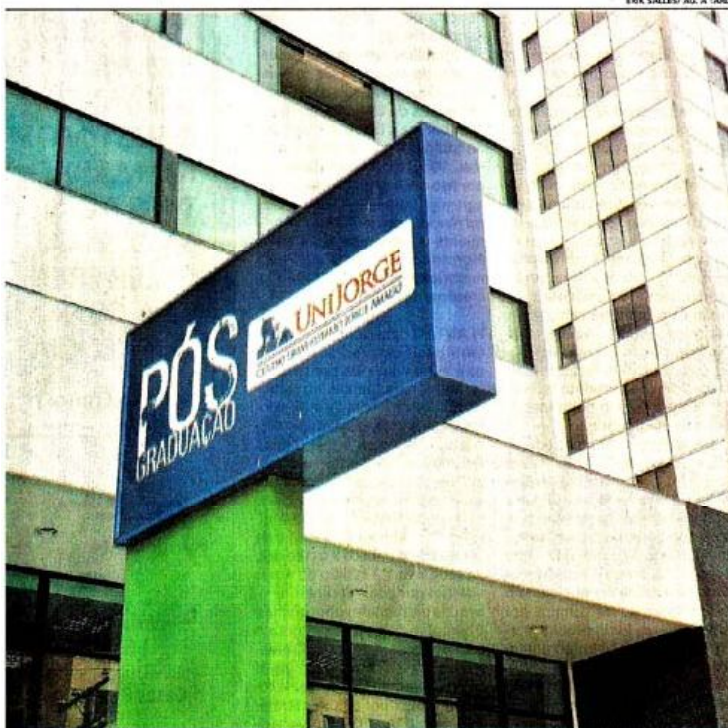


Empresa	Unijorge		
Veículo	A Tarde	Data:	15/04/2010
Editoria/Coluna	Caderno Top Of Mind	Pág:	19
Centimetragem	20cm x 6col = 120cm		

Universidade/Faculdade Particular de Pós-Graduação

Cursos de pós-graduação da Unijorge conquistam a população



Os pilares pedagógicos são os de um projeto consistente, concebido com foco no perfil específico do discente

ERIK SALLES/AG. A TARDE

CLÁUDIO MOREIRA

As exigências cada vez mais competitivas da economia do mercado globalizado transformaram os cursos de pós-graduação numa importante ferramenta de qualificação para facilitar a inserção e desenvolvimento profissional. Nesse segmento, a Unijorge está no momento como a marca hegemônica na mente dos que pensam em pós-graduação, em faculdade ou universidade particular de acordo com a pesquisa realizada pela 15ª edição do Top of Mind. A publicidade da empresa, realizada pela agência Engenho Novo, traz o conceito "Você Pós Unijorge. Preparado. Diferenciado" e fixou na população uma imagem positiva da pós da instituição.

Para a coordenadora de Educação Continuada da Unijorge, Florence Heber, a ressonância do marketing feito para os cursos de pós da instituição contribui para divulgar e ressaltar os méritos dos mesmos. "O marketing não consegue sustentar inverdades. Então, não creio ser possível a sustentabilidade de um marketing em uma instituição que não tenha méritos de fato. Por outro lado, a escolha do curso também tem papel fundamental para um resultado efetivo. Esta combinação entre a escolha da instituição e do curso é fundamental para um resultado efetivo. A instituição e o curso cer-

tos são, sem dúvida, as grandes decisões no momento de escolher uma pós-graduação", explica.

A reitora da Unijorge, Marina Acúrcio, destaca o perfil da instituição que credita como diferenciado por ostentar as seguintes características: equilíbrio adequado entre fundamentação teórica e instrumentalização técnica; composição do corpo docente; know-how da Unijorge no negócio Educação e projeto pedagógico da Unijorge. "Os pilares pedagógicos da pós-graduação são os de um projeto consistente, concebido com foco no perfil específico do discente de cada um dos programas, um projeto comprometido com os resultados e voltado para o desenvolvimento de competências cognitivas, operativas e atitudinais", ressalta.

A campanha publicitária dos cursos de pós-graduação da Unijorge foi montada em cima dos conceitos de atualização e preparatórios. Fernando Passos explica que a inspiração veio da ideia de Modernidade Líquida defendida pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman. "Onde verifica-se o surgimento de indivíduos cada vez mais adaptáveis, chegamos à conclusão que, para se adequarem à nova realidade do mercado e serem mais competitivos, os profissionais precisam ter formação multidisciplinar. Isso sugere a prática da educação continuada.

"O MARKETING NÃO CONSEGUE SUSTENTAR INVERDADES. TEM QUE TER MÉRITOS DE FATO"

Florence Heber | Coordenadora

