EXTENSÃO CURRICULAR - PROJETO INTEGRADOR

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADOR Nº: V

TURMA: 5°

Disciplinas	N. de Horas
Logística (disciplina vinculada)	30h
Fundamentos de Marketing (disciplina vinculada)	30h
Projeto Integrador V	**20h**
TOTAL	**80h**

TÍTULO DO PROJETO: GESTÃO DE CONTEÚDOS DIGITAIS PARA ORGANIZAÇÕES

1. OBJETIVO DO PROJETO

Enquanto uma atividade de natureza extensionista, o Projeto Integrador V do curso de graduação em Administração do Centro Universitário FACUNICAMPS busca promover a integração entre a formação acadêmica e a comunidade por meio da articulação entre a teoria e a prática. O projeto leva conhecimentos universitários à comunidade e traz experiências da comunidade para o processo de formação dos estudantes.

O objetivo do Projeto Integrador V é otimizar o uso das diversas mídias digitais para a consolidação das organizações no cenário econômico contemporâneo.

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Noções Gerais sobre Extensão Universitária;
2. Introdução às Mídias Digitais;
3. Tipos de Mídias Digitais;
4. Impacto das Mídias Digitais;
5. Estratégias de Conteúdo;
6. Desafios e Oportunidades.

3. METODOLOGIA A SER REALIZADA

Para o desenvolvimento das atividades relacionadas ao Projeto Integrador V, serão utilizadas como formas de procedimento as metodologias ativas. Especificamente, será adotada a sala de aula invertida. Segundo Valente (2014), essa metodologia envolve a inversão das atividades realizadas dentro e fora da sala de aula. As discussões, a assimilação e a compreensão dos conteúdos, por meio de atividades práticas e simulações, tornam-se o foco principal, com os alunos atuando em sala na presença do professor, que exerce o papel de mediador do aprendizado. Por outro lado, a transmissão de conhecimentos teóricos ocorre preferencialmente fora da sala, com materiais de estudo disponibilizados antecipadamente para que os alunos possam acessar, ler e se familiarizar com os conteúdos propostos.

Em conjunto com a sala de aula invertida, será utilizada a Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP), uma metodologia também inserida no contexto pedagógico das metodologias ativas. Segundo Pascon e Peres (2023), a ABP pode ser definida como uma metodologia ativa de ensino e aprendizagem que proporciona aos estudantes a oportunidade de confrontar situações, questões e problemas do mundo real, permitindo-lhes desenvolver conhecimentos de forma colaborativa para a resolução desses problemas. Essa abordagem caracteriza-se como um método sistemático que visa integrar diferentes áreas do conhecimento, além de promover o desenvolvimento de competências e habilidades essenciais à formação integral do indivíduo. Por envolver os alunos em tarefas e desafios voltados à resolução de problemas por meio de projetos, a ABP facilita a aquisição de competências e habilidades necessárias para o século XXI, especialmente no que se refere ao pensamento crítico e criativo, bem como à realização colaborativa de projetos.

3.1 PLANO DA AÇÃO

A condução dos projetos será realizada por um docente da IES, que terá um encontro presencial e semanal com a turma para designar atividades, orientar a condução das tarefas e avaliar os resultados alcançados. O docente irá propor à turma a formação de grupos de trabalho, que devem ser definidos pelos estudantes para o desenvolvimento das atividades ao longo do semestre. Inicialmente, os estudantes, divididos em equipes, realizarão, no período

de N1, o planejamento das atividades para o semestre. Esse planejamento será materializado em um relatório de estudo dos assuntos e apresentação da empresa.

No período de N2, os estudantes desenvolveram uma atividade prática do Projeto Integrador V, que consiste no atendimento a empreendedores que já possuem ou desejam iniciar um relacionamento nas mídias digitais, proporcionando maior visibilidade para seus negócios. Cada grupo deverá atender empresas durante o semestre e apresentar ao docente o relatório do atendimento, juntamente com as evidências devidas.

4. CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

No período de N1, os grupos de trabalho serão avaliados semanalmente por meio da elaboração do projeto, que será realizada presencialmente. Em uma data definida pelo docente, tanto o processo de elaboração quanto o projeto escrito finalizado serão avaliados em até 6,0 pontos. Também será proposta aos estudantes uma autoavaliação individual por meio de um formulário online elaborado pelo docente, na qual será atribuído até 2,0 pontos. No período de N2, será avaliado o desenvolvimento das atividades práticas. A cada equipe serão atribuídos até 6,0 pontos. Além disso, haverá uma autoavaliação individual, na qual será possível obter até 2,0 pontos.

5. INDICADORES DE RESULTADO

Os indicadores de resultado do Projeto Integrador V podem ser organizados nos seguintes tópicos, conforme possibilidade, considerando a otimização do uso das mídias digitais para consolidação das organizações:

Engajamento nas mídias digitais: aumento nas interações, como curtidas, comentários, compartilhamentos e novos seguidores nas redes sociais das empresas atendidas.

Alcance e visibilidade das publicações: crescimento do número de pessoas impactadas pelas postagens, analisando métricas como impressões e alcance orgânico/pago.

Tráfego nos canais digitais: elevação do número de acessos aos sites institucionais ou landing pages das empresas, identificando origem do tráfego e comportamento dos usuários.

Taxa de conversão: incremento na geração de leads qualificados ou novos clientes a partir das campanhas digitais realizadas pelos grupos.

Reputação online: melhoria nas avaliações, comentários e menções positivas sobre a

empresa em plataformas digitais, monitorando índices de satisfação dos clientes.

Participação de mercado digital: análise comparativa com concorrentes para verificar o posicionamento e a presença digital das empresas atendidas.

Qualidade e alinhamento do conteúdo: avaliação do conteúdo produzido em termos de adequação ao público-alvo, linguagem, criatividade e alinhamento à estratégia institucional.

Satisfação dos empresários atendidos: coleta de feedback direto dos gestores das empresas, mensurando percepção de valor e efetividade das ações implementadas.

Essas métricas podem ser obtidas por meio de questionário ou por meio de relatório obtido na própria plataforma digital.