

CONEXÃO

Unicesumar



A UM PASSO DO PROCESSO 53, PRECISAMOS ALIAR PERMANÊNCIA E CAPTAÇÃO

O processo seletivo 52 marcou o início de um novo capítulo na história da nossa EAD, a permanência como pilar central. Agora, com o 53 se aproximando, temos uma missão ainda mais importante: fortalecermos os pilares de captação e permanência com o mesmo mesmo grau de importância.



A UM PASSO DO PROCESSO 53, PRECISAMOS ALIAR PERMANÊNCIA E CAPTAÇÃO



O início do processo seletivo 52 marcou também o começo de um novo capítulo na história da nossa EAD: permanência como pilar central. Se você está aqui já há algum tempo, deve se lembrar que essa cultura começou em 2018, com o início da diretoria de “Sucesso

e Permanência”, responsável por acompanhar a trajetória do aluno. Mas, de lá pra cá, cada vez mais ações passaram a acontecer; amadurecemos a cultura da permanência até chegar nesse novo capítulo. Entendemos que não basta apenas transformar leads em alunos, mas analisar cada

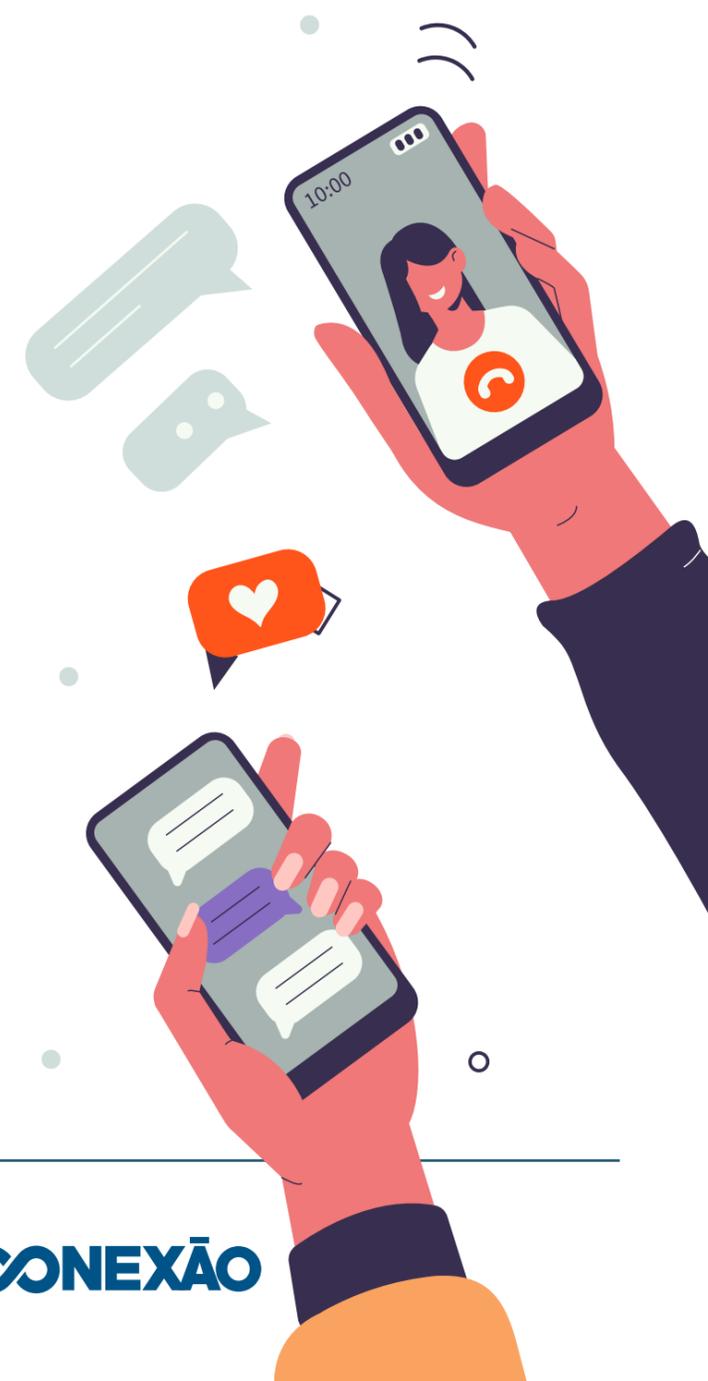
experiência. A transformação dos nossos alunos, etapa por etapa, até a Colação de Grau. Com o 52 prestes a acabar, no 53 seguimos com uma missão muito importante: fortalecermos os pilares de captação e permanência com o mesmo grau de importância.

CADA INTERAÇÃO IMPORTA

A proximidade com as vivências dos alunos deixou nosso propósito ainda mais evidente, não apenas para nós, colaboradores, mas também para estudantes e comunidade, que veem nossa instituição de fora. Atitudes que já encantavam e faziam a Unicesumar ser lembrada como uma universidade diferente ficaram ainda mais evidentes e palpáveis, ou seja, mais uma maneira importante de posicionar nossa marca. O “Reação ao vivo”, por exemplo, evento idealizado para dar boas-vindas aos estudantes, foi uma iniciativa até então inédita naquele formato e importantíssima para criar vínculos.

“Nós queremos, cada vez mais, quebrar esse paradigma de que aluno EAD está sozinho, não tem experiências acadêmicas, não tem contato com os colegas ou professores. Essa mudança é importante para nós, internamente, mas também é um movimento de mercado”, afirma Janes Tomelin, nosso pró-reitor de ensino.

Vale ressaltar que a mudança de cultura não foi de comportamento – afinal, ter o estudante no centro já era um pilar – mas de olhar: cuidar da permanência durante toda a jornada acadêmica e com o mesmo cuidado que trabalhamos a nossa captação.



PRÓXIMOS PASSOS

O processo 53 começará no próximo dia 25 e vai até 18 de agosto, serão 71 dias úteis e algumas campanhas importantes de captação. Com a cultura da permanência já enraizada, o próximo passo é combinar tudo isso com a captação, que já é nossa especialidade. Segundo James Prestes, direx de Polos e Expansão, a experiência de estar mais próximo dos estudantes foi fundamental para todos nós, mas a oportunidade agora é de usar todo esse encantamento e experiência também como argumento de venda. “O 53 é nosso segundo maior

processo seletivo do ano, é quase um aquecimento para o próximo 51. Aprendemos ainda mais sobre permanência, mostramos nosso Coração Azul, encantamos ainda mais pessoas – agora é hora de trazê-las pra dentro”, completa James.

Vale ressaltar que, segundo o termômetro de captação da Educa Insights, divulgado em março, entre os candidatos que pretendem iniciar um curso de graduação nos próximos 18 meses, 38% querem começar na metade de 2021, ou seja, uma oportunidade para matricular

esses candidatos. Além dos que já sinalizaram que querem iniciar a graduação, a pesquisa mostra ainda os indecisos, 24% ainda não decidiram quando começarão a estudar, isso significa que temos a possibilidade de mostrar nossa qualidade e vantagens para esses candidatos.

Outro ponto importante e que merece ainda mais atenção durante o 53/21 são os cursos híbridos. Na área da saúde, por exemplo, de acordo com o Educa Insights, o crescimento foi de 130% de janeiro a março desse ano.

PARA RECONHECER, MAIS UMA VERTENTE DO SOU+

Já que captação e permanência devem, mais do que nunca, ter o mesmo grau de importância no polo, a sede criou também dois novos programas de reconhecimento dentro do Sou+: Sou + Permanência e Sou + Retenção. Entre os objetivos dos programas estão incentivar e reconhecer os colaboradores que conseguirem fazer a manutenção dos alunos captados, para isso, foi criada uma meta de permanência.

Então, quem deve receber cada um dos reconhecimentos? O colaborador que garantir a manutenção dos alunos matriculados durante o processo 51 (porcentagem de acordo com a meta) e ativos até o processo 54 receberão Sou+ Permanência. Ao mesmo tempo, o colaborador que conseguir reter um aluno que sinalizou o cancelamento receberá a bonificação do Sou+ Retenção.



SOMOS A ÚNICA UNIVERSIDADE DO BRASIL COM IGC 4 POR 10 ANOS CONSECUTIVOS



Gigante: mais uma vez, entre as melhores no ensino superior do país segundo avaliação do MEC divulgada no fim de abril

Terminamos o último mês com uma importante conquista para comemorar: mais uma vez, somos IGC 4. O resultado foi divulgado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), órgão vinculado ao Ministério da Educação (MEC), e é referente à última avaliação (2019). O IGC (Índice Geral de Cursos) apresenta a posição de todas as instituições de ensino superior do Brasil e, com o IGC 4, ficamos entre

as melhores universidades privadas e públicas do país – dentre mais de duas mil avaliadas.

Principal indicador de qualidade de todos os cursos de graduação (presenciais e a distância), mestrados e doutorados, a nota do IGC varia de 1 a 5 e é calculada anualmente. O indicador considera a média dos dados do Conceito Preliminar de Curso (CPC), que tem como base o desempenho dos estudantes no Enade (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes), e

as médias dos conceitos de avaliação dos programas de pós-graduação stricto sensu, a partir de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

São consideradas instituições de ensino superior de excelência as que obtêm IGC 4 ou 5. Neste ano, apenas 2% das instituições obtiveram índice 5 e somente 21% alcançaram índice 4, incluindo a Unicesumar.

CURSOS DESTAQUE NO ENADE

Enquanto 43% dos cursos superiores de instituições particulares do Brasil tiveram notas insatisfatórias na última edição do Enade (Exame Nacional de Desempenho dos

Estudantes), nossos cursos alcançaram excelentes resultados, onde 54% conquistaram notas 4 e 5 – melhor índice entre os maiores grupos educacionais do Brasil.

A graduação em Segurança do Trabalho, por exemplo, conquistou nota máxima, ficando classificada em 1º lugar entre todas as universidades privadas do país.

NOTA MÁXIMA NO CONCEITO INSTITUCIONAL

Também temos nota 5 em avaliação do Conceito Institucional (CI), realizado pelo MEC. Esse índice é composto pela avaliação de cinco eixos:

planejamento e avaliação institucional, desenvolvimento institucional, políticas acadêmicas, políticas de gestão e infraestrutura física. Dos 48 itens

analisados, a instituição conquistou nota máxima (5) em 42 deles. O conceito final é composto pela média de todas as notas.



CONFIRA TODAS AS CAMPANHAS NA 24\7 E DIVULGUE NOSSA QUALIDADE

ATLÉTICO, CRUZEIRO E BLUMENAU AGORA TAMBÉM SÃO NOSSOS PARCEIROS

O projeto “Educa Esporte” está a todo vapor e, no último mês, rendeu importantes parcerias para nossa instituição, entre elas, o futebol de campo do Clube Atlético Mineiro e Cruzeiro Esporte Clube; Blumenau no futsal; e Clube de Regatas Flamengo no basquete. Todos os patrocínios englobam nossa marca nos uniformes, ativações nas redes sociais e em alguns jogos. Segundo José Henrique Saviani, diretor de Relações Corporativas e responsável

pelo projeto, apesar de já existir há um tempo, nesse momento os patrocínios esportivos têm uma função ainda mais importante: aproximar nossa marca das torcidas regionais. “Temos torcidas muito apaixonadas, o regionalismo no esporte ainda é forte no nosso país. Atrair nossa marca a alguns clubes vai ser bastante importante, além de dar mais visibilidade e fortalecer a marca em regiões estratégicas”, afirma Saviani.



Nossa placa já está instalada no centro de treinamento do Atlético



Os clubes mineiros disputaram uma partida juntos e com marca nos uniformes

A região sudeste representa aproximadamente 40% da nossa rede – são 99 polos apenas em Minas Gerais. Outro número importante, e que norteia os patrocínios, é o número de torcedores. De acordo com uma pesquisa feita pelo Ibope com o Lance!, apenas Atlético e Cruzeiro reúnem 12,1 milhões de mineiros apaixonados pelos times. Além da marca estampada, nosso patrocínio com os clubes mineiros se estende também à descontos nas mensalidades e até bolsas de estudo para os sócios-torcedores, ou seja, são mais de 12 mil pessoas conhecendo a EAD Unicesumar, entrando em contato direto com nossa qualidade, nossas vantagens e encontrando uma maneira incrível de realizar seu sonho.



Em Blumenau, o patrocínio é com os times de futsal e basquete, destaques na região por conta da inovação e qualidade no esporte. O diferencial dessa parceria são as visitas técnicas possibilitadas pelo clube, além de trocas com jogadores e equipe técnica dos

times. Segundo Adriano Albano, gestor da microrrede em Blumenau, esse é um ganho incrível para nossos alunos de Educação Física da região. “Entre os nossos quase 4 mil alunos, mais de 400 cursam Educação Física e serão beneficiados com

todas essas vantagens. Conquistamos também possibilidades de estágio e o mais importante: podemos desenvolver e descobrir novos talentos”, completa Albano.

**EDUCAÇÃO
ESPORTE**
UniCesumar
EDUCAÇÃO PRESENCIAL E A DISTÂNCIA

Você já deve ter ouvido falar sobre o Educa Esporte, né? O objetivo do projeto é promover, cada vez mais, a combinação entre esporte, educação e saúde, seja com times, confederações e até atletas de diferentes modalidades.

Já são mais de 12 parcerias fechadas desde o início do projeto.



PROJETO INFLUENCIADORES FEZ SUCESSO NO 51 E VOLTA COM NOVA ABORDAGEM PARA OS PRÓXIMOS PROCESSOS

Você já fez alguma compra influenciado por um produtor de conteúdo, os famosos influenciadores digitais? O marketing de influência tem crescido cada vez mais, isso porque, segundo um relatório da agência de comunicação FleishmanHillard, os consumidores estão mais cautelosos em quem confiar (marcas, imprensa, figuras públicas) isso fez com que os produtores de conteúdo – que já têm um público fiel – passassem a ser figuras importantíssimas nas estratégias de marketing de muitas empresas. Nós da Unicesumar, por exemplo, investimos em influenciadores desde 2019, e o principal objetivo sempre foi fortalecer a nossa marca, fazer com que mais pessoas conheçam o nosso propósito. De lá pra cá, já testamos e aprendemos sobre muitos formatos: influenciadores locais, nacionais, de nicho, maturidade e até microinfluenciadores.

Apesar de já ser uma tendência, na educação fomos pioneiros ao trabalhar com o marketing de influência. Segundo uma pesquisa feita pela Socialbakers (empresa global de marketing de mídia social), entre as marcas que mais trabalharam com influenciadores no último trimestre de 2020 estão Omo, com 171 perfis fazendo 247 menções da marca, e Santander, com 120 produtores de conteúdo e 176 citações. Entretanto, no mesmo período, nós contratamos 210 influenciadores e tivemos mais de 1.000 menções da nossa marca. “Esse número mostra a grandiosidade do nosso projeto de influenciadores perante a ações de outras marcas. Além de sermos pioneiros, conseguimos fazer um volume muito maior, que cobre todos os estados. O digital tem nos mostrado possibilidades e resultados importantes”, afirma Mara Michela, diretora de Vendas e Multicanal.

NA PRÁTICA

MAURO MARTINS – Gestor do polo de Campina Grande/ PB

“Aqui em Campina Grande nós tivemos o apoio de três influenciadores com perfis diferentes, desde idade, abordagem, até o público de cada um. Todos eram macroinfluenciadores (influenciadores que têm entre 10 e 100 mil seguidores) e isso fortaleceu bastante a marca da Unicesumar aqui na região, levou a Unicesumar para ainda mais pessoas. A experiência foi muito legal, eles foram até nosso polo, falaram sobre estrutura, metodologia, campanhas comerciais vigentes. Enfim, todas essas ações nos ajudaram a ter resultados melhores de captação, principalmente no final do 51.”



Influenciadora Penélope no Polo

INFLUENCIADORES E ALUNOS

No início do projeto, o que podemos chamar de primeira fase, contratamos o maior número de influenciadores possível. Durante o último processo 51 eram 257 influenciadores, que fizeram 3.216 publicações sobre nossa marca. Essas contratações foram fruto de indicações de 300 polos e pesquisa da equipe de digital da sede. A partir de agora, o foco está em selecionar as melhores entregas

para continuarmos as parcerias, além de encontrarmos novos perfis, mas também engajarmos os nossos alunos que já são criadores de conteúdo para se tornarem embaixadores da marca. “Temos várias frentes dentro do projeto que nos permitem trabalhar e alcançar públicos diferentes, desde influenciadores de polos, nichos de curso, macroinfluenciadores e maturidade. Outra informação

bem legal é que com as parcerias despertamos o interesse dos próprios influenciadores a estudarem com a gente. Agora, com o olhar para a permanência e o foco nos nossos alunos, estamos fazendo o caminho inverso, buscando influenciadores entre quem já estuda com a gente”, completa Ana Clara Ferreira, supervisora de Redes Sociais.

OS PRÓXIMOS INFLUENCIADORES

Grande parte dos influenciadores contratados foram indicados por polos, mas o processo não é tão simples quanto parece. Além de atender aos requisitos básicos (número de seguidores, comunidade engajada, conteúdo de acordo com nossos princípios e valores como marca) os influenciadores

precisam estar dispostos a conhecer nossa instituição e fazer a parceria. “Muitos influenciadores, principalmente os micro, trabalham sozinhos, tem alguns que demoram muito para nos responder, algumas vezes já mudamos de etapa quando eles entram em contato”, afirma Ana Clara.

Para agilizar esse processo e ter cada vez mais embaixadores da Unicesumar em diferentes regiões, criamos a estratégia dos alunos influenciadores, mas também passamos a contar com o apoio da consultoria de gestão de polos. Com isso conseguimos otimizar as indicações, além de aumentar o volume.



REAÇÃO AO VIVO: MUTIRÃO DE LIGAÇÕES PARA DAR BOAS-VINDAS A ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO FOI UM SUCESSO

Mais de 5 mil alunos ingressantes foram impactados pela ação que envolveu colaboradores de todas as áreas da instituição, inclusive reitoria

Quem não gosta de ser recebido com carinho ao chegar em casa ou então ao entrar em uma loja? Quando é uma nova experiência então, a recepção é ainda mais marcante. Entre os brasileiros, os abraços eram a forma mais comum de demonstrar esse afeto, mas em tempos de pandemia e distanciamento social, eles estão cada vez mais escassos. Para não deixar a recepção de lado, a equipe pedagógica idealizou o “Reação ao Vivo”, um mutirão de ligações para dar boas-vindas aos alunos ingressantes. A ação aconteceu no último mês e envolveu mais de 120 pessoas da sede, além

das equipes dos polos de todo o país.

Mais de 5 mil estudantes foram impactados pelas ligações e, como você pode imaginar, as reações foram diversas. “Foi uma ação incrível, tivemos desde o aluno que achou que era brincadeira, os que não podiam atender, estavam dirigindo, até aqueles que pediram para receber a ligação lá no grupo de ingressantes no Facebook – e quando ligamos, eles ficaram emocionados. Sem dúvidas, esse momento ficará marcado na nossa história”, lembra Kátia Coelho, diretora de Graduação e Pós-Graduação.



Para Janes Tomelin, nosso pró-reitor de Ensino e entusiasta de boas conversas, os principais objetivos da ação foram atingidos: criar um vínculo com o estudante e mostrar que ele pode contar com toda a equipe durante sua jornada acadêmica. “Nosso desafio é, cada vez mais, quebrar esse paradigma de que aluno EAD está sozinho, não tem experiências acadêmicas, não tem contato com os colegas ou professores. Nós estamos junto com eles, envolvemos todas as áreas da instituição para fazer essas ligações, até o William e reitor participaram. O aluno é a alma da instituição, ouvir os sonhos e a energia com que eles começam o curso também é um ânimo extra para todos nós. Tenho certeza que a

Reação ao Vivo rendeu ótimas conversas. Gratidão a todos os polos e colaboradores que toparam esse desafio”, conclui Tomelin.

Ficou curioso para conferir como foi a Reação ao Vivo na sede e nos polos? Clique e confira o vídeo. Reveja as lives no nosso Instagram oficial e confira nossa galeria de fotos!



Araguaína - TO



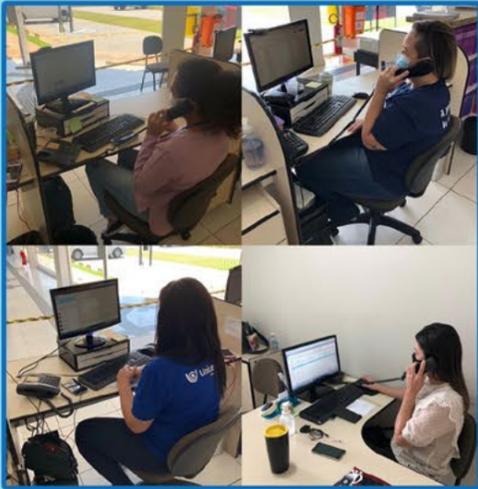
Arapongas-PR



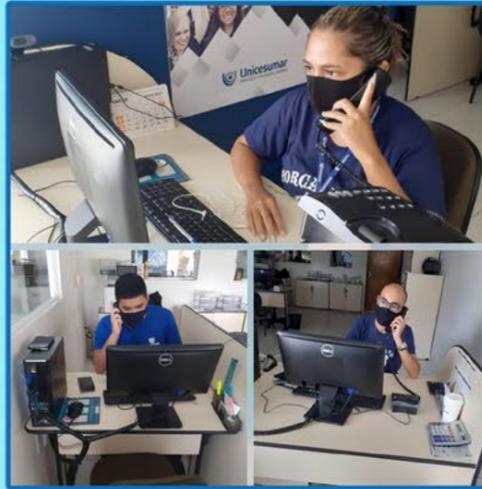
Assis - SP



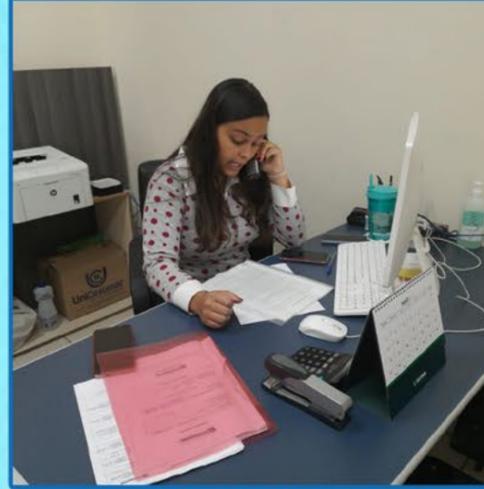
Camaquã - RS



Campo Grande - MS



Caruaru - PE



Conselheiro Lafaiete - MG



Divinópolis - MG



Eldorado dos Carajás - PA



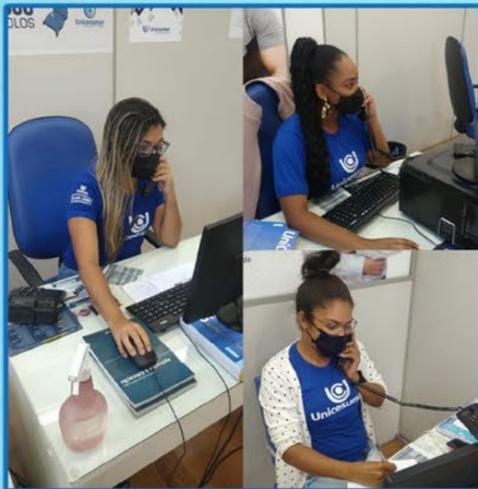
Feira de Santana - BA



Formiga - MG



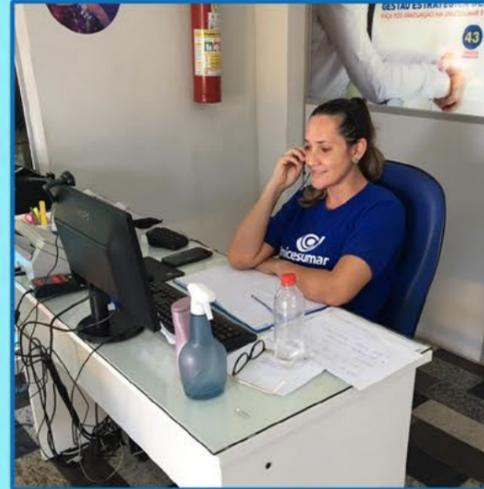
Gurupi - TO



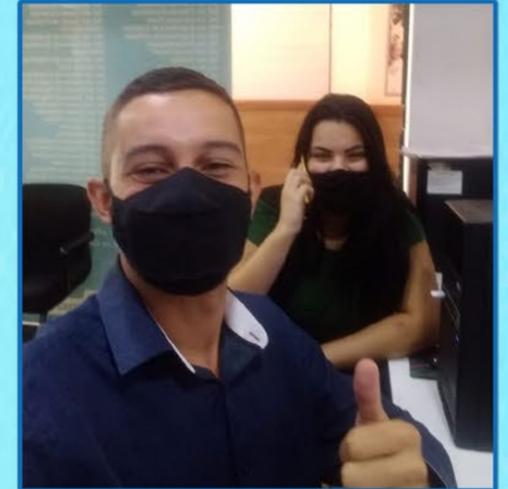
Igarapé - MG



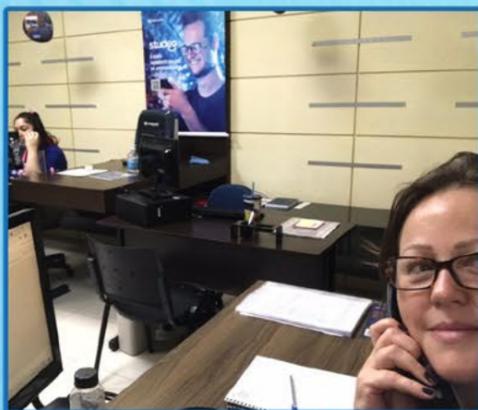
Itabirito - MG



Itaúna - MG



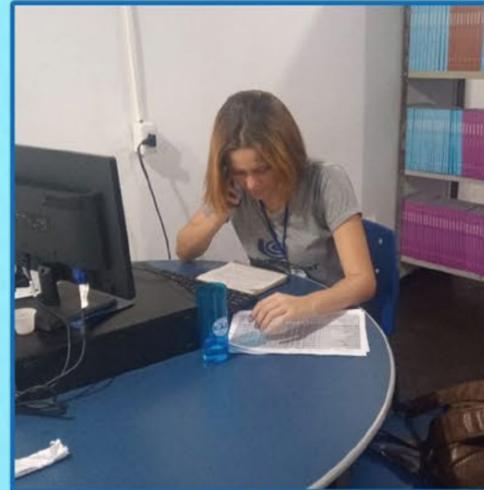
Itaúna - MG



Joinville - SC



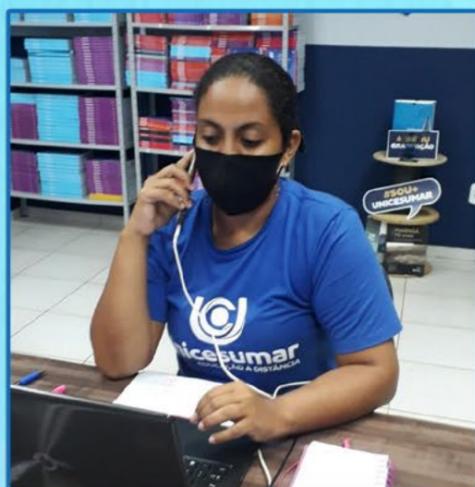
Juazeiro - BA



Marabá - PA



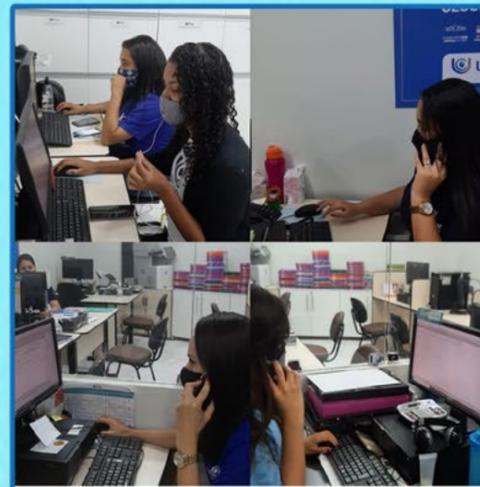
Divinópolis - MG



Parauapebas - PA



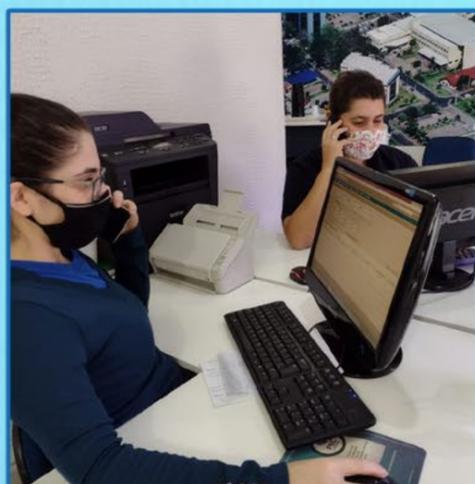
Petrolina-PE



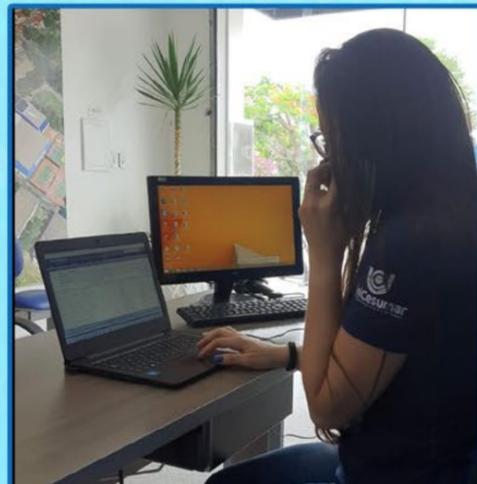
Arapiraca-AL



Posse - GO



Pouso Alegre -MG



Tobias Barreto - SE



União da Vitória-PR



Marabá - PA

PROFESSORA E ALUNA



A professora Fernanda Gabriela de Andrade Coutinho, que também é nossa aluna de pós-graduação no Universo EAD, desenvolveu uma pesquisa que resultou no artigo “Do off ao on: desafios e práticas pedagógicas no emprego de metodologias e o uso de tecnologias em tempos de pandemia”, que foi publicado no Brazilian Journal of Development.

O artigo trata dos desafios docentes em tempos de pandemia e foi desenvolvido na pós-graduação em Docência no Ensino Superior: Tecnologias Educacionais e Inovação.

O trabalho completo está disponível no link:

[CLIQUE AQUI](#)

QUEM INDICA:

TANIA FUKUSHIMA

HEAD DE PLANEJAMENTO
E DESIGN EDUCACIONAL



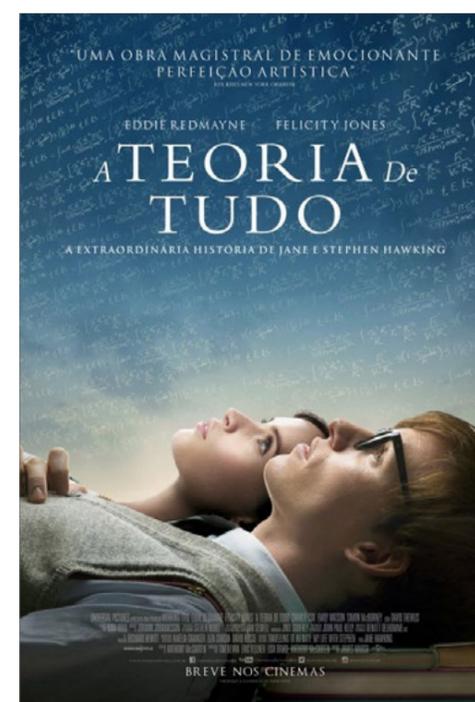
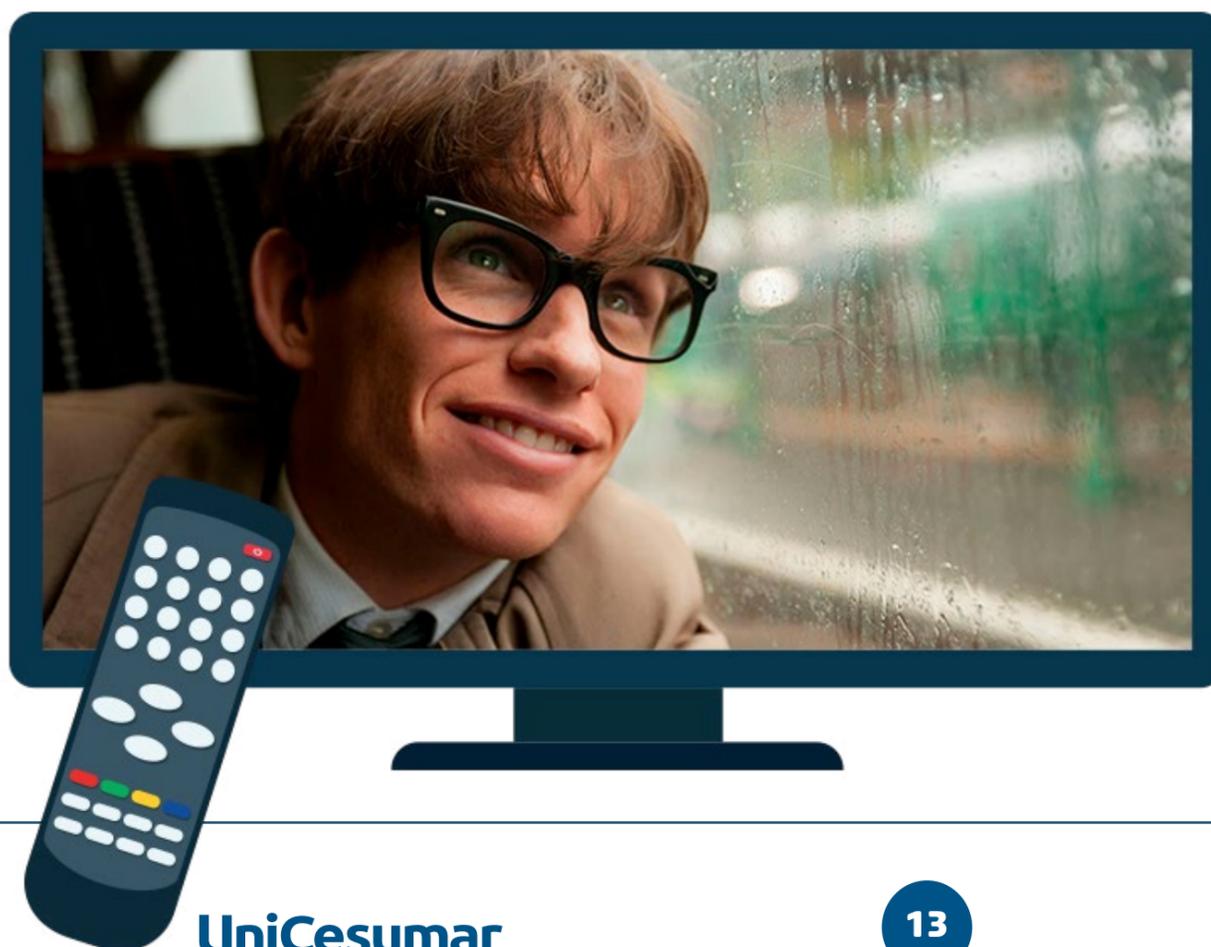
FILME: “A TEORIA DE TUDO”

Uma boa sessão pipoca premium é assistir ao filme “A Teoria de Tudo”, que conta a história deste gênio da astrofísica que escreveu grandes obras como “Uma breve história do tempo”, 1988, e “O Universo Numa Casca De Noz”, 2001, ambos que eu li. O drama narra a trajetória emocionante desse jovem estudioso, sua vida pessoal e amorosa, as grandes descobertas sobre o tempo e também a evolução da doença degenerativa que ele descobriu ainda muito jovem, uma esclerose lateral amiotrófica (ELA). Uma história

emocionante, que demonstra que, mesmo com tantas dificuldades, ele nunca deixou os estudos e as pesquisas que contribuíram imensamente para a humanidade, como estabelecer uma teoria da cosmologia explicada pela união da teoria geral da relatividade e da mecânica quântica. O ator que interpretou Stephen Hawking, Eddie Redmayne, ganhou merecidamente o prêmio de categoria de Melhor Ator Principal no Oscar de 2014.

Minha eterna admiração pelo professor Hawking e pela sua busca incansável por

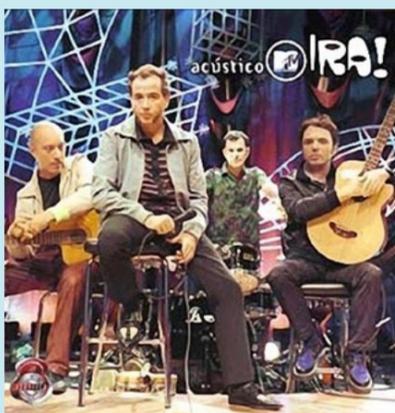
soluções inovadoras para vencer a doença e, conforme ela avançou, buscou novas formas de se expressar, através de rastreo pelos olhos e movimento das bochechas. Há também o livro com o mesmo título que inspirou o filme e, claro, compõe a lista dos livros lidos. Vou confessar: tenho um lema de sempre ler os livros dos filmes que assisto, porque acredito que há uma riqueza de detalhes na escrita que não nos permite encontrar nos filmes.



LIVRO: “SEJA DISRUPTIVO”

Sugiro seguirem Jay Samit, que está muito à frente das tendências tradicionais, com o livro SEJA DISRUPTIVO! Esse título nos tira os pés do chão para pensar e agir de forma disruptiva de fato. O livro traz vários exemplos energizantes que parecem sair das páginas, como dito pelo prof. Adam Grant. O livro descreve, de forma muito fácil, como desenvolver estratégias para ajudar o pensamento individual. A proposta do livro é que o

leitor se sinta incomodado pela forma que age ou pensa e torne-se protagonista das atitudes e mudanças em sua vida. A partir do 5º capítulo, Samit nos remete às atitudes que agregam conhecimento como um empreendedor, para construir uma cadeia de valor sólida e acreditada. Nos últimos capítulos, navega pela visão de mundo e a importância do nosso papel social. Seja muito feliz com esta leitura e transforme-se ao chegar na última página dessa obra.



MÚSICA: “EU QUERO SEMPRE MAIS” - IRA E PITY

Eu indico uma música que traz uma mensagem motivadora, que nos faz acordar todos os dias e que, independentemente de nossas escolhas, nos convida a enfrentar as dificuldades, sabendo que cada novo dia será diferente em nossa vida. A música “Eu quero sempre mais” foi gravada pelo grupo Ira e a versão ao vivo, com a participação da cantora Pitty no Acústico da MTV, ficou muito agradável para ouvir. Ela não é muito recente, foi criada em 1996, e foi top

das músicas mais ouvidas e pedidas nas rádios durante muitos anos. Sugiro que até os mais jovens tenham oportunidade de ouvir e refletir sobre a mensagem que ela traz. A parte da letra que faz mais sentido para mim é a que nos faz refletir que nem sempre os sonhos se tornam realidade. “...Eu procuro acordar e perseguir meus sonhos Mas a realidade que vem depois Não é bem aquela que planejei... Eu quero sempre mais!”





Reitor: Wilson de Matos Silva.

Pró-Reitor Executivo do Núcleo de Educação a Distância Unicesumar: William V. K. Matos Silva.

Diretor Executivo de Marketing: Tiago Stachon.

Head de Comunicação: Aline Brait.

Gerente de Operações: Manoela Kuchnir Almeida.

Produção de textos: Lais Baldi.

Jornalista responsável: Lais Baldi.

Revisão de textos: Lais Baldi, Gabriela Camargo, Lucas Waricoda, Rafael Uchida,
Vinicius Villa e Igor Leonardo Alves da Silva.

Criação e editoração: Roger Nomoto.

Esta é uma publicação da Unicesumar – Ano 7, nº 90.

imprensa.ead@unicesumar.edu.br

Fone (44) 3027 6360, ramal 3430

Avenida Guedner, 1.610 - Jardim Aclimação – Maringá