



ITH
EDUCACIONAL

PLANO ESTRATÉGICO

2020-2024

SUMÁRIO

Apresentação	03
Introdução	04
Cenário Atual	05
Missão	07
Diretrizes Estratégicas	08
Ações Estratégicas	09
Mapa Estratégico	10
Glossário	11

APRESENTAÇÃO

O ITH assume um novo desafio! Começamos, em 2020, uma nova etapa estratégica, que permitirá contribuir com o crescimento da educação no mundo. Inauguramos a Faculdade ITH e com ela um plano arrojado de estratégias que elevarão o nível da Educação Superior.

A elaboração deste planejamento expressa os esforços da equipe de gestão para que as diretrizes estratégicas estejam alinhadas a Missão, Visão e Valores da Instituição e mais do que a criação de planos estratégicos e táticos, firma o compromisso e dedicação para a construção de um ambiente de crescimento, que impulsiona e transforma a vida de seus alunos, colaboradores e toda a sociedade.

Com entusiasmo, dedicação e profissionalismo que nossos gestores uniram seus conhecimentos e experiências para trazer planos realistas, confiáveis e modernos. A Instituição está empenhada para atingir as propostas aqui apresentadas com primazia e excelência.

Agradeço particularmente a equipe que coordenou o Planejamento Estratégico – ferramenta fundamental para a realização de um trabalho com excelência.

Ana Claudia

Fundadora e CEO do ITH Pós-Graduação e ITH Educacional.



INTRODUÇÃO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico corresponde ao estabelecimento de um conjunto de providências a serem tomadas para a situação em que o futuro tende a ser diferente do passado, onde se tem condições de agir sobre as variáveis e fatores, de modo que possa exercer alguma influência sobre as incertezas relacionadas ao processo decisório e melhorar a probabilidade de alcance das metas e objetivos institucionais.

Após a consolidação da análise do ambiente e o diagnóstico externo – através da Análise SWOT – formulou-se os objetivos institucionais e os respectivos indicadores e metas. Com base nesses objetivos, iniciou-se o desenvolvimento e formulação da estratégia da FACULDADE ITH, por meio da utilização da metodologia de Balanced Scorecard (BSC), proposta pelos autores Kaplan e Norton (2004).

Para alcançar os objetivos e metas estabelecidas para o longo prazo, estabeleceu-se projetos estratégicos que se caracterizam em um rol de ações, cronograma, responsáveis e recursos financeiros para operacionalizar a execução, exigindo a revisão anual para que haja consistência entre o realizado e planejado a curto e a longo prazo.



CENÁRIO ATUAL DO MERCADO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR

Goiânia é um dos maiores centros financeiros do Brasil, e sua economia é caracterizada pela predominância do setor terciário, o qual concentra 80% da economia do município, com destaque para a saúde, atividades imobiliárias e administração pública. Goiânia está entre as capitais brasileiras que mais geram emprego no Brasil. Dinâmico, abrange desde serviços básicos até os que demandam alta tecnologia. O setor terciário também concentra a maior parte da população ativa. São 19.470 empresas, se destacando o comércio atacadista e varejista (9.836), atividades imobiliárias (3.579), alimentação e alojamento (1.043), serviços sociais e saúde (1.842) e outros (1.382). A quantidade de empregos do setor (266.159) representava mais de 80% de todas as vagas disponíveis em Goiânia.

De acordo com as estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sua população é de 1.536.097 habitantes em 2020. É a sexta maior cidade do Brasil em tamanho, com 256,8 quilômetros quadrados de área urbana e o décimo primeiro município mais populoso do Brasil. A Região Metropolitana de Goiânia possui 2.518.775 habitantes, o que a torna a 12ª região metropolitana mais populosa do país. A universalização progressiva do ensino médio constitui exigência da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. A necessária expansão deste nível de ensino foi claramente planejada nas metas do Plano Nacional de Educação (PNE), sendo evidenciada na região de inserção da FACULDADE ITH.

Na região metropolitana possui cerca de 80% dos estudantes universitários e na inserção o ensino médio apresentou crescimento nas últimas décadas, o que pode ser associado à melhoria do ensino fundamental, à ampliação do acesso ao ensino médio e a uma maior demanda pela educação superior. De acordo com os Resultados Finais do Censo Escolar (INEP/2016) foram registradas em Goiânia 71.913 matrículas iniciais no ensino médio (regular, educação de jovens e adultos e educação especial), o que confirma a existência de demanda potencial para a formação superior na localidade.

Segundo o Censo da Educação Superior (INEP/2016) em Goiânia são ofertadas 59.053 vagas em cursos superiores de educação presencial. O número de alunos inscritos em processos seletivos no mesmo ano foi de 153.214, o que já revela um contingente significativo de pessoas interessados em realizar cursos superiores de educação presencial.

Goiânia teve, no ano de 2017, uma taxa de escolarização líquida estimada em 33,9%. A taxa de escolarização bruta, que mede, percentualmente, o total de matrículas no ensino superior em relação à população

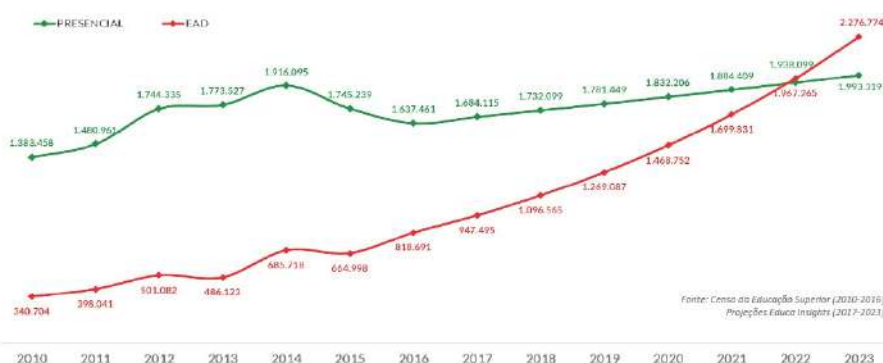


na faixa etária teoricamente adequada para frequentar esse nível de ensino, foi estimada, para o ano de 2017 no município de Goiânia, em 46,3%.

Uma das metas do Plano Nacional de Educação (PNE), aprovado pela Lei nº 13.005/2014, de 26 de junho de 2014, para o período de 2014 a 2024, é elevar a taxa bruta de matrícula na educação superior para 50% e a taxa líquida para 33% da população de 18 a 24 anos, assegurando a qualidade da oferta. A taxa de bruta calculada para o município de Goiânia demonstra claramente as necessidades do setor de ensino superior em relação aos jovens que residem na região.

A proposta de implantação de cursos a distância se baseia primeiramente na necessidade de ampliação do acesso a educação seja ensino profissionalizante seja ensino superior, ambas necessárias ao desenvolvimento do país nos padrões desejados pela sociedade e governo. Mas também encontra justificativa na mudança do perfil dos alunos, dos ingressantes no ensino superior que atualmente mostram maior interesse e empenho quando utilizam para o aprendizado uma plataforma digital. Isto decorre da mudança no perfil dos jovens, que atualmente são sujeitos que pensam digitalmente têm como capacidade, a imersão em dados disponibilizados na sociedade real concreta e na sociedade real virtual e preferem esta segunda.

Tais fatos decorrem das inovações tecnológicas surgirem diariamente e delas decorrem mudanças comportamentais incondicionais que podem ser automáticas ou não. Assim, os benefícios gerados pelas novas ferramentas são evidentes tais como: maior autonomia do aluno, facilidade de pesquisa, acesso à informação atualizada, uso de simuladores e jogos educativos interativos, e criação de grupos de debates distribuídos pelo mundo, além de maior acessibilidade. Na Figura a seguir observa-se que as matrículas em cursos EAD aumentaram consideravelmente nos últimos anos mostrando que as barreiras contra a modalidade estão sendo superadas. Adicionalmente o mercado brasileiro projeta para esta década um aumento significativo nas matrículas no EAD, conforme Figura.



Inserida neste contexto, a FACULDADE ITH tem como proposta para o quinquênio promover a formação de pessoas qualificadas para o mercado de trabalho e ampliar as possibilidades de acesso ao ensino superior, mediante a oferta de cursos de graduação e pós-graduação lato sensu, nas modalidades presencial e EaD.

MISSÃO

Transformar a vida de pessoas através de uma educação criativa e interativa.

VALORES

Ética, Humanização, Experiência, Inovação e Transformação.

PRINCÍPIOS DE ATUAÇÃO

Ética, Compromisso Social e Qualidade de Ensino.

VISÃO DE FUTURO

Ser a maior referência de ensino em saúde e estar presente em todo o território nacional até 2022 através da plataforma EaD.



DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

Excelência acadêmica e integração mercadológica do discente

As ações da Instituição são norteadas pelas regulamentações vigentes prevalecendo a ética nas relações.

Os PPCs são construídos com conteúdos modernos e práticos, exigindo dos docentes experiência acadêmica e mercadológica para integrar os discentes à realidade de mercado.

Metodologia de aprendizagem ativa

A estrutura física foi desenvolvida para trazer conforto e bem-estar aos discentes, docentes e sociedade, de forma que a experiência vivida dentro da instituição seja agregadora.

O conteúdo é transmitido integralmente ao discente de forma teórico-prática através de metodologias ativas de aprendizagem com aulas em laboratório e simulação de casos.

Sustentabilidade econômico-financeira

Através de uma gestão sólida, experiente e responsável a Instituição preza pelo equilíbrio financeiro e crescimento econômico sustentável.

Os investimentos são planejados de forma que atendam as demais diretrizes e fortaleçam a missão, visão e valores da Instituição, refletindo sua integridade.

Inclusão e contribuição social

As ações da Instituição refletem sua preocupação no desenvolvimento social e cultural do indivíduo, garantindo acessibilidade à pessoas portadoras de deficiências físicas, desenvolvimento da região onde a Instituição está inserida, atendimento à comunidade e parcerias com instituições públicas ou privadas com o propósito de beneficiar a sociedade.

AÇÕES ESTRATÉGICAS

- 01** Buscar fontes alternativas de recursos financeiros e tecnológicos para viabilizar a expansão, modernização e manutenção da Instituição.
- 02** Desenvolver nos cursos ofertados atividades teórico-práticas mediadas pelo emprego de tecnologias modernas.
- 03** Incentivar os processos acadêmicos que estejam focados na valorização da autonomia discente.
- 04** Articular o ensino e a extensão, em diferentes níveis, produzindo o conhecimento para contribuir com as mudanças sociais responsáveis pela melhoria da qualidade de vida.
- 05** Avaliar sistemática e criticamente seus processos de ensino-aprendizagem, proporcionando o estímulo à incorporação de novas práticas pedagógicas.
- 06** Valorizar os profissionais da Instituição, estabelecendo um plano de carreira que estimule a qualificação e o desempenho.
- 07** Viabilizar a gestão participativa, garantindo a representatividade da comunidade acadêmica nas decisões institucionais.
- 08** Estimular a Avaliação Institucional com a função de subsidiar a qualidade e o desenvolvimento das ações político-acadêmicas e administrativas pertinentes à missão institucional.
- 09** Buscar parcerias com órgãos públicos, organizações não-governamentais e iniciativa privada, objetivando o desenvolvimento de projetos de alcance social, cultural e produtivo.
- 10** Viabilizar o intercâmbio cultural, científico, artístico e técnico com instituições nacionais.
- 11** Garantir a qualidade do ensino de graduação e pós-graduação lato sensu.
- 12** Fortalecer as atividades de extensão ampliando e consolidando os laços entre a Faculdade e sociedade.
- 13** Garantir o crescimento sustentável da instituição com excelência em gestão.
- 14** Ampliar as políticas de acesso e permanência do corpo discente e de acompanhamento de egressos.

MAPA ESTRATÉGICO



GLOSSÁRIO

ANÁLISE SWOT – Ferramenta estratégica utilizada para analisar ambientes interno e externo, pontos fortes e pontos de melhoria relacionados à Instituição.

BALANCED SCORECARD – Metodologia de gestão por indicadores criada pelos professores Kaplan e Norton em 1992.

CENÁRIOS – Simulações de possíveis futuros para a Instituição. São elaborados com análise de históricos e estatísticas internas e do mercado, levando em consideração a probabilidade de riscos que impactem os resultados.

DIRETRIZES – São direcionamentos que guiam os objetivos e planos de ações.

INDICADORES – É uma referência quantitativa ou qualitativa que permite analisar sua variação no decorrer do tempo, indicando se os objetivos estão sendo alcançados.

MAPA ESTRATÉGICO - É a representação gráfica das ações estratégicas.

META – É o resultado a ser alcançado em uma linha de tempo.

MISSÃO - É uma declaração explícita das razões da existência de uma instituição.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS – É um compromisso firmado de realização, garantindo que através deles as metas serão alcançadas.

STAKEHOLDERS – Os envolvidos e interessados à Instituição, podendo ter vínculo direto ou indireto.

VALORES – É o conjunto de padrões éticos e culturais que ditam a postura da Instituição perante seus stakeholders.

VISÃO DE FUTURO – Define o posicionamento que a Instituição pretende alcançar ao cumprir sua missão, em determinado período de tempo.