



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO EM MARKETING

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Modalidade: a distância
Forma de articulação: Concomitante/Subsequente
Nível: Médio

Aprovado pela Resolução n.º 31/2008/CD/ETF-Palmas, de 9 de setembro de 2008,
autorizado pela Resolução n.º 79/2017/CONSUP/IFTO, de 11 de dezembro de 2017.

PALMAS – TO
2017



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

1ª edição

Maria da Glória Santos Laia
Diretor da Escola Técnica Federal de Tocantins

Carlos Henrique Monschau Funck
Diretor de Ensino

Virley Lemos
Diretor de Administração e Planejamento

Frank Tamba
Diretor de Relações Empresariais e Comunitárias

Luiz Antônio da Silva
Diretor de Sede

2ª edição

Francisco Nairton do Nascimento
Reitor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins

Ovídio Ricardo Dantas Júnior
Pró-reitor de Ensino

Rodrigo Antonio Magalhães Teixeira
Diretor de Ensino Básico e Técnico

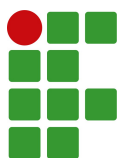
Madson Teles de Souza
Diretor de Ensino a Distância

Octaviano Sidnei Furtado
Diretor-Geral - *Campus* Palmas

Noemi Barreto Sales Zukowski
Diretora de Ensino - *Campus* Palmas

Gislene Magali da Silva
Gerente Educacional das áreas Tecnológicas I

Joseane Ribeiro de Menezes Granja Júnior
Coordenador da Área de Gestão e Negócios



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Comissão responsável pela elaboração e reformulação do PPC **Técnico em Marketing**, na modalidade à distância, Portaria nº 279/2017/PAL/REI/IFTO, de 10 de Agosto de 2017.

Gislene Magali da Silva (presidente-docente)
Carla Simone Burdzinski (membro-docente)
Iranilson Ferreira Mota (membro-docente)
Loulou Hibrahim Elias (membro-pedagogo)
Marcio Allan de Lima Martins (membro - Técnico)

Revisão linguística
Cremil Maria de Faria



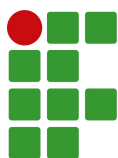
Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Sumário

APRESENTAÇÃO.....	5
1 JUSTIFICATIVA.....	8
1.1 Marco Legal.....	15
2 OBJETIVOS DO CURSO.....	17
2.1 Geral.....	17
2.2 Específicos.....	17
3 REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO.....	18
4 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....	19
5 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES.....	19
6 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	23
6.1 Matriz Curricular.....	25
6.2 Metodologia.....	27
6.3 Prática como componente curricular (PPC).....	32
6.4 Estágio.....	33
6.5 Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).....	33
6.6 Atividades Complementares.....	34
6.7 Ementas.....	34
7 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E DE EXPERIÊNCIAS ANTERIORES.....	38
8 CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO.....	39
9 BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS.....	39
9.1 Biblioteca.....	39
9.2 Instalações.....	42
9.3 Laboratórios e equipamentos.....	46
9.4 Polos de Apoio Presencial.....	47
10 PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO.....	47
10.1 Perfil do Docente.....	47
10.2 Perfil do Técnico-administrativo do Campus Palmas.....	47
10.3 A equipe gestora dos Cursos EAD.....	48
11 CERTIFICADOS E DIPLOMAS A SEREM EMITIDOS.....	56
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICE A.....	60
DESCRIÇÃO MÍNIMA DAS UNIDADES CURRICULARES.....	60





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

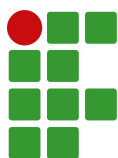
APRESENTAÇÃO

O Curso Técnico em Marketing contará com uma carga horária de 800h com duração de 1 ano e meio para a modalidade concomitante e 1 ano para subsequente ao ensino médio conforme previsto em edital, divididos em blocos de componentes curriculares semestrais. Segundo o Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos - CNCT, instituído e implantado pelo Parecer CNE/CEB n.º 11/2008 e Resolução CNE/CEB n.º 03/2008, alterados pelo Parecer CNE/CEB n.º 03/2012, de 26 de janeiro de 2012 e Resolução CNE/CEB n.º 04/2012, de 6 de junho de 2012, o curso de Técnico em Marketing se encontra no Eixo Tecnológico Gestão e Negócios. Os profissionais em educação para atender ao curso são selecionados através de Edital Público como bolsista/PRONATEC em regime de 20h semanais.

Os candidatos ao Curso serão selecionados através de processo seletivo para egressos do ensino médio, conforme Edital, ou para concomitante ao ensino médio através de parcerias com instituições educacionais podendo ser realizado semestralmente ou anualmente, conforme deliberação do corpo gestor da instituição. O regime de matrícula será previsto em edital.

O curso Técnico em Marketing está vinculado ao campus Palmas, localizado na AE 310 SUL, Avenida NS-10 esquina com LO-05, s/n, Plano Diretor Sul – Palmas/TO. CEP 77021-090.

A Matriz Curricular de Referência para o Curso Técnico em Marketing foi estruturada abordando as competências profissionais gerais, contidas no Eixo Tecnológico Gestão e Negócios, com foco na formação de profissionais aptos a desempenhar atividades em projetos e implementação de planos de marketing e planos de comunicação; em análise de vendas, preços e produtos; em fidelização de clientes e relação com fornecedores ou outras entidades; em executar o controle e gerenciar estatísticas de operações de telemarketing; em operacionalizar apresentação dos serviços e produtos no ponto de venda e em elaborar estudos de mercado.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Nesse sentido, a organização curricular agrega competências profissionais com as novas tecnologias, de forma a desenvolver a autonomia para enfrentar diferentes situações com criatividade e flexibilidade, requeridas em um mercado competitivo que absorve profissionais multifuncionais.

O objetivo do desempenho profissional do Técnico em Marketing é trabalhar com competência para gerir seu próprio negócio ou de terceiros, atuando nas empresas públicas e/ou privadas do terceiro setor nos diversos setores do comércio, empresas de telemarketing e empresas de marketing e publicidade, com capacidade de motivar equipes de trabalho.

A Matriz Curricular seguiu as orientações do Currículo Referência para os Cursos Técnicos do Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil e o Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos. A construção da Matriz do Currículo Referência deu-se por meio de um trabalho coletivo de diversos especialistas - coordenadores dos cursos do Eixo Tecnológico Gestão e Negócios, de diferentes regiões brasileiras e instituições de ensino. A metodologia desenvolvida correlaciona o perfil técnico-profissional com as competências comportamental-attitudinal, técnica-cognitiva, bem como com as habilidades e bases tecnológicas, contempladas nas ementas comuns e específicas. Teve como bases os Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico, o Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos, a Classificação Brasileira de Ocupações e a legislação vigente.

A Matriz Curricular de Referência apresenta sugestões que poderão ser adotadas nacionalmente pelas instituições que integram o Sistema e-Tec Brasil, respeitadas as diversidades regionais, possibilitando maior abrangência do currículo.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

IDENTIFICAÇÃO DO CAMPUS

CAMPUS PALMAS, DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS.

CNPJ: 10.746.006/0001-98

ENDEREÇO COMPLETO: AE 310 Sul, Avenida LO 5 s/n – Plano Diretor Sul, Palmas - Tocantins

FONE(S): (63) 3236-4000

E-MAIL(S): palmas@ifto.edu.br

DIRETOR: Octaviano Sidnei Furtado

FONE(S): (63) 3236-4003

E-MAIL(S): octafurtado@ifto.edu.br

DADOS DO CURSO

ÁREA DE CONHECIMENTO/EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios

NOME DO CURSO: Técnico em Marketing

NÍVEL:

☐ Fundamental.	☒ Médio.	☐ Superior.
---------------------------------------	--	------------------------------------

MODALIDADE:

☒ Educação Profissional.	☒ Educação Básica.	☐ Educação Superior.
☐ Educação a Distância.	☐ Educação de Jovens e Adultos.	☐ Educação Especial.
☐ Educação Prisional.	☐ Educação Indígena.	☐ Educação Quilombola.

Forma de articulação da Educação Básica com a Educação Profissional:

☐ Integrada	☒ Subsequente	☒ Concomitante	Na mesma instituição de ensino para forma de articulação subsequente; e/ou	x
			Em instituições de ensino distintas; e/ou	x
			Em instituições de ensino distintas mediante convênio intercomplementaridade para forma de articulação concomitante	x

Cursos e programas do Ensino Superior/tipo de curso/grau:

☐ Graduação: Tecnologia.	☐ Graduação: Licenciatura.	☐ Graduação: Bacharelado.
---	---	--

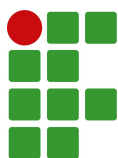
OFERTA:

☐ Presencial.	☒ À distância.
--------------------------------------	--

CARGA HORÁRIA DO CURSO:

TOTAL	800 horas
--------------	-----------

DURAÇÃO DO CURSO: mediante edital (1 ano para articulação subsequente/1 ano e meio para articulação concomitante)



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

QUANTIDADE DE VAGAS OFERTADAS: 50 – vinculadas à forma de articulação (semestral ou anual)

REGIME DE MATRÍCULA: vinculadas à forma de articulação (semestral ou anual)

TURNOS:

☐	Matutino	☐	Vespertino	☒	Noturno	☐	Integral	☒	Não se aplica
--------------------------	----------	--------------------------	------------	-------------------------------------	---------	--------------------------	----------	-------------------------------------	---------------

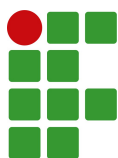
1 JUSTIFICATIVA

Com base legal e amparada nos princípios fundamentados na LDB N.º 9.394/96 e no conjunto de leis, decretos, pareceres e referenciais curriculares que normatizam a Educação Profissional no sistema educacional brasileiro, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – *Campus* Palmas apresenta neste documento o Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing da Área de Gestão e Negócios.

O curso técnico é uma das formas mais rápidas de qualificação profissional que o *Campus* Palmas pode propiciar ao aluno, oportunizando-lhe as condições mínimas e necessárias para ingressar no mercado de trabalho. Isto vem ao encontro da proposta do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins, que tem como objetivo a contribuição para que o cidadão tenha empregabilidade com formação adequada e suficiente para permanecer no mercado de trabalho, melhorando suas condições de vida.

O Curso Técnico em Marketing tem por finalidade formar o profissional de nível tecnológico capacitado a atuar na gestão estratégica, segmentação, marketing de serviços, comportamento do consumidor, atacado e varejo, pesquisa de mercado. Além disso, observar os princípios éticos que regem a vida humana e a prática profissional, sendo capaz de interagir no seu meio e de tornar-se agente de transformação e adaptação tecnológica, a partir de uma atuação identificada com a realidade das empresas brasileiras.

A oferta deste curso justifica-se pelo crescimento econômico apresentado pelo Tocantins nos últimos anos, pelo crescimento da atividade e pela crescente demanda do mercado



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

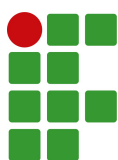
de trabalho na região de Palmas/TO e, ainda, pelo número significativo de estudantes do Ensino Médio, do Ensino Técnico e da Educação de Jovens e Adultos formados no Tocantins.

As informações apresentadas acerca da economia e mercado de trabalho no Tocantins demonstram um cenário propício para a oferta do curso de Marketing. É importante salientar que neste cenário, tanto os setores, público e privado necessitarão deste profissional para orientar suas decisões no tocante ao gerenciamento do marketing nas suas organizações. Apesar de assumirem funções específicas em cada setor, o objetivo central do profissional de marketing é promover a imagem institucional e situar a instituição na sociedade.

Há, hoje, a clara consciência de que se modernizar é condição vital para a permanência das empresas no mercado produtivo, com a gama de novos valores aos seus produtos. Essa modernização é caracterizada pela adoção de novas formas de gestão e de produção, com a finalidade de reduzir custos, melhorar a qualidade e aumentar a satisfação dos clientes.

No que se refere ao setor privado, no mundo de hoje, a sobrevivência das empresas está ligada à forma como expõem seus produtos e serviços para seus clientes e consumidores. Foi-se o tempo em que as empresas iniciavam um negócio sem ter certeza do público que gostaria de atingir, sem realizar uma pesquisa para identificar se seu produto ou serviço é ou será realmente útil ou aceito por aquele público, ou mais, sem estudar os desejos do consumidor para saber quais produtos ou serviços lhes oferecer. Esse trabalho de estudo do consumidor e de estratégias para alcançá-lo é realizado pelo profissional de marketing, que trouxe às empresas ações mais eficazes no que se refere à elaboração de estratégias e táticas para destacar o produto ou serviço que ela representa e aumentar o seu potencial de vendas.

Diante disso, o marketing é responsável pela disseminação de modernas técnicas de gestão e produção, uma vez que elas contribuem para a diminuição de custos, prazos de entrega, perdas de insumos, estoques intermediários e o tempo de inoperância de um processo.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Ela é responsável, sobretudo, para o aumento da qualificação profissional, como também, da qualidade do produto e de seu nível tecnológico, da adequação do fornecedor às novas especificações, da capacidade de produção, da flexibilidade do processo e da disponibilidade de informações.

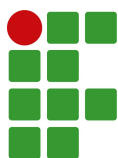
Assim sendo, independentemente do tipo de negócio e do tamanho da empresa, a presença do profissional de marketing é fundamental para enfrentamento da concorrência e sobrevivência no mercado. O trabalho do profissional de marketing ocorre tanto no nível estratégico, como no estudo do mercado, na elaboração de estratégias de venda, e na concepção de um produto, como no nível operacional, como a elaboração de campanhas, das técnicas de vendas utilizadas e do meio de comunicação mais adequado. Enfim, dentro da área comercial, o marketing pode realizar a inteligência de mercado, a prospecção e a identificação de oportunidades, selecionar o que é o centro do negócio e organizar os contatos certos para a empresa, bem como o planejamento de ações de relacionamento e campanhas para dar suporte às vendas.

Desse modo, o Marketing tem se dividido muito em áreas específicas, com o objetivo de atingir o público certo com as ações de vendas e de comunicação correta.

O profissional de marketing também é requisitado por pessoas públicas, artistas, cantores, atores, celebridades, pessoas da alta sociedade, políticos etc., para a promoção de sua imagem pessoal.

Para as empresas públicas, a contribuição do profissional de marketing está em trabalhar a imagem pública e isto pode acontecer de diversas maneiras: na promoção de um candidato às eleições, na divulgação de um partido político, na exposição de ações e programas governamentais e do próprio governo etc..

Em relação ao desenvolvimento econômico, o Tocantins está atualmente entre as Unidades da Federação que mais crescem na composição do Produto Interno Bruto - PIB brasi-





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

leiro. Dados de 2014 apontam que o Tocantins tem um produto Interno Bruto (PIB) de cerca de R\$ 20 bilhões, sendo a participação do segmento industrial de cerca de 19%. Esse cenário tende a mudar positivamente com ótimas perspectivas para os próximos anos, uma vez que a região do Tocantins no Matopiba (última fronteira agrícola do Brasil compreendida por regiões dos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia) é de cerca de sete milhões de hectares cultiváveis, confirmando a vocação natural do estado para o agronegócio.

O Governo do Estado tem realizado esforços no sentido de atrair grandes investidores, por meio da melhoria na estrutura logística, na produção de energia limpa e criando mecanismos legais de incentivos fiscais, como a Lei Estadual 3.074/2016 que beneficia investimentos ao longo dos rios Tocantins e Araguaia, pelos próximos dez anos.

Em 2015, o Tocantins apresentou um crescimento de 12% no número de empresas registradas e ativas em relação ao ano anterior. As cidades que mais se destacam no setor de comércio são: Palmas, Araguaína, Gurupi, Porto Nacional e Paraíso do Tocantins. De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, dentre as diversas atividades, as que mais se destacam no Estado são: o comércio de vestuário, de produtos alimentícios, cabeleireiro, lanchonetes e restaurantes (<http://seden.to.gov.br/desenvolvimento-economico/comercio>). Podendo ser constatado na pesquisa publicada pelo IBGE em 2015, onde se demonstra o crescimento do estado. As Tabelas abaixo expressam as informações apresentadas:

Setores	Taxa de Crescimento	Taxa de Crescimento Anual
Agropecuário	-2,2%	-0,2%
Industrial	50,4%	5,6%
Administração Pública	87,1%	9,7%
Serviços	71,7%	8,0%
Impostos	49,1%	5,5%





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

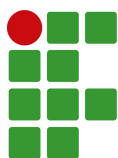
SALDO DO EMPREGO FORMAL POR ATIVIDADE ECONÔMICA

Setor de Atividade	2013			2014			2015		
	ADMISSÃO	DESLIGA- MENTO	SALDO	ADMISSÃO	DESLIGA- MENTO	SALDO	ADMISSÃO	DESLIGA- MENTO	SALDO
Extrativa Mineral	585	542	43	511	514	-3	333	391	-58
Indústria de Transformação	9.103	7.695	1.408	9.886	8.685	1.201	6.037	7.213	-1.176
Serviço Indust. De Util. Pública	431	512	-81	471	570	-99	330	328	2
Construção Civil	14.831	13.371	1.460	18.131	16.855	1.276	12.309	12.150	159
Comércio	24.419	22.764	1.655	25.718	25.044	674	19.075	20.524	-1.449
Serviços	21.023	19.675	1.348	25.896	22.331	3.565	19.418	20.997	-1.579
Administração Pública	262	43	219	52	67	-15	31	31	0
Agropecuária	10.806	10.311	495	12.174	11.457	717	9.816	10.081	-265
Total	81.460	74.913	6.547	92.839	85.523	7.316	67.349	71.715	-4.366

Fonte: MTE - CAGED/SEPLAN-TO/Diretoria de Pesquisa e Informações Econômicas

Tabela 1 – Taxas de crescimento e crescimento médio anual do Produto Interno Bruto (PIB) dos setores agropecuário, industrial, administração pública, serviços e impostos para os anos de 2003 a 2012.
Fonte: Elaborado a partir dos dados do IBGE (2015).

A **Tabela 2** mostra a evolução do Produto Interno Bruto (PIB) dividido por setor de atividade. O setor de Serviços lidera a participação no PIB tocantinense, com 46,07% em 2012. A partir de 2010, o setor Industrial teve sua participação no PIB ultrapassada pela Administração Pública, com crescimento do hiato entre os dois setores, a partir de então pela contração do setor industrial. O setor da Administração Pública apresentou 21,01% de participação no PIB estadual, enquanto o setor Industrial se encontrava no patamar de 15,13%, em 2012.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

PIB - PRODUTO INTERNO BRUTO - 2010 a 2016

PRODUÇÃO	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*
PIB (R\$ 1.000.000)	16.405	18.346	20.684	23.797	26.189	27.194	28.401
PIB per capita anual (R\$)	11.858	13.096	14.590	16.099	17.496	17.948	18.527
Taxa de crescimento real (%)	16,92	8,81	5,19	2,24	6,20	-	-

Fonte: IBGE/SEPLAN - TO/Diretoria de Pesquisa e Informações Econômicas

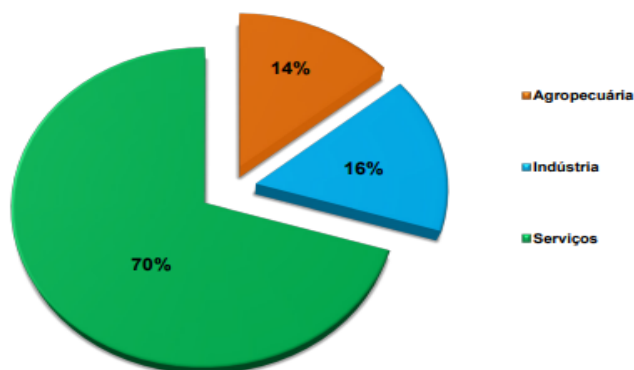
*Projeções do PIB realizadas pela equipe de Contas Regionais do Estado do Tocantins.

VALOR AGREGADO BRUTO POR SETORES DE ATIVIDADE - 2010 a 2014 R\$ 1.000.000

Setor de Atividade	2010	(%)	2011	(%)	2012	(%)	2013	(%)	2014	(%)
Agropecuária	1.740	11,7	2.095	12,7	2.342	12,5	2.714	12,5	3.309	13,9
Indústria	3.105	21,0	3.206	19,4	3.469	18,5	3.596	16,6	3.760	15,8
Serviços	9.965	67,3	11.256	68,0	12.906	69,0	15.331	70,8	16.680	70,2
Total	14.809	100	16.557	100	18.716	100	21.641	100	23.749	100

Fonte: IBGE/SEPLAN - TO/Diretoria de Pesquisa e Informações Econômicas

PARTICIPAÇÃO NO VALOR AGREGADO POR SETORES DE ATIVIDADE % - 2014

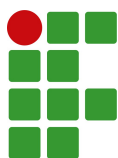


Fonte: MTE - CAGED/SEPLAN-TO/Diretoria de Pesquisa e Informações Econômicas

Gráfico 1 – Saldo do emprego formal por atividade

O gráfico 1 aponta o saldo do emprego formal por atividade econômica, permitindo a visualização da sua evolução de 2013 a 2015.

Sobre a participação das microrregiões do estado do Tocantins no PIB do setor industrial, destaca-se a microrregião de Porto Nacional, na qual se insere a capital tocaninense, que lidera a participação. Anteriormente, a taxa positiva que comporta os anos de 2003 a 2012 foi a da microrregião do Jalapão.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

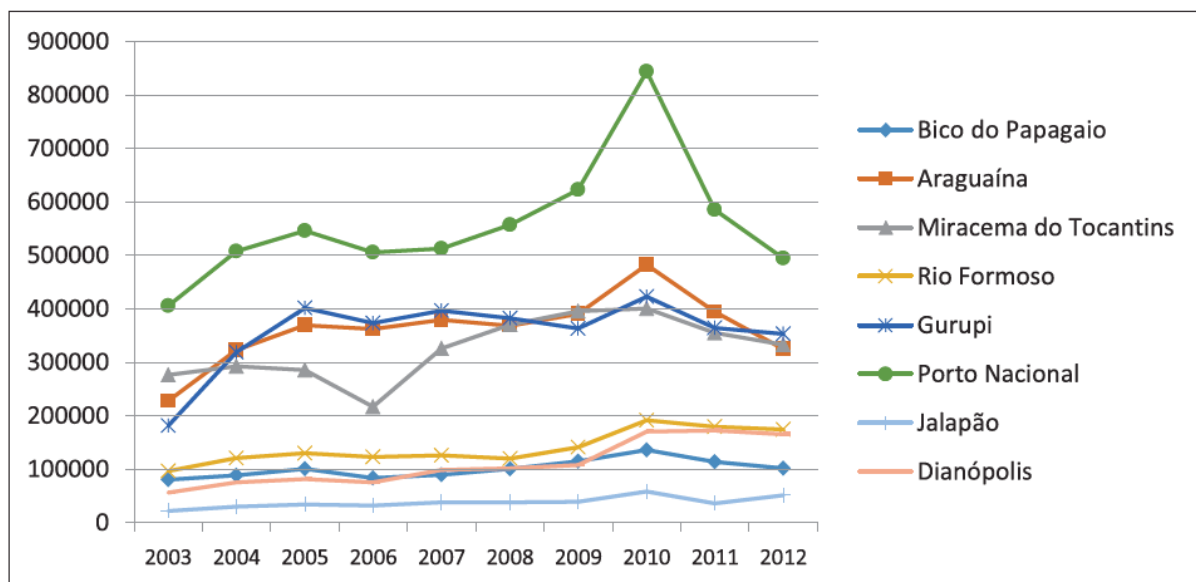


Gráfico 2 – Evolução do Produto Interno Bruto (PIB) do setor industrial das microrregiões do Bico do Papagaio, Araguaína, Miracema do Tocantins, Rio Formoso, Gurupi, Porto Nacional, Jalapão e Dianópolis, para os anos de 2003 a 2012, em mil reais a preços de 2003.

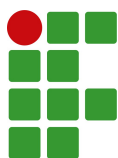
Fonte: Elaborado a partir dos dados do IBGE (2015).

Nota: Deflacionado usando IGP-DI.

A cadeia produtiva no Estado é formada predominantemente pelos setores da carne, couro, leite, vestuário, fruticultura, piscicultura, móveis, construção civil, agricultura e turismo. Nestes setores, as empresas apontam a qualificação profissional, a mão de obra e a rotatividade como os maiores complicadores de gestão. A maioria das empresas não realiza qualificações específicas por dificuldade em encontrar profissionais para tal tarefa ou instituições que consigam atender a toda a demanda da região (Senai, 2002).

O setor de serviços cresce, não apenas pela expansão do produto interno, como também pela absorção da força de trabalho, ainda que desqualificada, encontrando-se concentrada na capital Palmas e cidades do entorno.

Assim, o curso à distância de Técnico em Marketing tem o intuito de gerar novas oportunidades de formação profissional tanto para quem já atua no mercado, mas sem





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

qualificação, quanto para aqueles que ainda não possuem conhecimentos e nem trabalham na área, e segundo, contribuir para o desenvolvimento da região, onde estes profissionais também possam vir a atuar.

O Instituto Federal de Educação Ciências e Tecnologia do Tocantins, atento a essa demanda, oferece à comunidade um curso com o objetivo de capacitar cidadãos para atuação profissional em diversas áreas. Também pode prestar assessoria a pequenas e médias empresas, realizando estudos e analisando formas de melhor atingir o público-alvo e identificar maneiras de alcançar metas de vendas significativas.

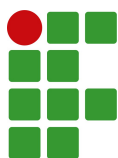
O curso será ofertado em Unidades de Ensino Remotas, em polos de apoio presencial ao ensino a distância. A escolha dos polos de oferta do curso é pensada entre outras finalidades a de atingir o público que se encontra em seu entorno, contemplando os municípios ao seu redor, oportunizando-os e beneficiando-os pela facilidade e proximidade da Unidade de Ensino quando necessário realizar atividades presenciais.

Para tanto, a oferta de turmas no âmbito de programas, o quantitativo de vagas/polo seguirá as instruções do Programa, conforme orientações do MEC.

As informações apresentadas acerca da economia e mercado de trabalho no Tocantins demonstram um cenário propício para a oferta do curso de Marketing. Neste contexto, o Técnico em Marketing encontra espaço privilegiado. Assim, tanto os setores, público e privado necessitarão deste profissional para orientar suas decisões no tocante ao gerenciamento do marketing nas suas organizações.

1.1 Marco Legal

A Lei n.º 9.394/96 que estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional no que tange à Educação Profissional integra as diferentes formas de educação ao trabalho, à ciência e à tecnologia, uma vez que conduz ao permanente desenvolvimento de aptidões para a vida





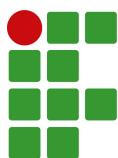
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

produtiva. O Decreto n.º 2.208/97, que regulamenta a LDB – Lei de Diretrizes e Bases, relativa à Educação Profissional, institui que esta tem como objetivo geral estabelecer relações entre o processo de ensino aprendizagem e as práticas profissionais de jovens e adultos trabalhadores, voltados para o exercício de atividades produtivas no cenário atual.

Os principais fundamentos propostos no parecer CNE/CEB n.º 16/99 que explicam a Resolução CNE/CEB n.º 04/99, são:

- As diretrizes devem possibilitar a definição de metodologias de elaboração de currículos a partir de competências profissionais gerais do técnico por área;
- Cada instituição deve construir seu currículo pleno de modo a considerar as peculiaridades do desenvolvimento tecnológico com flexibilidade e a atender as demandas do cidadão, do mercado e da sociedade. Nessa condição, a escola deve conciliar as demandas identificadas, sua vocação institucional e sua capacidade de atendimento;
- A educação profissional não deve ser instrumento de política assistencialista ou linear ajustamento às demandas do mercado de trabalho, mas deve ser concebida como estratégia para que os cidadãos tenham efetivo acesso às conquistas científicas e tecnológicas da sociedade;
- A educação profissional requer a compreensão global do processo produtivo, com a apreensão do saber tecnológico, a valorização da cultura do trabalho e a mobilização dos valores necessários à tomada de decisões.

De acordo com o Art. 3º da LDB, merecem ser citados os princípios que regem o ensino: igualdade de condições para o acesso e permanência na escola, liberdade em todo processo educacional, pluralismo de ideias de concepções pedagógicas, respeito à liberdade e apreço à tolerância, coexistência de instituições públicas e privadas de ensino, gratuidade do ensino público em estabelecimentos oficiais, valorização do profissional da educação escolar e





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

vinculação entre a educação escolar, o trabalho e as práticas sociais.

Além desses princípios contidos no artigo supracitado, a Resolução CNE/CEB n.º 4/99 estabelece no seu Art. 3º outros princípios norteadores do ensino profissional, no qual se insere o Projeto do Curso Técnico em Marketing, a saber: independência e articulação com o ensino médio, respeito aos valores estéticos, políticos e éticos; desenvolvimento de competências para a laborabilidade, flexibilidade, interdisciplinaridade e contextualização; identidade dos perfis profissionais de conclusão de curso; atualização permanente dos cursos e currículos e autonomia da escola em seu projeto pedagógico.

Segundo a Resolução já citada, a Educação Profissional de Nível Técnico é organizada por áreas profissionais, que incluem as respectivas caracterizações, competências profissionais gerais, tidas como a capacidade de mobilizar, articular e colocar em ação valores, conhecimentos e habilidades necessárias para o desempenho eficiente e eficaz de atividades requeridas pela natureza do trabalho.

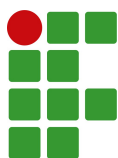
2 OBJETIVOS DO CURSO

2.1 Geral

Formar Técnico em Marketing capaz de aprender permanentemente, desenvolver raciocínio lógico, trabalhar em equipe compreender e resolver problemas.

2.2 Específicos

- Oportunizar formação sólida conforme perfil egresso constante no Catálogo Nacional dos



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Cursos Técnicos - CNCT;

- Promover a capacidade de continuar aprendendo, de acompanhar e suscitar mudanças nas condições de trabalho e na resolução de problemas;
- Operacionalizar nos ambientes laboratoriais oportunidades para que haja desenvolvimento de raciocínio lógico;
- Oportunizar situações que demanda trabalho em equipe;
- Proporcionar aos estudantes condições para compreender e resolver situações do mercado de trabalho.

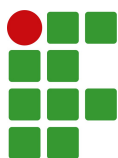
3 REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

O acesso ao curso será regido por edital público, em conformidade com a Organização Didático-Pedagógica do IFTO, considerando a legislação vigente sobre o Certame. Para cursos que estejam sendo oferecidos no âmbito de programas públicos poderão ter formas de acesso diferenciada, de acordo com normas do programa e instruções do MEC.

No edital, os candidatos obterão informações sobre cursos, vagas, objetivos, inscrições, local, data e horário sobre as formas de classificação, divulgação dos resultados e convocação para matrícula, dentre outras informações. Como também atende a inserção de ações afirmativas, realizada por meio de cotas reservadas de acordo com a Lei n.º 12.711, de 29 de agosto de 2012, e dispositivos alternadores e regulamentares.

As competências e habilidades exigidas para o acesso no curso abrangerá os conteúdos dos componentes curriculares do núcleo comum do Ensino Médio da Educação Básica para o curso de modalidade subsequente e do ensino fundamental para curso de modalidade concomitante.

No ato da matrícula, o candidato deverá comprovar a conclusão do ensino médio



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

ou equivalente, para o curso na forma de articulação subsequente e, comprovar a conclusão do primeiro ano do Ensino Médio ou conforme instruções do MEC para cursos oferecidos no âmbito de programa para o curso na forma de articulação concomitante, além de apresentar toda a documentação exigida no edital e legislação vigente.

O *Campus* poderá a qualquer momento solicitar documentação complementar desde que devidamente motivada, bem como realizar editais para recomposição de turmas.

4 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

São atribuições do Técnico em Marketing:

- Projeta e implementa planos de marketing;
- Realiza análises de vendas, preços e produtos;
- Desenvolve projetos de comunicação, fidelização de clientes e relação com fornecedores ou outras entidades;
- Executa o controle e gerência estatísticas de operações de telemarketing;
- Operacionaliza apresentação dos serviços e produtos no ponto de venda;
- Elabora estudos de mercado.

5 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Competência atitudinal

CA 1 – Usa diferentes possibilidades de aprendizagem mediada por tecnologias no contexto do processo produtivo e da sociedade do conhecimento, desenvolvendo e aprimorando autonomia intelectual, pensamento crítico, espírito investigativo e criativo.

CA 2 – Atua social e profissionalmente de forma ética.

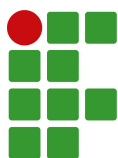
CA 2 – Revela atitude criativa e empreendedora frente a gestão.

CA 3 – Possui visão humanística crítica e consistente sobre o impacto de sua atuação profissional na sociedade.

CA 4 – Revela atitude de boas relações humanas na sociedade.

CA 5 – Demonstra atitude de iniciativa, organização, liderança, autonomia e interesse pela obtenção de novo conhecimento que transforme a realidade.

CA 6 – Valoriza o papel dos indivíduos e das organizações na construção





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

de uma sociedade sustentável.

CA 7 – Contribui para a construção de organizações socialmente justas, economicamente viáveis e ecologicamente corretas.

CA 8 – Possui visão holística do marketing revelando estar aberto às mudanças de mercado.

CA 9 – Ser ousado sem perder o bom senso.

Competência Técnica-Cognitiva

CT 1 – Compreende os conceitos de EaD e suas características básicas.

CT 2 – Conhece e compreende a dinâmica do ambiente virtual e das suas diferentes interfaces.

CT 3 – Compreender os métodos estatísticos, sua aplicação e importância na tomada de decisões gerenciais.

CT 4 – Elabora e analisa planejamentos financeiros.

CT 5 – Identifica as opções de investimentos que apresentam maior rentabilidade à organização.

CT 6 – Identifica e interpreta as diretrizes do planejamento estratégico, tático e operacional aplicáveis à gestão organizacional.

CT 7 – Interpreta resultados de estudos de mercado, econômicos ou tecnológicos no processo de gestão.

CT 8 – Compreende a estrutura da empresa e seus diferentes níveis hierárquicos.

CT 9 – Conhece as diversas formas de liderança, motivação e trabalho em equipe, reconhecendo sua importância e influência nas organizações.

CT 10 – Avalia as práticas administrativas das organizações.

CT 11 – Conhece modelos de gestão, processo administrativo, normas e leis relacionadas às organizações.

CT 12 – Compreende e diferencia os diversos ambientes organizacionais, suas particularidades, seus princípios e valores, reconhecendo a influência direta na produtividade, na qualidade de vida e nos objetivos da organização.

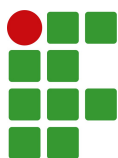
CT 13 – Identifica e diferencia pesquisa bibliográfica, elementos constitutivos do texto científico de um modo geral (relatórios, artigos, planos de negócio, monografias, TCC e projetos).

CT 14 – Identifica o perfil do consumidor, promovendo a fidelização e a lealdade à marca da empresa.

CT 15 – Identifica oscilações econômicas.

CT 16 – Conhece os fundamentos e princípios da sustentabilidade e responsabilidade social em organizações.

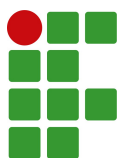
CT 17 – Identifica conflitos e propõe soluções utilizando comportamento assertivo.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- CT 18 – Conhece as relações de trabalho na organização.
- CT 19 – Compreende as diferenças entre liderança e chefia.
- CT 20 – Avalia a cultura e o contexto social onde está inserido seu público.
- CT 21 – Planeja campanhas de divulgação.
- CT 22 – Escolhe qual a melhor estratégia de divulgação de acordo com seu consumidor.
- CT 23 – Avalia o mercado onde o produto será inserido.
- CT 24 – Domina os meios comerciais digitais.
- CT 25 – Compreende sistemas de informações para a tomada de decisões.
- CT 26 – Identifica e cria estratégias de venda de acordo com a situação mercadológica.
- CT 27 – Conhece as principais técnicas de venda.
- CT 28 – Conhece os princípios e ferramentas de marketing.
- CT 29 – Identifica os diferentes modos do processo produtivo.
- CT 30– Conhece as novas exigências sociais e ambientais nas organizações.
- CT 31– Conhece a importância da gestão e negócios em termos econômicos, ambientais e sociais.
- CT 32– Compreende os principais conceitos e as funções administrativas e as novas tendências de modelos administrativos das organizações.
- CT 33– Compreende o funcionamento dos diversos sistemas de produção, avaliando sua eficiência e eficácia.
- CT 34– Conhece a capacidade produtiva da empresa e os recursos necessários ao processo de produção.
- CT 35– Conhece as principais mídias de divulgação em massa.
- CT 36– Conhece as principais técnicas de divulgação nos meios de comunicação.
- CT 37– Identifica mídias adequadas para divulgação digital.
- CT 38 – Cria sites para a promoção de vendas.
- CT 39– Conhece novos sistemas de comércio via Internet.
- CT 40 – Conhece os princípios fundamentais da matemática financeira e estatística.
- CT 41– Analisa as demonstrações contábeis.
- CT 42– Conhece dados relacionados ao Mercado Financeiro.
- CT 43 – Compreende os fatores de influência no comportamento do consumidor.
- CT 44– Conhece a situação econômica local e mundial.
- CT 45– Cria modelos financeiros que simulem uma nova iniciativa de





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

negócios visando à tomada de decisão.

CT 46– Cria métodos adequados para distribuição de produtos.

CT 47– Reconhece as situações e características das oportunidades que geram novos negócios.

CT 48– Cria e desenvolve novos produtos e serviços visando a antigos e novos clientes.

CT 49– Conhece a composição do resultado – lucro ou prejuízo.

CT 50– Identifica os segmentos de mercado.

CT 51– Planeja campanhas de venda.

CT 52– Reconhece as estratégias que facilitam o comércio de produtos.

CT 53– Identifica o melhor canal de distribuição na relação produto e cliente.

CT 54– Conhece tendências comerciais locais e mundiais.

CT 55– Agrega informações que atendam a todas as áreas da empresa em que atua.

Habilidades

H1 – Utiliza adequadamente as interfaces do ambiente virtual, sistemas operacionais e aplicativos.

H2 – Utiliza o Ambiente Virtual de Ensino-aprendizagem para argumentar, discutir e expressar opiniões com clareza e coerência lógica.

H3 - Expressa ideias de forma clara empregando técnicas de comunicação apropriadas a cada situação.

H4 – Aplica a variante linguística adequada a cada contexto de situação real de comunicação oral e escrita.

H5 –Faz uso apropriado das normas gramaticais da variante em determinado contexto de comunicação.

H 6 – Aplicar com propriedade os métodos estatísticos.

H 7 –Executa investimentos que agreguem valor ao patrimônio da empresa.

H 8 – Implanta com criticidades inovações nos processos gerenciais.

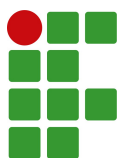
H 9 – Desenha e estrutura o organograma da instituição.

H10 – Executa processos administrativos envolvendo: recursos, organização, controle, liderança e resultados.

H 11 – Aplica os valores e princípios do comportamento organizacional nos relacionamentos interpessoais melhorando a produtividade, a qualidade de vida e o clima organizacional.

H 12 – Comunica de forma eficiente e clara os resultados de investigações científico-tecnológicas.

H 13 – Implementa indicadores e diagnóstico de gestão social e ambiental para promoção da sustentabilidade.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- H 14 – Executa programas de recrutamento, seleção e treinamento.
- H 15 – Implanta processos para controle de estoques.
- H 16 – Executa projetos de pesquisa.
- H 17 – Auxilia na implementação das diferentes técnicas de venda.
- H 18 – Executa ações avaliativas da situação de mercado.
- H 19 – Elabora estratégias para potencializar clientes.
- H 20 – Auxilia na implementação das diferentes estratégias para viabilização do negócio.
- H 21 – Utiliza sistemas de informações gerenciais para aprimorar o sistema logístico.
- H 22 – Implanta estratégias de venda em mídia digital.
- H 23 – Aplica métodos estatísticos que mostram o equilíbrio entre a oferta e procura.
- H 24 – Aplica técnicas de criação e inovação em desenvolvimento de projetos e produtos.
- H 25 – Aplica técnicas de vendas.

6 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A Organização Curricular do Curso tomou como base os princípios orientadores que regem a Educação Profissional e Tecnológica na Educação Nacional, Resolução CNE/CBE nº 6/2012.

Art. 6º São princípios da Educação Profissional Técnica de Nível Médio:

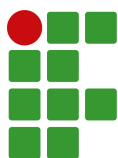
I - relação e articulação entre a formação desenvolvida no Ensino Médio e a preparação para o exercício das profissões técnicas, visando à formação integral do estudante;

II - respeito aos valores estéticos, políticos e éticos da educação nacional, na perspectiva do desenvolvimento para a vida social e profissional;

III - trabalho assumido como princípio educativo, tendo sua integração com a ciência, a tecnologia e a cultura como base da proposta político-pedagógica e do desenvolvimento curricular;

IV - articulação da Educação Básica com a Educação Profissional e Tecnológica, na perspectiva da integração entre saberes específicos para a produção do conhecimento e a intervenção social, assumindo a pesquisa como princípio pedagógico;

V - indissociabilidade entre educação e prática social, considerando-se a historicidade dos conhecimentos e dos sujeitos da aprendizagem;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

VI - indissociabilidade entre teoria e prática no processo de ensino-aprendizagem;

VII - interdisciplinaridade assegurada no currículo e na prática pedagógica, visando à superação da fragmentação de conhecimentos e de segmentação da organização curricular;

VIII - contextualização, flexibilidade e interdisciplinaridade na utilização de estratégias educacionais favoráveis à compreensão de significados e à integração entre a teoria e a vivência da prática profissional, envolvendo as múltiplas dimensões do eixo tecnológico do curso e das ciências e tecnologias a ele vinculadas;

IX - articulação com o desenvolvimento socioeconômico ambiental dos territórios onde os cursos ocorrem, devendo observar os arranjos sócios produtivos e suas demandas locais, tanto no meio urbano quanto no campo;

X - reconhecimento dos sujeitos e suas diversidades, considerando, entre outras, as pessoas com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades, as pessoas em regime de acolhimento ou internação e em regime de privação de liberdade,

XI - reconhecimento das identidades de gênero e étnico-raciais, assim como dos povos indígenas, quilombolas e populações do campo;

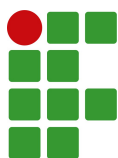
XII - reconhecimento das diversidades das formas de produção, dos processos de trabalho e das culturas a eles subjacentes, as quais estabelecem novos paradigmas;

XIII - autonomia da instituição educacional na concepção, elaboração, execução, avaliação e revisão do seu projeto político-pedagógico, construído como instrumento de trabalho da comunidade escolar, respeitadas a legislação e normas educacionais, estas Diretrizes Curriculares Nacionais e outras complementares de cada sistema de ensino;

XIV- flexibilidade na construção de itinerários formativos diversificados e atualizados, segundo interesses dos sujeitos e possibilidades das instituições educacionais, nos termos dos respectivos projetos político-pedagógicos;

XV - identidade dos perfis profissionais de conclusão de curso, que contemplem conhecimentos, competências e saberes profissionais requeridos pela natureza do trabalho, pelo desenvolvimento tecnológico e pelas demandas sociais, econômicas e ambientais;

XVI - fortalecimento do regime de colaboração entre os entes federados, incluindo, por exemplo, os arranjos de desenvolvimento da educação, visando à melhoria dos indicadores educacionais dos territórios em que





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

os cursos e programas de Educação Profissional Técnica de Nível Médio forem realizados;

XVII - respeito ao princípio constitucional e legal do pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas.

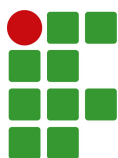
6.1 Matriz Curricular

A carga horária do curso atende ao Catálogo Nacional de Cursos Técnicos e tem como referência as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico e o Currículo Referência para o Sistema e-Tec Brasil (2011).

A organização em blocos de componentes curriculares semestrais observará a interdisciplinaridade entre os componentes curriculares.

A organização das aulas será designada pela gestão escolar do campus e a organização do tempo escolar/acadêmico deste curso trata dos seguintes indicadores:

- I- Carga horária mínima de 800 horas.
- II- Duração mediante edital.
- III- Blocos de componentes curriculares semestrais, em que não haverá certificação intermediária.
- IV- 80% da carga horária de cada componente curricular será oferecida na modalidade a distância e 20% será ministrada de forma presencial, atendendo à Resolução n.º 6, de 20 de setembro de 2012, artigo 33.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS (IFTO)	
CAMPUS PALMAS	
TÉCNICO EM MARKETING	
MODALIDADE: EDUCAÇÃO PROFISSIONAL, EDUCAÇÃO BÁSICA, A DISTÂNCIA	
FORMA DE ARTICULAÇÃO: SUBSEQUENTE/CONCOMITANTE	
Módulo I	
Componentes Curriculares	Carga Horária
Ambientação em Educação a Distância	40
Organização empresarial	60
Marketing Pessoal	30
Comportamento do Consumidor	40
Fundamentos de Marketing	40
Economia e mercado	40
Responsabilidade social e ambiental	30
Subtotal	280
Módulo II	
Componentes Curriculares	Carga Horária
Estatística	40
Pesquisa Mercadológica	40
Promoção do Produto e Gestão de vendas	60
Logística	60
Direito do consumidor	40
Inovação e criatividade	40
Subtotal	280
Módulo III	
Componentes Curriculares	Carga Horária
Empreendedorismo	60
Mídias e comunicação	60
Marketing Digital	60
Técnicas de propaganda e publicidade	60
Subtotal	240
TOTAL	800(*)
Estágio Curricular	(**)
Carga horária mínima do curso	800
Atividades Complementares	(**)
TCC	(**)
TOTAL	(**)
(*) – Carga horária em atendimento à Resolução CNE/CEB n.º 1 de 5 de dezembro de 2014.	





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

(**) – Carga horária variável conforme autonomia do estudante.

Fonte: Elaborado pela Comissão

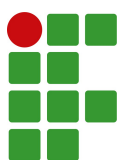
6.2 Metodologia

No itinerário formativo do curso técnico em Marketing, a oferta dos componentes curriculares será em forma de blocos que serão distribuídos no semestre letivo. Preferencialmente, os componentes curriculares seguirão o programado para cada semestre, porém, tendo em vista que não possuem pré-requisitos nem relação de interdependência, podem ser ofertadas independentes do semestre programado, de acordo com o edital de seleção docente.

A duração de cada componente curricular dependerá de sua carga horária. Em média, uma carga horária de 30 horas será oferecida em 21 dias, de 45 horas em 25 dias e de 60 horas em 30 dias. Dessa forma, é prevista para os estudantes uma dedicação diária de, no mínimo, três horas de estudo, além do desenvolvimento nas atividades programadas.

Durante o período de integralização dos componentes curriculares, os professores e tutores trabalharão os conteúdos através de material didático impresso e digital, videoaulas, conteúdos animados, videoconferências e encontros presenciais. Conhecimentos sobre a prática profissional serão assegurados mediante realização de práticas laboratoriais, de campo, visitas técnicas, estudos de caso, projetos e outros que constem em ementa e/ou no plano de ensino do professor. Será utilizado um ambiente virtual para disponibilização de conteúdos digitais, compartilhamento de informações, socialização de conhecimento por meio de fóruns de discussão, comunicação tanto síncrona (chat) como assíncrona (mensagem), desenvolvimento de atividades didáticas como suporte e avaliação, visando diagnosticar possíveis falhas e promover a recuperação durante o processo de ensino e aprendizagem, no qual os professores e tutores buscarão desenvolver no estudante uma maior autonomia em seu aprendizado.

No Polo de Apoio Presencial e no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), o estudante terá acesso a equipe de profissionais (professor/tutor e coordenador) que irá auxiliá-lo





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

durante o desenvolvimento dos componentes curriculares por meio de todos os recursos disponíveis. A interligação de computadores em rede possibilita a formação de um ambiente que permite a integração dos conteúdos disponíveis em outras mídias, a interatividade, a formação de grupos de estudo, a produção colaborativa e a comunicação entre professor e estudantes e destes entre si.

Materiais didáticos impressos também serão utilizados como um dos principais meios de socialização do conhecimento e de orientação do processo de aprendizagem.

O conteúdo audiovisual utilizado no curso está relacionado com o material impresso e com o ambiente virtual, permitindo a expansão e o detalhamento dos conceitos abordados. A integração das mídias é realizada com o uso do Ambiente Virtual de Aprendizagem Moodle, o qual permite o armazenamento, a administração e a disponibilização de conteúdos no formato Web sendo um dos recursos a ser utilizado, entre outras formas de se trabalhar o conteúdo a distância.

A avaliação ocorrerá nos Polos de Apoio Presencial por meio de provas presenciais realizadas na mesma data e horário para todos os estudantes. A aplicação das avaliações será realizada pelo professor e/ou tutor e/ou coordenador.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
 INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Quadro sinóptico

CURSO TÉCNICO													
HABILITAÇÕES	QUALIFICAÇÕES												
	SEM TERMINALIDADE	Ambe											
		Organ											
		Marke											
		Comp											
		Funda											





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Os elementos curriculares obrigatórios foram pensados a partir da proposta do Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos, Currículo Referência para o sistema e-Tec, e a partir do estudo da comissão de elaboração do PPC que considerou o que está em outros Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs) dos Campi que compõem o IFTO e o estudo de demanda local integrado aos APLs (Arranjos Produtivos Locais).

Os temas transversais serão parte integrante obrigatória de todas as ementas dos componentes curriculares do curso e através de atividades institucionais, corroborando para atender o que está posto na ODP/IFTO:

Art. 128. Temas transversais são temas que estão voltados para a compreensão e para a construção da realidade social e dos direitos e responsabilidades relacionados com a vida pessoal e coletiva e com a afirmação do princípio da participação política, ou seja, significa que devem ser trabalhados, de forma transversal, nas áreas e/ou componentes curriculares já existentes correspondendo a questões importantes, urgentes e presentes sob várias formas na vida cotidiana.

Art. 129. No campo do currículo, dever-se-á observar, em todos os níveis, modalidades e formas de articulação deste regulamento, a adequação às temáticas regulamentadas por lei, a saber:

- I - as questões étnico - raciais;
- I - envelhecimento da população;
- III - meio ambiente e desenvolvimento sustentável;
- IV - educação para inclusão de pessoas com necessidades específicas;
- V - combate à homofobia;
- VI - educação para trânsito;
- VII - educação alimentar;
- VIII - combate ao uso indevido de drogas;
- IX - outras que surgirem.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Os elementos curriculares não obrigatórios (Atividades Complementares) são compreendidos como de extrema relevância no processo de ensino–aprendizagem. Caberá aos profissionais da educação lotados e em exercício no *Campus* incentivar os estudantes à livre adesão, deixando claro que após a adesão, estes elementos se tornam obrigatórios aos estudantes.

Para os processos de averbação destas atividades serão observados se o previsto na ODP e nas disposições complementares emitidas por atos administrativos, emanadas pelo Gestor do Campus, conforme atribuição ou a quem este delegar.

A certificação de saberes e competência é uma etapa prevista em datas e/ou editais específicos do *Campus* Palmas. Candidatos que se submeterem à certificação e lograrem êxito diante da equipe avaliadora terão o registro no histórico escolar, podendo dar continuidade aos estudos.

O calendário escolar/acadêmico para este curso deverá, além de expor todos os itens constantes na ODP e em outros regulamentos internos, destacar o início e o término de cada semestre letivo.

Outra questão relacionada ao tempo escolar que passa a compor o campo metodologia deste PPC está na formatação da matriz curricular. Vale ratificar que a comissão de elaboração, considerando os estudos sobre retenção e evasões escolares nos cursos técnicos dispostos no Manual sobre Retenção e Evasão disponibilizado pela Setec-MEC (2014) e visando a flexibilidade da oferta e a otimização dos recursos humanos e da infraestrutura do *Campus* propôs na matriz curricular: 1º) que seja organizado de forma a serem oferecidos até três componentes curriculares de forma concomitante; 2º) para que o estudante receba a certificação final de Técnico deverá concluir todos os componentes curriculares disponibilizados na estrutura curricular do curso.

Desta forma, espera-se que o ciclo de aprendizagem/metodologia de ensino do professor seja mais eficiente, considerando que o curso será ofertado com até 20% da carga horária das disciplinas de forma presencial, através de encontros nas Unidades de Ensino Remotas.

Objetivando avaliar o processo de ensino aprendizagem durante o andamento do mesmo, conforme preconiza o Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO vigente,



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

serão realizadas reuniões do Conselho de Análise de Turma, pelo menos uma vez no semestre para avaliar as questões pertinentes à prática pedagógica, êxito e permanência e desempenho dos estudantes nos componentes curriculares e nos módulos.

Importante destacar que na realização deste projeto, a gestão (docentes e coordenação de curso e de polo) fará a guarda de toda a documentação relacionada ao fazer pedagógico-andragógico nos termos da legislação específica sobre a matéria e quando solicitada para fins administrativo-pedagógicos, de pesquisa, de acesso à informação, dentre outros, deverá disponibilizá-la pautando pelos princípios da administração pública e constitucional.

Este Projeto Pedagógico deverá ser o norteador do Currículo deste Curso, que busca caracterizar-se como expressão coletiva, devendo ser avaliado periódica e sistematicamente pela comunidade escolar acadêmica, apoiados por uma comissão avaliadora com competência para a referida prática pedagógica.

Alterações advindas deste processo de avaliação do curso deverão ser realizadas na medida em que se constate defasagem entre o perfil de conclusão do curso, os objetivos e a organização curricular frente as exigências decorrentes das transformações científicas, tecnológicas, sociais e culturais. Questões inerentes à promulgação de novos dispositivos legais serão recepcionadas neste PPC com as indicações, conforme regulamentos para normas técnicas legislativas.

6.3 Prática como componente curricular (PPC)

As aulas práticas ocorrerão nos laboratórios das Unidades de Ensino Remotas e nas visitas técnicas que os docentes e discentes, com assessoria e articulação da equipe de apoio, farão ao longo do curso com carga horária de acordo com o plano de ensino de cada componente curricular.

As visitas técnicas poderão ser planejadas e realizadas nas unidades curriculares e ao longo do curso. A prática como componente curricular, prevista neste PPC, deverá estar continuamente relacionada aos seus fundamentos científicos e tecnológicos, orientada pela pesquisa como





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

princípio pedagógico, que possibilita ao educando enfrentar o desafio do desenvolvimento da aprendizagem permanente e integrar as cargas horárias mínimas de cada componente curricular.

A prática como componente curricular deverá, além do exposto nos parágrafos anteriores, compreender diferentes situações de vivência, aprendizagem e trabalho, como experimentos e atividades específicas em ambientes especiais, tais como laboratórios, oficinas, empresas pedagógicas e outros, tais como: investigação sobre atividades profissionais, projetos de pesquisa e/ou intervenção, visitas técnicas, simulações, observações e outras.

A prática como componente curricular que ultrapassar a carga horária do respectivo componente e supervisionada por profissional da educação poderá ser caracterizada como prática profissional em situação real de trabalho, configurando-se como atividade de estágio profissional supervisionado, assumido como ato educativo do IFTO.

6.4 Estágio

Como o estágio em Curso Técnico de Administração não é obrigatório e não está previsto para este curso, assegurou-se a oportunidade de o estudante desenvolver a prática profissional por meio de atividades curriculares e extracurriculares, como estudos de caso, conhecimento de segmentos empresariais, pesquisas, projetos e exercício profissional efetivo, visando à construção do perfil profissional de seu curso.

6.5 Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), de caráter optativo para o estudante, tem por objetivo sistematizar o conhecimento adquirido no decorrer do curso, tendo como base a articulação teórico-prática e de incentivo aos alunos no estudo de problemas locais, regionais e nacionais, buscando apontar possíveis soluções no sentido de integrar a instituição de ensino e a sociedade.

Esse trabalho será desenvolvido a partir do docente responsável pela orientação, levando em consideração o interesse do aluno em determinada temática desenvolvida nos componen-





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

tes curriculares no decorrer do curso. Caberá ao discente definir a temática e ao docente, a modalidade do projeto.

A orientação do professor responsável será realizada através de encontros para apresentação e discussão do projeto, bem como através da utilização de laboratórios e equipamentos necessários ao trabalho. As normas para aprovação final do TCC bem como o formato dos trabalhos e formas de apresentação serão definidas em documento específico elaborado pelo *Campus* Palmas, tendo por base as Orientações Curriculares do IFTO.

6.6 Atividades Complementares

As atividades complementares não obrigatórias para o estudante comporão o itinerário formativo do estudante.

Para fins de averbação destas atividades complementares dever-se-á verificar o disposto na ODP e os demais atos administrativo-pedagógicos emitidos pelo *Campus* Palmas.

Assim também como indicação para a interlocução das atividades complementares além dos regulamentos e normas de extensão e de pesquisa-inovação poderão ser oportunizados aos estudantes: palestras, seminários, simpósios afetos à área e ou correlatos.

Observadas as condições logísticas e orçamentárias do *Campus*, poder-se-á incentivar a participação dos estudantes, docentes e técnicos em eventos que busquem o aprofundamento das especificidades do curso e da formação humana.

6.7 Ementas

As ementas dos componentes curriculares seguem as orientações do Currículo Referência para o Sistema e-Tec Brasil (2011) e contemplam o disposto no Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos e as orientações da deliberação normativa nº 427/2001, que define habilidades, competências, disciplinas, que devem ser contempladas no curso Técnico de Marketing e os temas





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

transversais estão presentes nos componentes curriculares e fazem parte de seu ementário.

Ambientação em Educação a Distância

Concepções e legislação em EaD. Ambiente Virtual de Ensino-Aprendizagem. Ferramentas de navegação e busca na Internet. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação. Temas transversais.

Organização empresarial

Organizações. Funções Básicas de uma Organização. Princípios Gerais da Administração. Tipos de Organizações. Estrutura organizacional. Processos de Produtos e Serviços. Feedback. Variáveis Básicas de uma Organização. Hierarquia das Necessidades Humanas. Principais Funções Organizacionais. Departamentalização. Ambiente Organizacional. Cultura Organizacional. Temas transversais.

Marketing Pessoal

Introdução ao marketing pessoal. O processo da comunicação interpessoal. Ferramentas e Estratégias de Marketing. Criatividade e Marketing pessoal. Comportamento organizacional. Personalidade e valores. Temas Transversais.

Responsabilidade Social e Ambiental

Gestão social e ambiental. Políticas ambientais e sociais nas organizações. Desenvolvimento sustentável e crescimento econômico. Temas transversais.

Economia e Mercado

Conceituação de Economia. Os grandes agregados econômicos. Economia Brasileira. Sistema Financeiro Nacional. Indicadores de Inflação. Problemas econômicos fundamentais.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Projetos de integralização de associações de negócios. Ponto de equilíbrio operacional. Valor econômico adicionado (VEA). Indicativos de mercado. Temas transversais.

Comportamento do Consumidor

Comportamento do Consumidor e Mercados Consumidores. Fatores Culturais. Fatores Sociais. Alternativas de venda. Compra e Comportamento pós-compra. Temas Transversais.

Fundamentos de Marketing

Princípios e fundamentos do Marketing. Mix de Marketing. Compreensão de variáveis mercadológicas. Ambiente de Marketing. Tipos de Mercado. Segmentação e Posicionamento. Plano de marketing. Temas transversais.

Estatística

Introdução à Estatística. Tabelas e Gráficos. Análise de Dados e Indicadores. Probabilidade. Temas Transversais.

Pesquisa mercadológica

Importância e finalidade da Pesquisa de Marketing; Pesquisa e Sistema de Informação de Marketing (SIM); Método científico aplicado à Pesquisa em Marketing; Projeto de Pesquisa; Processo de pesquisa; Técnicas de Coleta e de Análise de Dados. Temas Transversais.

Promoção do Produto e Gestão de Vendas

Estratégia e práticas de preços. Tendências e oportunidades para os tipos de comércio. Estratégia de localização do varejo. *Layout, design, merchandising* de loja e exposição de produtos. Sistemática de exportação e importação: conceitos, operacionalização e práticas. Processo da venda. Teoria de vendas. Instrumentos da venda. Planejamento de vendas: Objetivos e





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Estratégias e Controle da qualidade em vendas. Vendas de produtos. Vendas de serviços. Vendas diretas. Mercado de bens. Temas Transversais.

Logística

Entradas e Processamento de Pedidos. Políticas e Previsão de Estoque. Reposição e classificação dos estoques. Dimensionamento do arranjo físico. Capacidade de armazenagem. Características dos modais de transporte. Responsabilidades do departamento de transportes. Temas Transversais.

Direito do consumidor

Conceitos e princípios no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Normas de Direito do Consumidor. Contratos de consumo. Responsabilização e sanções no CDC. Defeito do produto/serviço. Responsabilidade civil no âmbito do Direito do Consumidor. Excludentes de responsabilidade civil no CDC. As práticas abusivas. Os bancos de dados do consumo. Temas Transversais

Empreendedorismo

Fundamentos do Empreendedorismo. Modelo de Competências Empreendedoras. Estabelecimento de Metas e Objetivos. Busca de Oportunidades. Busca de Informações e Riscos Calculados. Planejamento e Monitoramento Sistemático. Qualidade e Eficiência. Persuasão e Redes de Contato. Competências Mobilizadoras e Reforçadoras. Plano de negócios. Temas Transversais.

Inovação e Criatividade

Conceitos sobre a criatividade. Contextualização do setor de criação. Os processos de criação e desenvolvimento de produtos e peças publicitárias. Processo criativo. Técnicas de criação e defesa de campanha. Os arquétipos e os estereótipos na publicidade. A criação e as novas tecnologias/novas mídias e produtos. Temas Transversais.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Técnicas de Propaganda e Publicidade

Publicidade e propaganda. A publicidade e o contexto político, social e econômico. A publicidade de vendas e a publicidade institucional. Sistema publicitário: Agências. Anunciantes. Corretores. Veículos e Fornecedores. Agência de publicidade, Departamento de publicidade, Anunciante e Departamento comercial. Veículos de comunicação. Temas Transversais.

Mídias e comunicação

Introdução a comunicação de marketing. Os ruídos da comunicação. Comunicação organizacional. O processo de comunicação integrada. A imagem organizacional. A exposição de produtos e serviços. O *layout*. Marketing Direto. A propaganda. O patrocínio. A mídia e seus instrumentos. Temas transversais.

Marketing Digital

Conceitos e Fundamentos do Marketing Digital, Internet como Mídia, Interfaces Digitais, Intranet e Internet: infraestrutura de comunicação corporativa, Estratégias de Marketing Digital: ações táticas e operacionais, tecnologias e plataformas, Marketing de Conteúdo, Marketing Viral, Comunicação Corporativa Medidas por Ferramentas Digitais: blog, correio eletrônico, site, mídias sociais, redes sociais e textos digitais colaborativos. Google como Ferramenta de Comunicação Corporativa (AdWord, Clue Manifesto, Tendências do Marketing Digital Web 2.0). Temas Transversais.

7 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E DE EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

Os critérios de aproveitamento de conhecimentos e de experiências anteriores estão positivados na Organização Didático-pedagógica dos Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio a Distância do IFTO, disponível no sítio www.ifto.edu.br.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Prazos para solicitação de aproveitamentos de experiências anteriores, modelos de formulários e de requerimentos, procedimentos do setor de protocolo e da coordenação de cursos para análise desses processos poderão ser regulamentados pelo *Campus*, desde que devidamente motivados em dispositivos normativos e que não entrem em desacordo com as normas já positivadas pelo IFTO.

Estes dispositivos normativos complementares emitidos pelo Campus deverão ser autuados e/ou apensados ao processo que autorizou a criação deste curso.

8 CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

Os critérios de avaliação de aprendizagem no Curso Técnico em Marketing seguem o Regulamento Organização Didático-pedagógica dos Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio a Distância do IFTO, Título III, Capítulo III - Da Avaliação da Aprendizagem, disponível em <http://portal.ifto.edu.br/ifto/reitoria/pro-reitorias/proen/regulamentos-e-normas/ead>".

9 BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

9.1 Biblioteca

A Biblioteca do *Campus* Palmas ocupa uma área total de 2.410,24m², em dois pavimentos e tem um acervo composto por cerca de 22.000 volumes de livros, além de periódicos, multimídia, normas técnicas e outros títulos distribuídos nas diversas áreas dos cursos ofertados pelo IFTO. Conta ainda com assinaturas de jornais locais e revistas nacionais disponíveis para livre consulta dos usuários.

Ao usuário da Biblioteca é facultado o livre acesso aos espaços de estudo, sendo concedidos aos estudantes e servidores além do manuseio das obras, o empréstimo das mesmas através de sistema informatizado. O horário de funcionamento da Biblioteca é das 07 horas e 30 minutos às 22 horas de segunda a sexta-feira. E oferece os seguintes serviços:

- Consulta *on-line* ao acervo;



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Empréstimo domiciliar automatizado;
- Reserva;
- Renovação;
- Acesso à *internet*;
- Pesquisa bibliográfica;
- Orientação e normalização de trabalhos dos estudantes;
- Disponibilidade para estudo em grupo/individual;
- Ficha catalográfica;
- Sala de Multimídia (vídeo/DVD/projeção de slides) com capacidade para 36 usuários.

A Biblioteca conta com 13 servidores, dentre eles: 04 auxiliar de biblioteca e 03 bibliotecários. São seus usuários: discentes, docentes, servidores do *Campus* Palmas e a comunidade em geral. O setor de biblioteca é regido por regulamento próprio aprovado pelo Conselho Pedagógico do *Campus* Palmas e pela Direção-Geral do *Campus*, disponível para consulta *in loco* ou pelo site: <https://palmas.ifto.edu.br/index.php/ybiblioteca>.

Dentre as atividades desenvolvidas pelo setor tem os serviços de empréstimo e devolução de obras (destinada ao público interno); reserva de livros; emissão de “nada consta” para fins diversos; emissão de GRU para pagamento de multa; treinamento de usuários; orientação quanto à normalização de trabalhos acadêmicos; orientações quanto à elaboração de fichas catalográficas; publicação de estatística de empréstimo mensal; levantamento bibliográfico; consulta ao acervo pelo sítio da biblioteca; serviço de acesso à internet com fins exclusivos de pesquisa e/ou estudo e acesso ao portal de periódicos da Capes.

A Biblioteca “João Paulo II” desenvolve atividades em duas áreas distribuídas na seguinte forma:

- 1) Pavimento Térreo: 1.509 m²
 - Hal de acesso interno: 48,64m²
 - Espera guarda volume: 34,92m²
 - Guarda-volume: 13,04m²



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Referência (balcão de atendimento): 20,09m²
- Sala Referência (atendimento ao usuário): 14m²
- Acervo: 498,20m²
- Hemeroteca (periódicos): 70,04m² (com 15 lugares)
- Processamento técnico: 34,42m²
- Secretaria: 28,29m²
- Sala Coordenação: 34,49m²
- Apoio (copa, banheiros interno para servidores): 22,30m²
- CPD: 2,60m²
- Sala de Restauração: 25m²
- Depósitos de materiais de limpeza (DML): 3,46m²

2) Pavimento Superior: 901,23 m²

- Salão de Leitura: 527,76m² (com 180 lugares)
- Acesso à internet: 32,46m² (com 10 cabines)
- *Sala de vídeo: 30,27m² (com 36 poltronas)
- Anexo da sala de vídeo (acervo de dvd's): 12,80m²
- 4 Cabines de estudo em grupo: 6,48m² (com 6 lugares)
- *Sala de reunião/eventos: 42,29m² (com 16 lugares)
- Mat. Especiais: 69,83m² (com 15 lugares)
- Sala de Estudo Individual: 69,83m² (com 42 cabines)

O acervo da Biblioteca é constituído de livros, folhetos, periódicos, coleções de referências, DVDs, CDs e está organizado de acordo com a Classificação Decimal Dewey –CDD, Ed. 23º e, para a catalogação, Código de Catalogação Anglo-Americano –AACR2. O acervo é atualizado anualmente de acordo com demanda das Coordenações de Cursos, observado os recursos orçamentários disponíveis para compra.

Para a constituição do acervo da formação profissional específico do curso



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

considerou-se o estudo/levantamento realizado, de 26 a 30 de outubro de 2016.

- 1) Proporção de que a cada 40 vagas ofertadas, 8 exemplares disponibilizadas na Biblioteca;
- 2) Bibliografia Básica, indicada pelos docentes, contendo no mínimo 3 obras sendo estas tombadas na Biblioteca ou passíveis de serem adquiridas conforme disposição orçamentária;
- 3) Bibliografia Complementar, indicada pelos docentes, contendo no mínimo 5 referências sendo no mínimo 2 obras disponíveis ou a serem disponibilizadas na biblioteca, conforme disposição orçamentária e as outras 3 de domínio público com acesso eletrônico.

9.2 Instalações

O Campus Palmas conta com vários espaços de uso comum destinados aos estudantes, professores e técnicos administrativos. Sendo eles descritos no quadro 3.

CAMPUS PALMAS				
Módulo: Administrativo				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	Descrição
Direção Geral	Unidade	1	36,00	Gabinete
Copa Secretaria	Unidade	1	2,20	
Almoxarifado	Unidade	1	186,40	Área útil do bloco almoxarifado incluindo escritório
Administração Geral	Unidade	6	195,00	Inclui os ambientes da Diretoria de Administração e Planejamento (compras e licitação, execução financeira, GTI, CPD, Manutenção informática)
Sanitários masculinos	Unidade	5	40,24	Inclui sanitários dos blocos administrativos 1 e 2 além do sanitário do almoxarifado e depósito
Sanitários femininos	Unidade	3	35,84	Inclui sanitários dos blocos administrativos 1 e 2
Salas Administrativas	Unidade	8	134,45	Gerência de Recursos Humanos, Coordenação estágio, Coordenação de Extensão, Diretoria de Relações Comunitárias



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

				rias, Coordenação de Pesquisa, Coordenação de Eventos, Coordenação Patrimônio
Secretaria/ Protocolo	Unidade	1	15,00	Somente Protocolo
Reprografia	Unidade	1	33,46	Atualmente sala 501 do Bloco 5
Secretaria	Unidade	3	105,00	Todos os ambientes utilizados pela CORES.
Secretaria/Direção	Unidade	0	34,83	Chefia do Gabinete e circulação
Módulo: Pedagógico				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	
Sala de reunião	Unidade	2	75,00	Sala de reuniões bloco 1 e bloco 2
Sala Pedagógica	Unidade	1	25,00	COTEPE
Sala Psicologia/ Assistência Social	Unidade	2	25,00	conforme projeto
Salas de aulas	Unidade	72	4021,18	Bloco 5: 10 salas – 339,60 m²; Bloco 5A: 9 salas – 395,38 m²; Bloco 7A: 5 salas – 339,80 m²; Bloco 8: 1 sala – 66,92 m²; Bloco 9: 7 salas – 287,02 m²; Bloco 11: 6 salas – 476,76 m²; Bloco 14: 32 salas – 2001,44 m²; Mecatrônica: 2 salas 114,26 m².
Sala professores	Unidade	3	140,36	Salas do bloco administrativo 2 e sala do bloco 14; inclui mini copa
Sala multimídia	Unidade	2	65,00	Sala de vídeo no bloco 11 e sala de vídeo no bloco de Biblioteca
Sanitários	Unidade	22	381,92	Total de sanitários (masculino, feminino e PNE) nos blocos 2, 6, 7, 7A, 11 e 14.
Sala dos bolsistas	Unidade	1	41,36	Monitoria
Módulo: Administrativo/Pedagógico				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	Descrição
Diretor	Unidade	3	30,00	Inclui a direção de ensino e a direção de apoio
Secretaria	Unidade	1	15,00	Secretaria da direção de ensino
Coordenação	Unidade	13	225,00	Coordenações de Áreas do Turismo, Geomática, Meio Ambiente, Ciências da





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

				natureza, Licenciaturas, Construção Civil, Indústria, Recursos naturais, Informática, Segurança do Trabalho, Educação à distância.
Salas Administrativas	Unidade	3	45,00	Inclui as Gerências da área de ensino
Módulo: Biblioteca				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	Descrição
Guarda Volumes	Unidade	1	47,96	
Sanitários	Unidade	6	41,83	Sanitário masculino e feminino de uso dos estudantes (13,78 m² cada), sanitário para PNE (3,36m²) sanitário masculino e feminino de uso dos servidores (3,52 m² cada) e lavatório com área de 3,87 m²
Ambiente virtual	Unidade	2	62,73	
Sala de Restauro	Unidade	1	30,00	
Área Técnica	Unidade	1	34,42	
Recepção	Unidade	3	88,82	
Acervo (Títulos)	Unidade	2	568,03	Um ambiente para obras raras e materiais produzidos pela comunidade interna (teses, dissertações etc..)
Ambiente de estudo	Unidade	7	636,42	Ambiente de estudo coletivo com 527,76 m², um ambiente de estudos individuais com 69,83 m² e cinco ambientes para estudo em grupos de até 4 estudantes
Módulo: Auditório				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	Descrição
Salão	Unidade	1	332,60	
Sala técnica	Unidade	1	10,70	
Sanitários	Unidade	2	7,20	
Módulo: Vivência				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	Descrição
Cozinha	Unidade	1	66,93	Área de preparo com 53,13m² e distribuição com 13,80 m²
Refeitório	Unidade	1	430,74	





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Cantina	Unidade	1	16,63	
Depósito	Unidade	1	40,00	
Sanitários masculinos	Unidade	2	15,64	Sanitários masculino e um feminino com área de 7,82 m ² cada
Módulo: Áreas Comuns				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m ²)	Descrição
Central de Gás	Unidade	1	3,00	
Circulação	Unidade	0	4.841,35	inclui o somatório dos espaços de circulação em frete aos blocos antigos, cabeceiras dos blocos, hall de entrada dos blocos administrativos, circulação inferior e superior do bloco 14, rampa e escadas.
Passarelas	Unidade	5	918,00	
Gramados	Unidade	0	25.000,00	Estimado – gramada com necessidade de tratamento
Caixa D'água	Litro	4	150.000,00	
Subestação	Unidade	4	372,00	1800KVA
Guarita	Unidade	1	314,00	
Garagem	Unidade	1	440,00	
Estacionamento	Vagas	380		
Módulo: Área Esportiva				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m ²)	Descrição
Sanitários femininos	Unidade	2	50,2	
Ginásio	Unidade	1	2.958,75	Ginásio poliesportivo, com sanitários masculino e feminino com área de 25,10 m ² cada um (50,20 m ²); vestiários masculino e feminino com área de 51,37 m ² cada (102,74 m ²); espaço para academia com 268,38 m ² ; quadra esportiva com 1519,86 m ² , cantina com 10,50 m ² ; hall de acesso com 106,76 m ² ; sala para coordenação e banheiro (9,98m ² e 3,42m ² respectivamente); sala para professores e guarda de material com 72,00 m ² . Os restantes 728,91 m ² estão distribuídos entre as áreas de circulação, rampas e





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

				arquibancadas.
Campo de futebol	Unidade	1	5.400,00	Numa área fechada de 5400,00 m ² estão construídos um campo de futebol sete (1800,00m ²) grama sintética; um campo de futebol sete (1800,00m ² ,) com grama natural e uma quadra de areia (1800,00m ²).
Vestiário	Unidade	2	51,37	
Piscina	Unidade	1	312,50	Piscina 12,50m x 25,00m localizada numa área fechada de 754,00 m ²
Sala de Professores	Unidade	1	72	
Módulo: Infraestrutura Geral				
Ambiente	Unidade	Quant.	Área Total (m²)	Descrição
Internet Banda Larga Contratada	MB	16	0	
Internet Wi-Fi	MB	0	0	200 usuários simultâneos
Internet RNP	MB	1024	0	

Quadro 3 – Descrição dos espaços físicos do *Campus Palmas*

Fonte: Elaborado pela GAM

9.2.1 Espaços físicos em construção

Está em fase de conclusão a construção do prédio com 16 salas de aula, espaço de convivência, 12 sanitários (masculino, feminino e deficientes), espaço para lanchonete e outros serviços de atendimento ao estudante.

9.3 Laboratórios e equipamentos

O Campus Palmas conta com uma sala de coordenação e apoio para os professores realizarem as atividades dos cursos de educação à distância com mobiliário adequado, impressora, recursos audiovisuais, computadores e internet no bloco administrativo 2. E um laboratório





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

equipado para gravação de vídeo aula e vídeo conferência localizado no prédio da Reitoria IFTO.

9.4 Polos de Apoio Presencial

Os polo de apoio presencial devem atender às especificidades legais de acessibilidade e didático-pedagógicas para estruturas, laboratórios e equipamentos, conforme DCNs e Catálogos Nacionais.

10 PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

10.1 Perfil do Docente

O corpo docente do Curso Técnico em Marketing – professores e tutores – será selecionado através de edital público. Deverá ter exigência mínima: ser graduado na área do componente curricular, ser servidor público federal, ter no mínimo um ano de experiência no magistério, disponibilizar 20 horas semanais para ministrar a disciplina em Ambiente Virtual de Aprendizagem, disponibilidade para viagens aos polos, inclusive aos finais de semana, e outros a serem definidos pela coordenação do curso.

10.2 Perfil do Técnico-administrativo do Campus Palmas

NOME	CARGO	RT
Francisco das Chagas Chaves da Rocha	Assistente de Aluno	40
Junisley Mundim de Oliveira		
Jobherlane Farias Costa		
Gythana Dantas Cidreira Merigui	Técnico em Assuntos Educacionais	40
Marcio Allan de Lima Martins		
Mariano Felipe Oster		
Raquel Francisca da Silveira		





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Teresa Cristina Hitomi Kikuchi do Vale		
Loulou Hibráhim Elias		
Silvânia Gomes da Costa	Psicólogo (a)	40
Cassia Araujo Moraes Braga	Serviço Social	20
Mara Cleide Oliveira dos Santos		
Márcia Aparecida Leite Siqueira		
Tania Santana de Almeida		
Waldomiro Caldas Rolim	Bibliotecário (a)	40
Sidney Cabral Monteiro		
Evanuzia Miranda da Silva	Técnico em Laboratório	40
Felipe Schulien Spindler		
Jonathas Pereira Rabelo		
Luis Claudio Diniz dos Anjos		
Brunno Henrique Brito		
Márcio Serafim de Almeida		
Soraya Viana do Nascimento	Pedagogo (a)	40

Quadro 19 - Quadro do apoio técnico-administrativo da *Campus* Palmas

Fonte: Elaborado pela Comissão

10.3 A equipe gestora dos Cursos EAD

A estrutura da gestão para oferta de cursos à distância deve ser organizado com a equipe a seguir. Contudo para os cursos oferecidos no âmbito de Programas de políticas públicas serão observadas as atribuições descritas no Manual de Gestão do Programa.

Descrição	Quant.	Função
Coordenador Geral	1	• coordenar todas as ações relativas à oferta da MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação/MedioTec/e-Tec nos diferentes cursos oferecidos nas unidades da instituição de modo a garantir condições materiais e institucionais para o desenvolvimento do conjunto das atividades; coordenar e acompanhar as atividades administrativas, tomando decisões de caráter gerencial, operacional e logístico necessárias para garantir a infraestrutura adequada para as atividades dos cursos; • coordenar e acompanhar as atividades acadêmicas,



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		supervisionando as turmas da MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação, os controles acadêmicos, as atividades de capacitação e atualização, bem como reuniões e encontros; • avaliar os relatórios mensais de frequência e desempenho dos profissionais envolvidos na implementação da MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação e aprovar os pagamentos àqueles que fizeram jus à bolsa no período avaliados; • solicitar ao coordenador de despesa da instituição a efetivação dos pagamentos devidos aos profissionais; • participar dos processos de pactuação de vagas da instituição; • receber os avaliadores externos indicados pela SETEC/MEC e outros devidamente autorizados, prestando-lhes informações sobre o andamento dos cursos; • supervisionar a prestação da assistência estudantil dos beneficiários da MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação, na perspectiva de que seja assegurado o que estabelece o parágrafo 4º do artigo 6º da Lei nº 12.513, de 26 de outubro de 2011; • exercer, quando couber, as atribuições de coordenador-adjunto, de supervisor de curso, de apoio às atividades acadêmicas e administrativas e de orientador • acessar acompanhar as atividades do AVA, bem como o sistema de e-mail pelo menos a cada 48 horas; • dedicar, no mínimo, 20 horas semanais de efetivo trabalho à coordenação, distribuídos nos diferentes turnos semanais, a depender das necessidades dos serviços, a ser combinado com a DEAD, e/ou Pró-reitoria de Ensino/IFTO.
Coordenador-Adjunto	1	• assessorar o coordenador-geral da Rede e-Tec/IFTO nas ações relativas à oferta da MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação em cada campus da instituição, no desenvolvimento, na avaliação, na adequação e no ajuste da metodologia de ensino adotada, assim como conduzir análises e estudos sobre os cursos ministrados; • assessorar a tomada de decisões administrativas e logísticas que garantam infraestrutura adequada para as atividades, bem como responsabilizar-se pela gestão dos materiais didático-pedagógicos; • coordenar e acompanhar as atividades administrativas, incluindo a seleção dos estudantes pelos demandantes, a





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		capacitação e supervisão dos professores e demais profissionais envolvidos nos cursos; • garantir a manutenção das condições materiais e institucionais para o desenvolvimento dos cursos; • coordenar e acompanhar as atividades acadêmicas de docentes e discentes, monitorar o desenvolvimento dos cursos para identificar eventuais dificuldades e tomar providências cabíveis para sua superação; • acompanhar os cursos, propiciando ambientes de aprendizagem adequados e mecanismos que assegurem o cumprimento do cronograma e objetivos de cada curso; • organizar a pactuação de vagas para a oferta do MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação, a montagem de turmas e os instrumentos de controle acadêmico e de monitoramento; • participar das atividades de formação, das reuniões e dos encontros; • manter atualizados, para fins de controle, os dados cadastrais de todos os profissionais bolsistas; • elaborar e encaminhar ao coordenador-geral relatório mensal de frequência e desempenho dos profissionais envolvidos na implementação do MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação, apresentando relação mensal de bolsistas aptos e inaptos para recebimento de bolsas; • substituir, desde que designado, o coordenador-geral da Rede E-Tec/IFTO em períodos em que este estiver ausente ou impedido; • receber os avaliadores externos indicados pela SETEC/MEC e prestar-lhes informações sobre o andamento dos cursos; • m) organizar a assistência estudantil dos beneficiários do MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação; • exercer, quando couber, as atribuições de supervisor de curso, de apoio às atividades acadêmicas e administrativas e de orientador; • acessar acompanhar as atividades do AVA, bem como o sistema de e-mail pelo menos a cada 48 horas; • dedicar, no mínimo, 20 horas semanais de efetivo trabalho à coordenação, distribuídos nos diferentes turnos semanais, a depender das necessidades dos serviços, a ser combinado com a Coordenação Geral da Rede e-Tec/IFTO, DEAD, e/ou Pró reitoria de ensino/IFTO;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		- acompanhar o ambiente virtual, bem como promover sua formatação de acordo com as necessidades dos cursos, fornecendo relatórios gerenciais e acadêmicos para os coordenadores de cursos e para os pares que solicitarem; - acompanhar os relatórios acadêmicos dos polos, bem como os vindos dos ofertantes, garantindo as informações necessárias para que a gestão possa tomar decisões a respeito de reofertas ou novas ofertas de cursos.
Coordenador de Polo	1	- ler e cumprir o disposto na ODP – Organização Didático Pedagógica dos Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio a Distância do IFTO; - exercer as atividades típicas de Coordenador de Polo EaD orientadas/designadas pela Coordenação Geral da Rede e-Tec/IFTO, DEAD e Pró-Reitoria de Ensino do IFTO; - coordenar o polo pedagógica e administrativamente; - coordenar e acompanhar as atividades dos tutores presenciais no polo; - acompanhar e gerenciar a entrega dos materiais no polo; - gerenciar a infra-estrutura do polo; - realizar a articulação para o uso das instalações do polo de apoio presencial para o desenvolvimento das atividades de ensino presenciais; - realizar a articulação de uso das instalações para o uso pelos diversos cursos e instituições ofertantes de cursos; - receber, organizar, realizar e encaminhar à Coordenação Geral da Rede e-Tec/IFTO os requerimentos de matrícula, renovação de matrícula e outros requerimentos que venham ser solicitados no polo. - participar de reuniões e capacitações agendadas pela DEAD e Coordenação Geral da Rede e-Tec Brasil / IFTO; - acessar o Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA todos os dias para manter-se informado sobre os avisos dos cursos, postagens, verificação de acessos de tutores, etc. O coordenador de polo não deverá ausentar-se do AVA por mais de 48h; - divulgar na comunidade acadêmica processos seletivos de alunos e de tutores presenciais, fixando no mural do polo os editais e seus resultados; - divulgar amplamente o horário de funcionamento do





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		polo de apoio presencial; • divulgar, nos períodos de matrícula e de renovação de matrícula, no quadro de avisos do polo, os resultados desses procedimentos; • manter-se informado do Calendário Geral e Específico dos cursos ofertados na modalidade a distância, alertando para possíveis impossibilidades de atender às necessidades do curso, em virtude de feriados locais, exames, concursos, etc, devendo avisar à coordenação do curso com antecedência mínima de 10 dias para providências; • preencher a sua ficha mensal de frequência; • apresentar relatórios mensais ao Coordenador Geral da Rede e-Tec/IFTO; r) acompanhar o preenchimento da ficha de frequência do tutor presencial. Ao final do mês assinar no espaço indicado e encaminhar à coordenação de tutoria, junto com sua ficha de frequência e relatório mensal até o dia 5 do mês subsequente; • tomar as medidas pertinentes às solicitações apresentadas pelos estudantes, solucionando ou encaminhando às instâncias relacionadas à situação; • encaminhar, via memorando, ao coordenador de curso o relatório das infrações disciplinares de estudantes, após apurados os fatos por comissão instaurada para tal; • acessar e acompanhar as atividades do AVA, bem como o sistema de e-mail pelo menos a cada 24 horas, dando retorno aos estudantes; • dedicar, no mínimo, 20 horas semanais de efetivo trabalho no polo, tendo os horários de trabalho distribuídos nos diferentes turnos semanais, a depender das necessidades dos estudantes e independente da presença destes, a ser combinado com a DEAD, Coordenação Geral da Rede e-Tec/IFTO; • outras providências correlatas designadas pela Coordenação Geral da Rede eTec/IFTO.
Coordenador de Curso	1	• interagir com as áreas acadêmicas e organizar a oferta dos cursos em conformidade com o Guia Pronatec de Cursos de Formação Inicial e Continuada e o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos; • coordenar a elaboração da proposta de implantação dos cursos, em articulação com as áreas acadêmicas, e sugerir as





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		ações de suporte tecnológico necessário durante o processo de formação, prestando informações ao coordenador-adjunto; • adequar a oferta dos cursos às necessidades específicas do público-alvo; d) coordenar o planejamento de ensino; • apresentar ao coordenador-adjunto, ao final do curso ofertado, relatório das atividades e do desempenho dos estudantes; • elaborar relatório sobre as atividades de ensino para encaminhar à coordenação geral da Rede e-Tec/IFTO ao final de cada semestre letivo; • ao final do curso, adequar e sugerir modificações na metodologia de ensino adotada, realizar análises e estudos sobre o desempenho do curso; • supervisionar a constante atualização, no SISTEC, dos registros de frequência e desempenho acadêmico dos beneficiários; • fazer a articulação com a escola de ensino médio para que haja compatibilidade entre os projetos pedagógicos; • exercer, quando couber, as atribuições de apoio às atividades acadêmicas e administrativas; • acessar acompanhar as atividades do AVA, bem como o sistema de e-mail pelo menos a cada 24 horas, dando retorno aos estudantes; l) acompanhar as atividades e a frequência dos estudantes, atuando em conjunto com os demais profissionais para prevenir a evasão e aplicar estratégias que favoreçam a permanência; • auxiliar atividades de divulgação junto aos demandantes, apresentando as ofertas da instituição; • promover sensibilização e integração entre os estudantes e equipes da MEDIOTEC/E-TEC/Bolsa-Formação; • auxiliar ações de inclusão produtiva em parceria com as agências do Serviço Nacional de Emprego (SINE); • dedicar, no mínimo, 20 horas semanais de efetivo trabalho à coordenação do curso, distribuídos nos diferentes turnos semanais, a depender das necessidades dos serviços, a ser combinado com a coordenação geral da Rede e-Tec, DEAD, e/ou Pró-reitoria de Ensino/IFTO; • outras providências correlatas designadas pela coordenação geral da Rede e-Tec/Mediotec/IFTO.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
Professor formador	17	- planejar as aulas e atividades didáticas e ministrá-las aos estudantes do MedioTec, de acordo com o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) ou orientações da coordenação do curso; - registrar no SISTEC a frequência e o desempenho acadêmico dos estudantes; - registrar no SIGA a frequência e o desempenho acadêmico dos estudantes; - adequar conteúdos, materiais didáticos, mídias e bibliografia às necessidades dos estudantes; - propiciar espaço de acolhimento e debate com os estudantes; - avaliar o desempenho dos estudantes; - participar dos encontros de coordenação promovidos pelos coordenadores de curso, geral e adjunto; - cumprir a carga horária obrigatória do componente curricular; - realizar registro de atividades e avaliações/provas no AVA e demais instrumentos normativos; - entregar relatórios de desempenho das funções desenvolvidas, assinado, mensalmente, sob pena de suspensão/não recebimento da bolsa; - acompanhar as atividades dos estudantes no AVA, bem como o sistema de email pelo menos a cada 24 horas, dando retorno aos estudantes; - outras providências correlatas designadas pela coordenação geral da Rede e-Tec/Mediotec/IFTO.
Professor Mediador	1	- cumprir a carga horária presencial obrigatória no Polo de EaD para o qual foi selecionado; - apoiar os estudantes nas atividades presenciais; - receber e distribuir material para os estudantes; - orientar os estudantes quanto ao manuseio das mídias e tecnologias utilizadas no curso; - identificar as dificuldades dos estudantes, ajudando-os a saná-las e estimulando-os a desenvolver análise crítica dos problemas; - dedicar a devida atenção aos estudantes portadores de necessidades especiais, buscando orientação e apoio específicos, quando for o caso;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		• incentivar e motivar o trabalho colaborativo, cooperativo, orientando para a formação de grupos de estudos; • identificar os estudantes com problemas de desmotivação, rendimentos insuficientes e atrasos no desenvolvimento das atividades, dedicando-lhes atenção especial; • elaborar os relatórios de regularidade dos estudantes; • elaborar os relatórios de desempenho dos estudantes nas atividades; • coordenar as atividades teóricas e práticas presenciais; • aplicar as avaliações presenciais, organizando o espaço físico, a confirmação de presenças e o registro fotográfico ou em outros meios; • mediar a comunicação de conteúdos entre o professor formador e o cursista; receber atividades, receber e organizar documentação dos estudantes do polo quando solicitado; • auxiliar na avaliação de desempenho dos estudantes; • estabelecer e promover contato permanente com os estudantes; • avaliar, de forma contínua, sua própria atuação; • entregar relatórios de desempenho das funções desenvolvidas, assinado, mensalmente, sob pena de suspensão/não recebimento da bolsa; • acessar e acompanhar as atividades do AVA, bem como o sistema de e-mail pelo menos a cada 24 horas, dando retorno aos estudantes; • dedicar, no mínimo, 20 horas semanais de efetivo trabalho à mediação presencial, distribuídos nos diferentes turnos semanais, a depender das necessidades dos serviços, a ser combinado com a coordenação do polo, coordenação Geral da Rede e-Tec/IFTO, DEAD, e/ou Pró reitoria de ensino/IFTO; • outras providências correlatas designadas pela coordenação do polo e/ou coordenação Geral da Rede e-Tec/IFTO.
Apoio às atividades Acadêmicas e Administrativas e financeiras	1	• apoiar a implantação e a gestão administrativa e pedagógica dos cursos; • acompanhar e subsidiar a atuação dos professores; • acompanhar a postagem de aulas e as atividades de professores no AVA;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Descrição	Quant.	Função
		• auxiliar os professores no registro da frequência e do desempenho acadêmico dos estudantes no SISTEC; • participar dos encontros de coordenação; • realizar a matrícula dos estudantes, a emissão de certificados e a organização de pagamentos dos bolsistas, entre outras atividades administrativas e de secretaria, determinadas pelos coordenadores geral e adjunto; • prestar apoio técnico em atividades laboratoriais ou de campo; • prestar serviços de atendimento e apoio acadêmico às pessoas com deficiência; • acessar acompanhar as atividades do AVA, bem como o sistema de e-mail pelo menos a cada 24 horas, dando retorno aos estudantes e a professores; • acompanhamento e encaminhamento para pagamento de bolsas relacionadas ao campus em que esteja vinculado; • dedicar, no mínimo, 20 horas semanais de efetivo trabalho às atividades acadêmicas do curso, distribuídos nos diferentes turnos semanais, a depender das necessidades dos serviços, a ser combinado com a coordenação geral da Rede e-Tec/IFTO, DEAD, e/ou Pró-reitoria de Ensino/IFTO; • outras providências administrativas/pedagógicas correlatas designadas pela coordenação geral da Rede e-Tec/IFTO.

11 CERTIFICADOS E DIPLOMAS A SEREM EMITIDOS

O diploma de **Técnico em Marketing** será concedido ao estudante que cumprir todas as etapas previstas neste projeto, bem como o disposto na Instrução Normativa nº 9/2011/REITORIA/IFTO, de 20 de setembro de 2011, suas alterações ou outra normativa que vier a substituir, no âmbito do IFTO.

Francisco Nairton do Nascimento
Reitor do Instituto Federal do Tocantins

* Versão original assinada



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei n.º 9.394, de 20/12/1996**. E alterações pela Lei n.º 11.741/2008. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília/DF, 1996.

_____. **Resolução CNE/CEB n.º 3/2008**. Dispõe sobre o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos de Nível Médio. Diário Oficial da União, Brasília/DF, 2008.

_____. **Parecer CNE/CEB n.º 11/2008**. Trata da proposta de instituição do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos. Brasília/DF, 2008.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão. **Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/politicaeducspecial.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2014.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. **Catálogo nacional dos cursos técnicos**. Brasília/DF, 2014. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/pronatec/cursos-pronatec/>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

_____. Ministério do Trabalho e Emprego. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho e Emprego**. Disponível em: <<https://granulito.mte.gov.br/portalcaged/paginas/home/home.xhtml>>. Acesso em: 18 abr. 2014.

_____. **Lei n.º 11.892, de 29/12/2008**. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília/DF: 2008.

_____. **Resolução CNE/CEB n.º 4/2012**. Dispõe sobre a alteração da Resolução CNE/CEB n.º 3/2008, definindo a nova versão do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos de Nível Médio. Diário Oficial da União, Brasília/DF, 2012.

_____. **Resolução CNE/CEB n.º 6/2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Diário Oficial da União, Brasília, 21 de setembro de 2012. Brasília/DF, 2012.

_____. **Parecer CNE/CEB n.º 11/2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Profissional Técnica de Nível Médio. Brasília/DF, 2012.

E-TEC. **Currículo Referência para o sistema E-tec:** uma construção coletiva, 2007. Disponível em: <<http://www.etec.ufsc.br/file.php/1/cr/eixos.html>>. Acesso em: 12 maio 2014.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO TOCANTINS. **Guia Industrial da Federação das Indústrias do Estado do Tocantins – FIETO, 2012.** Disponível em: <www.fieto.com.br>. Acesso em: 18 abr. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Banco de Dados – Estados – Tocantins, 2012.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=to>>. Acesso em: 18 abr. 2014.

. **Dados estatísticos:** Estado do Tocantins, 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=172100&search=tocantins|palma>>. Acesso em: 24 set. 2016.

_____. **Dados estatísticos:** estados do Tocantins, 2013. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 21 abr. 2014.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS. Regulamento da organização didático-pedagógica dos Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio a Distância do IFTO. Aprovado pela Resolução n.º 23/2011/CONSUP/IFTO, de 16 de dezembro de 2011 e alterado pela Resolução n.º 34/2013/CONSUP/IFTO, de 20 de junho de 2013. Disponível em <<http://portal.ifto.edu.br/ifto/reitoria/pro-reitorias/proen/regulamentos-e-normas/ead>>. Acesso em: 9 nov. 2017.

_____. **Instrução normativa n.º 4/2010/REITORIA/IFTO, de 10 de dezembro de 2010.** Institui normas para o trâmite processual de elaboração e autorização de Projetos Pedagógicos de Cursos e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.ifto.edu.br/ifto/cms/docs/arquivos/240220140930IN04.2010PPCalteradapelaResoluo4.4.2012CONSUP.pdf>>. Acesso em: 9 set. 2017.

_____. **Instrução normativa n.º 2/2016/REITORIA/IFTO, de 18 de agosto de 2016.** Estabelece os procedimentos para a emissão de declarações, histórico escolar/acadêmico, certificados,



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

diplomas e livro de registro, revoga a IN n.º 009/2011/REITORIA/IFTO, e a Resolução n.º 11/2011/CONSUP/IFTO, e dá outras providências. <

<http://portal.ifto.edu.br/ifto/colegiados/consup/documentos-aprovados/in> aprovada/2016/instrucao-normativa-2-2016-certificados-e-diplomas.pdf>. Acesso em: 9 de nov.2017

TOCANTINS. Secretaria de Planejamento do Estado. **Banco de dados**. Palmas, 2010. Disponível em: <<http://www.seplan.to.gov.br>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS. Plano Municipal de Saneamento Básico de Palmas. Disponível em:

http://www.palmas.to.gov.br/media/doc/arquivoservico/PMSB_Palmas_Volume_01.pdf> Acesso em: 24 set. 2013.

_____. **Banco de dados**. Palmas, 2013. Banco de dados. Disponível em: <<http://www.seplan.to.gov.br>>. Acesso em: 20 abr. 2014.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

APÊNDICE A DESCRIÇÃO MÍNIMA DAS UNIDADES CURRICULARES

COORDENAÇÃO DA ÁREA DE GESTÃO E NEGÓCIOS

Curso: Técnico em Marketing

Unidade Curricular: Ambientação em Educação a Distância

1 **Módulo: I**

2 **Carga horária total:** 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8 horas

2.4 Carga horária a distância: 32 horas

3 **Pré-requisitos:** Não se aplica

4 **Ementa**

Concepções e legislação em EaD. Ambiente Virtual de Ensino-Aprendizagem. Ferramentas de navegação e busca na Internet. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação. Temas transversais.

5 **Competências/habilidades**

- Usar diferentes possibilidades de aprendizagem mediada por tecnologias no contexto do processo produtivo e da sociedade do conhecimento, desenvolvendo e aprimorando autonomia intelectual, pensamento crítico, espírito investigativo e criativo.
- Compreender os conceitos de EaD e suas características básicas.
- Conhecer e compreender a dinâmica do ambiente virtual e suas diferentes interfaces.
- Criar e/ou utilizar objetos de aprendizagem.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Utilizar adequadamente as ferramentas do ambiente virtual.
- Utilizar o Ambiente Virtual de Ensino-aprendizagem e sua linguagem para argumentar, discutir e expressar opiniões com clareza e coerência lógica.
- Propor, participar e manipular aplicativos para ambientes corporativos.

1 Bibliografia

1.1 Básica

SILVA, Robson Santos da Moodle para autores e tutores Novatec São Paulo 2011

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo Tecnologias que educam Pearson Prentice H São Paulo 2010

BUSTAMANTE, Silvia Branco Vida Educação a distância Avercamp São Paulo 2009

ARAÚJO, Júlio César Internet e ensino Lucerna Rio de Janeiro 2007

SILVA, Robson Santos da Moodle para autores e tutores Novatec São Paulo 2011

6.2 Complementar

SILVA, Angela Carracho da. Aprendizagem em ambientes virtuais. Mediação Porto Alegre 2009

SACCOL, Amarolinda M-learning e u-learning Pearson Prentice H São Paulo 2011

GRINSPUN, Mirian P. S. Zippin Educação tecnológica Cortez São Paulo 2009



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Organização Empresarial

1 Módulo: I

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12h

2.4 Carga horária a distância: 48h

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Organizações. Funções básicas de uma organização. Princípios Gerais de Administração. Tipos de Organizações. Estrutura Organizacional. Processos de Produtos e Serviços. *Feedback*. Variáveis Básicas de uma Organização. Hierarquia das Necessidades Humanas. Principais Funções Organizacionais. Departamentalização. Ambiente Organizacional. Cultura organizacional. Temas transversais.

5 Competências/habilidades

- Compreender a estrutura da empresa e seus diferentes níveis hierárquicos.
- Compreender a importância do fluxo das atividades administrativas nas organizações.
- Conhecer os modelos e as funções do Planejamento no processo administrativo e de gestão.
- Identificar e classificar os tipos de organizações, compreende o papel e a importância de cada uma.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Conhecer as técnicas de liderança, motivação e trabalho em equipe, reconhecendo sua importância e influência nas organizações.
- Identificar conflitos e propor soluções utilizando comportamento assertivo.
- Compreender os principais conceitos e funções administrativas, modelos de gestão, normas e legislações.
- Demonstrar atitude de iniciativa, organização, liderança, autonomia e interesse pela obtenção de conhecimentos que transformem a realidade
- Realizar as atividades administrativas visando à qualidade total.
- Adotar as normas para abertura e registro de empresa.
- Executar atividades administrativas nas organizações.

1 Bibliografia

1.1 Básica

DIAS, Reinaldo. *Gestão ambiental*. São Paulo: Atlas, 2006.

DONAIRE, Denis. *Gestão ambiental na empresa*. São Paulo: Atlas, 2006.

MENEZES, Luís César de Moura. *Gestão de projetos*. São Paulo: Atlas, 2009.

PALADINI, Edson Pacheco. *Gestão da qualidade*. São Paulo: Atlas, 2006.

REZENDE, Denis Alcides. *Tecnologia da informação aplic*. São Paulo: Atlas, 2006.

SALIM, Cesar Simões. *Construindo Planos de Negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebo. *Planejamento estratégico*. São Paulo: Atlas, 2013.

1.2 Complementar



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

CERTO, Samuel C. *Administração estratégica*. São Paulo: Pearson Education, 2010.

DEGEN, Ronald Jean. *Empreendedor*. São Paulo: Pearson Prentice H, 2009.

MOLINARI, Leonardo. *Gestão de projetos*. São Paulo: Érica, 2010.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Marketing Pessoal

1 Módulo: I

2 Carga horária total: 30 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 6h

2.4 Carga horária a distância: 24h

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Introdução ao marketing pessoal. O processo da comunicação interpessoal. Ferramentas e Estratégias de Marketing. Criatividade e Marketing pessoal. Comportamento organizacional. Personalidade e valores. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- Apresentar postura, movimentação e gestos adequados à apresentação nas atividades diárias profissionais ou pessoais;
- Revelar atitude de boas relações humanas na sociedade;
- Aplicar valores e princípios do comportamento organizacional nos relacionamentos interpessoais melhorando a produtividade, a qualidade de vida e o clima organizacional;
- Expressar idéias de forma clara empregando técnicas de comunicação apro-





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

priadas a cada situação;

- Apresentar-se adequadamente para cada situação, utilizando estratégias para destacar-se junto ao mercado.

1 Bibliografia

1.1 Básica

BORDIN, Sady. *Marketing pessoal*. Rio de Janeiro: Record, 2010.

DANTAS, Edmundo Brandão. *Atendimento ao público nas organizações*. Brasília: Editora Senac, 2004.

MEGIDO, José Luiz Tejon. *Marketing & Agribusiness*. São Paulo: Atlas, 2003.

NEVES, Adilson Romualdo. *Qualidade no atendimento*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

1.2 Complementar

CATEORA, Philip. *Marketing internacional*. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

FORD, Lisa. *Excepcional atendimento ao cliente*. São Paulo: Edicta, 2005.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. São Paulo: Pearson Prentice H, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de serviços*. São Paulo: Atlas, 2006.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Comportamento do Consumidor

Módulo: I

1 **Carga horária total:** 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8 horas

2.4 Carga horária a distância: 32 horas

2 **Pré-requisitos:** Não se aplica

3 **Ementa**

Comportamento do Consumidor e Mercados Consumidores. Fatores Culturais. Fatores Sociais. Alternativas de venda. Compra e Comportamento pós-compra. Temas Transversais.

4 **Competências/habilidades**

- Executar ações avaliativas da situação de mercado;
- Elaborar estratégias para potencializar clientes;
- Auxiliar na implementação das diferentes estratégias para viabilização do negócio;
- Utilizar sistemas de informações gerenciais para aprimorar o sistema logístico;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Aplicar métodos estatísticos que mostram o equilíbrio entre a oferta e procura avaliando o comportamento dos consumidores;

- Aplicar técnicas de vendas.

1 Bibliografia

1.1 Básica

SWARBROOKE, John *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Pearson Education, 2004.

SWARBROOKE, John. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2004.

SWARBROOKE, John. *Comportamento do cliente*. São Paulo: Atlas, 2001.

SWARBROOKE, John . *Da criação ao mercado*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

1.2 Complementar

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. *Código de Proteção e Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2004.

SERRANO, Pablo Jiménez. *Introdução ao direito do consumidor*. Barueri: Manole, 2003.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Fundamentos de Marketing

1 Módulo: I

2 Carga horária total: 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8horas

2.4 Carga horária a distância: 32horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Princípios e fundamentos do Marketing. Mix de Marketing. Compreensão de variáveis mercadológicas. Ambiente de Marketing. Tipos de Mercado. Segmentação e Posicionamento. Plano de marketing. Temas transversais.

5 Competências/habilidades

- Conhecer os princípios e ferramentas de marketing.
- Identificar os segmentos de mercado.
- gerenciar a criação e entrega de valor ao cliente.
- Auxiliar na implementação das diferentes estratégias para viabilização do ne-

gócio.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

1 Bibliografia

1.1 Básica

YANAZE, Mitsuru Higuchi. *Princípios de marketing*. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

BORDIN, Sady. *Marketing pessoal*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

CATEORA, Philip. *Marketing internacional*. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. São Paulo: Pearson Prentice H, 2006.

MEGIDO, José Luiz Tejon. *Marketing & agribusiness*. São Paulo: Atlas, 2003.

1.2 Complementar

KOTLER, Philip. *Marketing no setor público*. Porto Alegre: Bookman, 2008.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de serviços*. São Paulo: Atlas, 2006.

ROCHA, Águida Garreth Ferraz. *Planejamento e gestão estratég.* São Paulo: Pearson Education, 2012.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Economia e Mercado

1 Módulo: I

2 Carga horária total: 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial 8 horas

2.4 Carga horária a distância: 32 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Conceituação de Economia. Os grandes agregados econômicos. Economia Brasileira. Sistema Financeiro Nacional. Indicadores de Inflação. Problemas econômicos fundamentais. Projetos de integralização de associações de negócios. Ponto de equilíbrio operacional. Valor econômico adicionado (VEA). Indicativos de mercado. Temas transversais.

5 Competências/habilidades

- Conhecer os princípios fundamentais da economia;
- Entender os indicadores de inflação;
- Ter visão sobre a função da Economia, campo de aplicação e usuário;
- Conhecer o ambiente econômico e os conceitos da representação macro e

micro econômico nas empresas;



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Entender os relatórios econômicos e a economia como instrumento de gestão empresarial.

1 Bibliografia

1.1 Básica

MANKIW, N. Gregory. *Introdução à economia*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

ROSSETTI, José Paschoal. *Introdução à economia*. São Paulo: Atlas, 2003.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sa. *Economia e mercados*. São Paulo: Saraiva, 2001.

MANKIW, N. Gregory. *Introdução à economia*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MONTELLA, Maura. *Micro e macroeconomia*. São Paulo: Atlas, 2009.

1.2 Complementar

MANKIW, N. Gregory. *Introdução à economia*. São Paulo: Makron Books, 2004.

CATTANI, Antonio David. *Outra economia (A)*. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sa. *Economia*. São Paulo: Saraiva, 2003.

MARIANO, Jefferson. *Manual de introdução à economia*. Campinas: Papirus, 2002.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Responsabilidade Social e Ambiental

1 Módulo: I

2 Carga horária total: 30 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 6 horas

2.4 Carga horária a distância: 24 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Gestão social e ambiental. Políticas ambientais e sociais nas organizações. Desenvolvimento sustentável e crescimento econômico. Temas transversais.

5 Competências/habilidades

- Atuar social e profissionalmente de forma ética.
- Valorizar o papel dos indivíduos e das organizações na construção de uma sociedade sustentável.
- Contribuir para a construção de organizações socialmente justas, economicamente viáveis e ecologicamente corretas.
- Conhecer os fundamentos e princípios da sustentabilidade e da responsabilidade social em organizações.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Agir segundo a legislação de gestão social e ambiental para promoção da sustentabilidade.
- Auxiliar na observação e no cumprimento dos aspectos legais e normativos da administração.

1 Bibliografia

1.1 Básica

DIAS, Reinaldo. *Gestão ambiental*. São Paulo: Atlas, 2006.

DONAIRE, Denis. *Gestão ambiental na empresa*. São Paulo: Atlas, 2006.

BARBIERI, J.C. *Gestão Ambiental Empresarial . Conceitos, Modelos e Instrumentos*. São Paulo: Saraiva. 2004.

BUARQUE, Sergio C. *Construindo o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

MORIN, Edgar. *Saberes globais e saberes local*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

1.2 Complementar

TACHIZA W. A, T *et al.* *Gestão Ambiental – Enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável*. S.Paulo: Pearson. 2006.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Estatística

1 Módulo: II

2 Carga horária total: 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8h

2.4 Carga horária a distância: 32h

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Introdução à estatística. Tabelas e gráficos. Análise de dados e indicadores.

Probabilidade.

5 Competências/habilidades

- Conhecer o levantamento de dados, análise e interpretação;
- Interpretar a construção de tabelas e gráficos estatísticos;
- Conhecer e interpretar situações em que se aplica a probabilidade.
- Compreender os métodos estatísticos, sua aplicação e importância na tomada de decisões gerenciais.
- Aplicar com propriedade os métodos estatísticos.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

1 Bibliografia

1.1 Básica

FONSECA, Jairo Simon da; MARTINS, Gilberto de Andrade. *Curso de estatística*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1996. 320p.

VIEIRA, Sonia. *Elementos de estatística*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 162p.

TOLEDO, Geraldo Luciano; OVALLE, Ivo Izidoro. *Estatística básica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995. 459p.

CRESPO, Antônio Arnot. *Estatística fácil*. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. 224p.

1.2 Complementar

MARTINS, Gilberto de Andrade. *Estatística geral e aplicada*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 421p.

SPIEGEL, Murray R. *Probabilidade e estatística*. Tradução: FARIA, Alfredo Alves de. São Paulo: Pearson Education, 2004. 518p.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Pesquisa Mercadológica

1 Módulo: II

2 Carga horária total: 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8 horas

2.4 Carga horária a distância: 32 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Importância e finalidade da Pesquisa de Marketing; Pesquisa e Sistema de Informação de Marketing (SIM); Método científico aplicado à Pesquisa em Marketing; Projeto de Pesquisa; Processo de pesquisa; Técnicas de Coleta e de Análise de Dados. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- Compreender como e quando formular, aplicar e analisar pesquisas mercadológicas;
- Conhecer a importância de se obter informações valiosas sobre mercado, clientes, fornecedores, concorrentes, visando a o do seu negócio;
- Conhecer os tipos de pesquisas mais utilizados, como as pesquisas para implantação de novos negócios e pesquisas aplicadas em empresas já existentes;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Elaborar questionário, tratar e analisar resultados de uma pesquisa de mercado;

- Implantar as ferramentas de pesquisa mercadológica.

1 Bibliografia

1.1 Básica

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Administração de marketing*. Atlas. São Paulo. 2006

MCDANIEL, Jr. Carl; GATES, Roger. *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. *Administração de Marketing*. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

1.2 Complementar

GARBER, Rogério. *Inteligência competitiva de mercado*. São Paulo: Madras, 2001.

SEBRAE. Saiba Mais. *Pesquisa de Mercado*. Sebrae: São Paulo.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Promoção de Produto e Gestão de Vendas

1 Módulo: II

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12 horas

2.4 Carga horária a distância: 48 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Estratégia e práticas de preços. Tendências e oportunidades para os tipos de comércio. Estratégia de localização do varejo. *Layout, design, merchandising* de loja e exposição de produtos. Sistemática de exportação e importação: conceitos, operacionalização e práticas. Processo da venda. Teoria de vendas. Instrumentos da venda. Planejamento de vendas: Objetivos e Estratégias e Controle da qualidade em vendas. Vendas de produto. Vendas de serviços. Vendas diretas. Mercado de bens. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- Compreender os benefícios da gestão estratégica de vendas;
- Conhecer o perfil do cliente para melhorar os resultados de vendas;
- Adotar postura favorável para melhores resultados de vendas;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Refletir sobre a atuação da organização na dinâmica do mercado;
- Atuar de maneira estratégica, para promover as vendas de produtos e serviços;
- Agir como líder transformador no desenvolvimento de equipes de vendas para o alcance de resultados;
- Elaborar um plano inicial de vendas relacionado ao Mix de Marketing.

1 Bibliografia

1.1 Básica

RACKHAM, Neil. *Alcançando Excelência em vendas: SPIN Selling*. Construindo relacionamentos de Alto valor para seus clientes. São Paulo: M.Books do Brasil, 2009.

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. *Administração de Marketing*. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração de vendas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

1.2 Complementar

COBRA, Marcos. *Marketing Básico: uma perspectiva brasileira*. 4. ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. Pearson Prentice H. São Paulo. 2006

NAGLE, Thomas T. & HOLDEN, Reed K. *Estratégia e Táticas de preços: Um guia para decisões lucrativas*. 3ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Logística

1 Módulo: II

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12 horas

2.4 Carga horária a distância: 48 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Entradas e Processamento de Pedidos. Políticas e Previsão de Estoque. Reposição e classificação dos estoques. Dimensionamento do arranjo físico. Capacidade de armazenagem. Características dos modais de transporte. Responsabilidades do departamento de transportes. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- Compreender a importância do fluxo das atividades administrativas nas organizações.
- Compreender o funcionamento dos diversos sistemas de produção avaliando a eficiência e eficácia dos mesmos.
- Dimensionar a capacidade produtiva da empresa e os recursos necessários ao





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

processo de produção.

- Supervisionar os processos produtivos e avalia o rendimento das atividades.
- Utilizar sistemas de informações gerenciais para aprimorar o sistema logístico.

co.

- Auxiliar na implementação das diferentes estratégias para viabilização do negócio.

1 Bibliografia

1.1 Básica

CAIXETA FILHO, José Vicente. *Gestão logística do transporte*. São Paulo: Atlas, 2012.

CAIXETA FILHO, José Vicente. *Logística e gerenciamento da c.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

1.2 Complementar

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: Estratégia, Operação e Avaliação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Direito do consumidor

1 Módulo: II

2 Carga horária total: 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8 horas

2.4 Carga horária a distância: 32 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Conceitos e princípios no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Normas de Direito do Consumidor. Contratos de consumo. Responsabilização e sanções no CDC. Defeito do produto/serviço. Responsabilidade civil no âmbito do Direito do Consumidor. Excludentes de responsabilidade civil no CDC. Desconsideração da personalidade Jurídica. As práticas abusivas. Os bancos de dados do consumo. O acesso a justiça e proteção do consumidor em juízo.

5 Competências/habilidades

- Conhecer os direitos do consumidor e fornecedor;
- Compreender sobre produto e serviços;
- Entender sobre os princípios de responsabilização referente ao produto e

serviço;



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Compreender a dinâmica e as práticas do mercado de consumo
- Compreender o funcionamento das normas de proteção do consumidor.

1 Bibliografia

1.1 Básica

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**; São Paulo: Saraiva, 2005.

BENJAMIN, Antônio Herman v.; Marques, Cláudia Lima; Bessa, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**, 5ª Ed., Revista dos Tribunais, 2012.

GRINOVER, Ada Pellegrini, **Código brasileiro de defesa do consumidor** comentado pelos autores do anteprojeto; Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor** o novo regime das relações contratuais; São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

1.2 Complementar

Próximo registro SWARBROOKE, John. *Título...* Local.: Editora..., Ano...

Próximo registro Autor... *Comportamento do consumidor no*. São Paulo: Aleph, 2002.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Inovação e Criatividade

1 Módulo: II

2 Carga horária total: 40 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 8 horas

2.4 Carga horária a distância: 32 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Conceitos sobre a criatividade. Contextualização do setor de criação. Os processos de criação e desenvolvimento de produtos e peças publicitárias. Técnicas de criação e defesa de campanha. Os arquétipos e os estereótipos na publicidade. A criação e as novas tecnologias/novas mídias e produtos. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

6 Bibliografia

6.1 Básica

PÚBLIO, Marcelo Abílio. *Como planejar e executar uma campanha de propaganda*. São Paulo: Atlas, 2008.

MENEGUIN, Ana Marusia P. Lima. *Duas faces da publicidade*. São Paulo:



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Annablume, 2009.

PREDEBON, José. *Criatividade*. São Paulo: Atlas, 2008.

PREDEBON, José. *Curso de Propaganda*. São Paulo: Atlas, 2004.

SAMPAIO, Rafael. *Posicionamento*. São Paulo: Pearson Education, 2004.

6.2 Complementar

GRASIOSO, Francisco. *Propaganda*. São Paulo: Atlas, 2002.

SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

MARCONDES, Pry. *S.O.S. propaganda*. São Paulo: Commit, 2006.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Empreendedorismo

1 Módulo: III

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12 horas

2.4 Carga horária a distância: 48 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Fundamentos do Empreendedorismo. Modelo de Competências Empreendedoras. Estabelecimento de Metas e Objetivos. Busca de Oportunidades. Busca de Informações e Riscos Calculados. Planejamento e Monitoramento Sistemático. Qualidade e Eficiência. Persuasão e Redes de Contato. Competências Mobilizadoras e Reforçadoras. Plano de negócios. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- Revelar atitude criativa e empreendedora frente à gestão.
- Possuir visão humanística crítica e consistente sobre o impacto de sua atuação profissional na sociedade.
- Demonstrar atitude de iniciativa, organização, liderança, autonomia e interesse pela obtenção de conhecimentos que transformem a realidade.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Conhecer as técnicas de liderança, motivação e trabalho em equipe, reconhecendo sua importância e influência nas organizações.
- Reconhecer as situações e características das oportunidades que geram novos negócios.
- Auxiliar na implementação das diferentes estratégias para viabilização do negócio.
- Supervisionar os processos produtivos e avaliar o rendimento das atividades.
- Executar atividades administrativas nas organizações.
- Utilizar os modelos de planejamento nas atividades administrativas.

1 Bibliografia

1.1 Básica

DORNELAS José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael P. *Empreendedorismo*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. *Planejamento Estratégico: conceitos, metodologias e práticas*. São Paulo: Saraiva, 2000.

1.2 Complementar

BERNARDI, L. A. *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. São Paulo: Atlas, 2003.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

DEGEN, R. J. *Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo:
Pearson Education, 2005.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Mídias e Comunicação

1 Módulo: III

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12 horas

2.4 Carga horária a distância: 48 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Introdução a comunicação de marketing. Os ruídos da comunicação. Comunicação organizacional. O processo de comunicação integrada. A imagem organizacional. A exposição de produtos e serviços. O *layout*. Marketing Direto. A propaganda. O patrocínio. A mídia e seus instrumentos. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- Reconhecer a evolução e os processos da comunicação;
- Identificar e diferenciar as etapas da evolução da comunicação;
- Selecionar ferramentas para a comunicação mercadológica;
- Distinguir as ferramentas de comunicação mercadológica e suas aplicações;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Analisar a relevância da comunicação visual para fins mercadológicos;
- Unificar a comunicação da organização;
- Identificar e discernir a comunicação visual a ser criada para desenvolver: a estética de anúncios, pontos de vendas, a identidade visual da organização/ produto, design a ser utilizado.

1 Bibliografia

1.1 Básica

YANAZE, Mitsuru Higuchi. *Gestão de marketing e comunicação*. São Paulo: Saraiva, 2007.

DAVENPORT, Thomas H. *Dominando a gestão da informação*. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KUNSCH, Margarida Maria. *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria. *Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas*, vol.2 . São Paulo: Saraiva, 2009.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas*. São Paulo: SUMMUS, 1986.

1.2 Complementar

SCHULER, Maria. TONI, Deonir. *Gestão da Imagem de Organizações, Marcas e Produtos. Método para Configuração de Imagem*. Editora Atlas. 2015.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

OLIVETTO, Washington. *Piores textos de Washington Olivetto*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2004.



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Marketing Digital

1 Módulo: III

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12 horas

2.4 Carga horária a distância: 48 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Conceitos e Fundamentos do Marketing Digital. Internet como Mídia. Interfaces Digitais. Intranet e Internet: infra-estrutura de comunicação corporativas. Estratégias de Marketing Digital: ações táticas e operacionais, tecnologias e plataformas. Marketing de Conteúdo. Marketing Viral. Comunicação Corporativa Medidas por Ferramentas Digitais: blog, correio eletrônico, site, mídias sociais, redes sociais e textos digitais colaborativos. Google como Ferramenta de Comunicação Corporativa (AdWord, Clue Manifesto, Tendências do Marketing Digital Web 2.0). Temas Transversais

5 Competências/habilidades

- Compreender os conceitos e princípios da comunicação digital;
- Entender sobre suas interfaces tecnológicas e plataformas;
- Ter visão para as tendências mercadológicas do ciberespaço;



Av. Joaquim Teotônio Segurado
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8, Plano Diretor Sul
77.020-450 Palmas – TO
(63) 3229-2200
www.ifto.edu.br - reitoria@ifto.edu.br



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- Ter visão analítica e crítica da produção gerada a partir dos novos dispositivos tecnológicos, desde produção de peças publicitárias para a web as estratégias on-line;
- Incentivar a criação e a reflexão processual através da produção teórica e prática;
- Ser capaz de compreender os processos e etapas existentes na criação publicitária na web.

1 Bibliografia

1.1 Básica

SILVA, Angela Carracho da. *Aprendizagem em ambientes virtuais*. Porto Alegre: Mediação, 2009.

TELLES, André. *Revolução das mídias sociais* (. São Paulo: Makron Books, 2011.

CASTELLS, Manuel. *Poder da identidade (O)*, v.2. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CAVALCANTI, Marcos. *Conhecimento em rede (O)*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

1.2 Complementar

CATEORA, Philip. *Marketing internacional*. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. São Paulo: Pearson Prentice H, 2006.

MEGIDO, José Luiz Tejon. *Marketing & agribusiness*. São Paulo: Atlas, 2003.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

Unidade Curricular: Técnicas de Propaganda e Publicidade

1 Módulo: III

2 Carga horária total: 60 horas

2.1 Carga horária teórica:

2.2 Carga horária prática:

2.3 Carga horária presencial: 12 horas

2.4 Carga horária a distância: 48 horas

3 Pré-requisitos: Não se aplica

4 Ementa

Publicidade e propaganda. A publicidade e o contexto político, social e econômico. A publicidade de vendas e a publicidade institucional. Sistema publicitário: Agências. Anunciantes. Corretores. Veículos e Fornecedores. Agência de publicidade, Departamento de publicidade, Anunciante e Departamento comercial. Veículos de comunicação. Temas Transversais.

5 Competências/habilidades

- conhecer técnicas de divulgação e comunicação de serviços e produtos;
- compreender o sistema publicitário;
- conhecer os veículos de comunicação disponíveis;
- adaptar o veículo de comunicação ao negócio e produto de seu cliente;





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS

- atuar como mediador entre imprensa e cliente/atendimento;
- avaliar anúncios e estratégias de publicidade e propaganda.

1 Bibliografia

6.1 Básica

GRASIOSO, Francisco. *Propaganda*. São Paulo: Atlas, 2002.

MENEGUIN, Ana Marusia P. Lima. *Duas faces da publicidade*. São Paulo: Annablume, 2009.

PREDEBON, José. *Criatividade*. São Paulo: Atlas, 2008.

PREDEBON, José. *Curso de Propaganda*. São Paulo: Atlas, 2004.

1.1 Complementar

MARCONDES, Pry. *S.O.S. propaganda*. São Paulo: Commit, 2006.

SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. *Como planejar e executar uma campanha publicitária*. São Paulo: Atlas, 2008.

