceram na matriz curricular.

Segundo as estratégias, o estudo caracteriza-se como documental, que são relatórios para análise do fenômeno, e pesquisa bibliográfica, para relação ao conteúdo da pesquisa, como artigos científicos e legislação (SANTOS, 2005).

5 - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este estudo tem como objeto analisar as consequências da alteração de matriz curricular do CST em gestão comercial em uma IES do sul do Brasil, em especial para este estudo, relacionados aos números de aprovações em cada uma das matrizes. O curso analisado está estruturado em oito módulos, ao longo de dois anos, sendo que cada módulo representa um eixo temático. A matriz curricular traz dezoito disciplinas obrigatórias, com a carga horária de cem horas, sendo duas destas de formação geral para todos os cursos, que acontecem nos módulos 5 e 6 e que não foram destacadas nas figuras abaixo para melhor representação, totalizando 1.800 horas somando-se 6% desse total de horas destinadas à atividades acadêmicas complementares.

O ajuste da matriz curricular, alterando o período de algumas disciplinas, objetivava desenvolver o conhecimento dos alunos aos conteúdos relacionados entre si, considerando seu nível de maturidade para que pudesse focar seus esforços e ao mesmo tempo tivesse subsídios para o desenvolvimento de conteúdos com maior complexidade. Apesar da matriz curricular ter sua implantação iniciada em 2016, o foco de análise se concentrou nas disciplinas que mudaram do primeiro ano para o segundo ano e vice-versa a partir de 2017, quando o curso já possuía o primeiro e o segundo ano do curso implantados. A seguir, são apresentadas as duas matrizes curriculares, dos anos de 2015 e 2017, com destaque para as alterações mencionadas em cada uma delas:

Figura 01: Matriz curricular (2015)

1º ANO		2º ANO	
Eixo temático: Administração Empreendedora		Eixo temático: Planejamento na gestão de vendas	
1	Empreendedorismo	5	Logística e centros de distribuição
	Fundamentos de marketing		Gestão financeira e de vendas
Eixo temático: Estratégias com foco nos consumidores		Eixo temático: Pessoas como vantagem competitiva	
2	Comportamento do consumidor	6	Comunicação empresarial e negociação
	Estratégia e promoção de vendas		Administração de conflitos e relacionamentos
Eixo temático: Noções de gestão empresarial		Eixo temático: Especificidades e serviços em vendas	
3	Conceitos da administração e ética empresarial	7	Vendas de serviços
	Economia e sociedade		Especificidades do varejo
Eixo temático: Responsabilidade e sustentabilidade em vendas		Eixo temático: Novos negócios e regulamentação	
4	Contabilidade gerencial	8	Direito do consumidor e comercial
	Sustentabilidade e responsabilidade social		Negócios eletrônicos

Fonte: Projeto pedagógico do curso de Gestão Comercial, 2015.

Figura 02: Matriz curricular (2017)

1º ANO		2º ANO	
Eixo temático: Administração empreendedora		Eixo temático: Planejamento de novos negócios	
1	Empreendedorismo	5	Logística e centros de distribuição
	Conceitos da administração e ética empresarial		Negócios Eletrônicos
Eixo temático: Pessoas como vantagem competitiva		Eixo temático: Noções de economia e oferta de serviços	
2	Gestão de pessoas e desenvolvimento de equipes	6	Vendas de serviços
	Comunicação empresarial e negociação		Economia e Sociedade
Eixo temático: Estratégias no varejo		Eixo temático: Gestão contábil e financeira	
3	Estratégias e promoção de vendas	7	Noções de gestão financeira
	Especificidades do varejo		Contabilidade gerencial
Eixo temático: Gestão mercadológica		Eixo temático: Regulamentação e vendas	
4	Fundamentos de marketing	8	Gestão de vendas
	Comportamento do consumidor		Direito do consumidor e comercial

Fonte: Projeto pedagógico do curso de Gestão Comercial, 2017.

A análise foi realizada com base no índice de aprovações das disciplinas, pois de acordo com o índice de aprovação pudemos analisar o desempenho do aluno ao longo do eixo temático. Foram realizadas o cruzamento de três análises de dados:

1. Análise por disciplina: comparativo de aprovação entre as disciplinas que sofreram alteração de ano curricular (2015 e 2017).
2. Análise por módulo: comparação do nível de aprovação entre o módulo em que a disciplina era ofertada em 2015 com a disciplina que a substituiu em 2017.
3. Análise por módulo: comparação do nível de aprovação entre o módulo em que a disciplina passou a ser ofertada em 2017 com o módulo em que a disciplina era ofertada em 2015.

As análises dos itens 2 e 3 se justificam para verificar se a variação do índice de aprovação ocorreu em função da troca do módulo de oferta da disciplina ou se é uma

característica do período do curso.

A primeira disciplina analisada foi Economia e Sociedade que em 2015 fazia parte do módulo 3 (1º ano) e em 2017 passou a ser ofertada no módulo 6 (2º ano). Realizando a análise nº 1, em 2015, o índice de aprovação da disciplina estava em 41%. Com sua mudança, no ano de 2017, o índice saltou para 75% de aprovação, ou seja, um aumento de 34% ao passar a disciplina para o segundo ano. Realizando a análise nº 2, quando a disciplina de Economia e Sociedade passou a ser ofertada no módulo 6 (2017), ela deixou de ser ofertada no módulo 3 (2015). Por sua vez, no módulo 6 de 2015 acontecia Administração de Conflitos e Relacionamentos que apresentava um índice de aprovação de 82%, ou seja, houve uma queda de 7% se comparado com a disciplina de Economia e Sociedade que passou a ser ofertada em seu lugar. Contudo, realizando a análise nº 3, no módulo 3 de 2017, passou a ser ofertada a disciplina de Especificidades do Varejo com um índice de aprovação de 50%, ou seja, aumento de 9% dos alunos aprovados.

Figura 03: Exemplo do cruzamento das três análises realizadas nas matrizes de 2015 e 2017

Matriz curricular 2015		2º ANO	
1º ANO		Eixo temático: Planejamento na gestão de vendas	
Eixo temático: Administração Empreendedora		5 Logística e centros de distribuição	
1	Empreendedorismo	Gestão financeira e de vendas	
Eixo temático: Estratégias com foco nos consumidores		Eixo temático: Pessoas como vantagem competitiva	
2	Comportamento do consumidor	6 Comunicação empresarial e negociação	
Estratégia e promoção de vendas		Administração de conflitos e relacionamentos	
Eixo temático: Noções de gestão empresarial		Eixo temático: Especificidades e serviços em vendas	
3	Conceitos da administração e ética empresarial	7 Vendas de serviços	
Economia e sociedade		Especificidades do varejo	
Eixo temático: Responsabilidade e sustentabilidade em vendas		Eixo temático: Novos negócios e regulamentação	
4	Contabilidade gerencial	Direito do consumidor e comercial	
Sustentabilidade e responsabilidade social		Negócios eletrônicos	

Matriz curricular 2017		2º ANO	
1º ANO		Eixo temático: Planejamento de novos negócios	
Eixo temático: Administração empreendedora		5 Logística e centros de distribuição	
1	Empreendedorismo	Negócios Eletrônicos	
Eixo temático: Pessoas como vantagem competitiva		Eixo temático: Noções de economia e oferta de serviços	
2	Gestão de pessoas e desenvolvimento de	6 Vendas de serviços	
Comunicação empresarial e negociação		Economia e Sociedade	
Eixo temático: Estratégias no varejo		Eixo temático: Gestão contábil e financeira	
3	Estratégias e promoção de vendas	7 Noções de gestão financeira	
Especificidades do varejo		Contabilidade gerencial	
Eixo temático: Gestão mercadológica		Eixo temático: Regulamentação e vendas	
4	Fundamentos de marketing	8 Gestão de vendas	
Comportamento do consumidor		Direito do consumidor e comercial	

Fonte: Elaborado pelos autores

A segunda disciplina analisada foi Contabilidade Gerencial, considerada desvelos pelos índices de aprovações que vinham sendo apresentados. Em 2015 ela era ofertada no

módulo 4 (1º ano) e em 2017 passou a ser ofertada no módulo 7 (2º ano). Realizando a análise nº 1, em 2015, o índice de aprovação na disciplina estava em 33% dos alunos. Com a mudança, no ano de 2017, o índice saltou para 61% de aprovados, um aumento de 28%. Realizando a análise nº 2, quando Contabilidade Gerencial passou a ser ofertada no módulo 7 (2017), ela deixou de ser ofertada no módulo 4 (2015). Por sua vez, no módulo 7 de 2015, acontecia Especificidades do Varejo que apresentava um índice de 63% de aprovação, ou seja, em 2017 houve uma ligeira queda de 2% no número de aprovados. Realizando a análise nº 3, no módulo 4 de 2017 passou a ser ofertada Comportamento do Consumidor com índice de aprovação de 42%, aumento de 9% no índice de aprovados.

A terceira disciplina analisada foi Comunicação Empresarial e Negociação, ofertada em 2015 no módulo 6 (2º ano) e em 2017 no módulo 2 (1º ano). Realizando a análise nº 1, em 2015, o índice de aprovados estava em 78% e em 2017 o índice foi para 62%, uma queda de 16% de aprovações. Realizando a análise nº 2, quando Comunicação Empresarial e Negociação passou a ser ofertada no módulo 2 (2017), ela deixou de ser ofertada no módulo 6 (2015). Por sua vez, no módulo 2 de 2015 acontecia Comportamento do Consumidor com índice de aprovação em 60%, ou seja, queda de 2% nas aprovações. Realizando a análise nº 3, no módulo 6 de 2017, passou a ser ofertada a disciplina Vendas de Serviços apresentando 79% de aprovação e os índices permaneceram praticamente estáveis, com um aumento de apenas 1%.

Por fim, a quarta disciplina analisada foi Especificidades do Varejo que era ofertada no módulo 7 (2º ano) e passou a ser ofertada no módulo 3 (1º ano). Realizando a análise nº 1, em 2015, o índice de aprovação era de 63% dos alunos e em 2017 o índice foi de 50%, ou seja, uma queda de 13% no número dos aprovados. Realizando a análise nº 2, quando a disciplina de Especificidades do Varejo passou a ser ofertada no módulo 3 (2017), ela deixou de ser ofertada no módulo 7 (2015). Por sua vez, no módulo 3 de 2015 acontecia Economia e Sociedade que apresentava um índice de aprovação de 41%, aumentando em 9% no índice de alunos aprovados. Realizando a análise nº 3, no módulo 7 de 2017 passou a ser ofertada a disciplina Noções de Gestão Financeira, representando 77% de aprovados e um aumento de 14% nas aprovações.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise realizada, buscou-se evidenciar os desafios e as consequências ocorridas com esta troca, além de verificar a hipótese de que a matriz nova se tornou mais atrativa

para os alunos, à medida em que os índices de aprovações foram alterados. Superficialmente, houve aumentos e quedas nos índices de aprovações, mas ao aprofundar a análise é possível considerar o saldo positivo desta mudança de matriz.

Em geral, percebe-se que os índices de aprovações são maiores no segundo ano do curso, provavelmente devido ao conhecimento do aluno em relação aos eixos temáticos anteriores. Mesmo com algumas quedas nos índices de aprovações quando as disciplinas do segundo ano do curso em 2015 foram transferidas para o primeiro ano em 2017, ainda se percebe um ganho em relação ao envolvimento do aluno com os conteúdos do curso, pois na comparação com as disciplinas que aconteciam no mesmo período em 2015, em 2017 houve aumento, ainda que pequeno, nos índices de aprovação do primeiro ano do curso.

Repensar a matriz curricular, se mostrou eficaz, sobretudo no agrupamento das disciplinas que exigem conhecimentos matemáticos como Contabilidade Gerencial e Noções de Gestão Financeira, consideradas desvelos pelos índices de aprovações apresentados em 2015 e que obtiveram ótimos resultados no ano de 2017 com 61% e 77% de aprovação, respectivamente.

Estas análises podem auxiliar outros gestores educacionais, considerando o impacto que essa mudança traz sobre o desenvolvimento dos alunos nas disciplinas. Também é possível auxiliar os demais gestores a repensarem a matriz de conteúdos do seu curso, sobretudo em disciplinas consideradas críticas, para melhor se ajustarem ao desenvolvimento do aluno durante o curso, trabalhando assuntos de maior complexidade, concentrando o mesmo campo de conhecimento em um mesmo eixo e aprimorar o perfil do egresso de acordo com as avaliações oficiais. Para aprofundar os conhecimentos trazidos pelo estudo, pode-se realizar a análise sob a ótica de outros cursos que experimentaram mudanças em suas matrizes curriculares.

REFERÊNCIAS

BRASIL, **LEI Nº 9.394, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1996**. Presidência da República: Casa Civil. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm > Acesso em: 16 abr 2018.

BRASIL, PARECER CNE/CES Nº 436/2001. Disponível em > Acesso em: 16 abr 2018.

FRAUCHES, Celso da Costa. **LDB anotada e legislação complementar**: Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Marília: CM, 2000.

MEC - MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Resolução nº 3 de 18 de dezembro de 2002**. PARECER CNE/CP: 29/2002. Disponível em Acesso em: 16 abr 2018.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 5 ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, Izequias Estevam dos. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica**. 5 ed. Niterói-Rj: Impetus, 2005.