



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO EM MARKETING

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Modalidade: A distância

**Curso autorizado pela Resolução
CONSUP/IFTO Nº 240, de 20 de setembro de
2023**

**PPC APLICADO PARA ESTUDANTES INGRESSANTES
A PARTIR DE 2023**

**PALMAS-TO
2023**



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

1ª Edição

ANTONIO DA LUZ JÚNIOR
Reitor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins

NAYARA DIAS PAJEÚ NASCIMENTO
Pró-Reitora de Ensino

SAULO CARVALHO DE SOUZA TIMÓTEO
Diretor de Ensino Básico e Técnico

JUSSARA MAYSA CAMPOS
Diretora do Centro de Referência em Educação à Distância-Geral

CINTIA RIBEIRO DE SOUZA
Gerente de Ensino do do Centro de Referência em Educação à Distância



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
1. DA CONCEPÇÃO DO CURSO	8
1.1. JUSTIFICATIVA	8
1.2. OBJETIVOS	9
1.2.1 Geral	9
1.2.2 Específicos	9
1.3. REQUISITOS DE ACESSO	10
1.4. APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES	10
1.5. PERFIL DE EGRESSO	11
2. DA ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	13
2.1 CONCEPÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO	13
2.2 MATRIZ CURRICULAR	15
2.3 METODOLOGIA.....	15
2.4 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	18
2.5 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO.....	18
2.6 ATIVIDADES COMPLEMENTARES	19
2.7 AVALIAÇÃO	19
2.8 CERTIFICAÇÃO.....	19
3. DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO ESPECIALIZADO	21
3.1 PERFIL DO COORDENADOR DE CURSO	21
3.2 PERFIL DO CORPO DOCENTE.....	21
3.3 PERFIL DO CORPO TÉCNICO ESPECIALIZADO	21
3.4 PERFIL DO COLEGIADO DE CURSO	22
3.5 DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE).....	22
4. DOS AMBIENTES E EQUIPAMENTOS	23
4.1 SALA DE PROFESSORES	23
4.2 SALA DA COORDENAÇÃO DE CURSO	23
4.3 SALAS DE AULA	23
4.4 AMBIENTES DIDÁTICOS ESPECIALIZADOS	24
4.5 BIBLIOTECA	24
4.6 REFEITÓRIO	24
4.7 ESPAÇO DE VIVÊNCIA DISCENTE.....	24





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

4.8 AMBIENTE DE ACESSO A TICS	24
5. DO APRIMORAMENTO CONTÍNUO DO PROJETO DE CURSO	25
5.1 RELATÓRIO SOBRE ACESSO ESTUDANTIL	25
5.2 RELATÓRIO SOBRE PERMANÊNCIA ESTUDANTIL.....	25
5.3 RELATÓRIO SOBRE ÊXITO ESTUDANTIL	26
5.4 RELATÓRIO SOBRE A FORMAÇÃO CONTINUADA DO CORPO DOCENTE E TÉCNICO ESPECIALIZADO.....	26
5.5 RELATÓRIO SOBRE INFRAESTRUTURA	26
REFERÊNCIAS.....	27
APÊNDICE A - MATRIZ CURRICULAR DO CURSO.....	29
APÊNDICE B - EMENTÁRIO.....	30
APENDICE C - PORTARIA DA COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PPC.....	48



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

APRESENTAÇÃO

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO) foi criado em 2008 pela lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008 conceituando-se como instituição de educação superior, básica e profissional, pluricurricular e *multicampi*, especializada na oferta de educação profissional e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino.

Criado para atuar em todo o Estado oferecendo educação pública de qualidade do ensino básico ao superior, o IFTO tem como compromisso manter a oferta de pelo menos 50% de vagas para o ensino técnico de nível médio e oferta de pelo menos 20% das vagas para os cursos de licenciatura e de formação de professores, conforme disposto na Lei de nº 11.892/08, de 29 de dezembro de 2008. Os cursos superiores de tecnologia e de bacharelado representam 30% das vagas a serem ofertadas, podendo ainda serem oferecidos cursos *Lato* e *Stricto sensu*. Além dos cursos na modalidade presencial, o IFTO tem implantado também cursos na modalidade Educação à Distância.

O IFTO conta atualmente com onze unidades educacionais, sendo: Campus Araguaína, Campus Araguatins, Campus Avançado Formoso do Araguaia, Campus Avançado Lagoa da Confusão, Campus Avançado Pedro Afonso, Campus Colinas, Campus Dianópolis, Campus Gurupi, Campus Palmas, Campus Paraíso do Tocantins, Campus Porto Nacional e Centro de Referência em Educação a Distância (Cread), além de Polos de Apoio à Educação a Distância. A Reitoria do IFTO está situada na capital do estado, Palmas – TO.

Em relação a Educação a Distância, a partir de 2019 o IFTO propôs a criação do CREAD, vinculado à Pró-reitoria de Ensino (PROEN), que objetiva oferecer à comunidade cursos em todos os níveis e modalidades educacionais: Formação Inicial e Continuada (FIC), técnico, graduação e pós-graduação *Lato* e *Stricto sensu*, consolidando as ações e políticas educacionais de ensino inovador, extensão tecnológica e pesquisa aplicada por meio da Educação a Distância – EaD.





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

O CREAD tem a missão de contribuir com a promoção da educação, com a oferta de ensino de qualidade em todos os níveis através da Educação a Distância, formando cidadãos críticos, conscientes e que, ao longo de sua vida, sejam comprometidos com o desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da inovação, contribuindo para a melhoria da vida em sociedade.

Em 2023 o CREAD já oferece aproximadamente 3.000 vagas divididas entre os cursos: Técnico em Administração, Técnico em Agronegócio, Técnico em Informática para a Internet, Técnico em Meio Ambiente e Técnico em Serviços Públicos, distribuídos em 54 polos de Educação a Distância – EaD, que por estarem localizados em várias regiões do estado, aumentam a capilaridade do ensino, levando educação de norte a sul do estado. Nos polos há infraestrutura física e administrativa básica para a realização de avaliações e atividades presenciais, práticas laboratoriais, bem como os recursos tecnológicos necessários que possibilitam ao aluno interagir dentro do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). O estudante conta, assim, com assistência e acompanhamento de tutores presenciais em seus estudos, sob a supervisão da coordenação do polo.



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE OFERTANTE					
Nome:	Centro de Referência em Educação a Distância do IFTO				
CNPJ:	10.742.006/0001-98				
End.:	Avenida Joaquim Teotônio Segurado Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 01, Lote 08, Reitoria- IFTO, 2º andar, Plano Diretor Sul.				
Cidade:	Palmas	UF:	TO	CEP:	77020450
Fone:	(63) 32292240				
E-mail:	diretoria.cread@ifto.edu.br				
Portal:	http://www.ifto.edu.br/				

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	
Nome do Curso:	Técnico em Marketing
Nível de Ensino:	Educação Básica
Etapas de Ensino:	Ensino Médio
Tipo de Curso:	Educação Profissional Técnica de Nível Médio
Tipo de Oferta:	Subsequente ao Ensino Médio
Modalidade de Ensino:	Educação Profissional e Tecnológica
Habilitação/Titulação:	Técnico(a) em Marketing
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios
Organização do Tempo Escolar/Acadêmico:	Módulo
Periodicidade de Acesso:	Por demanda
Tempo de Aula (minutos):	45
Modalidade da Oferta:	A distância
Percentual de Carga Horária Ofertada Presencialmente (%):	20%
Natureza da Oferta:	Esforço Próprio.
Carga Horária do Curso (hora/relógio):	810/h
Duração Mínima e Máxima do Curso (meses):	mínimo de 12 e máximo de 24 meses.
Vagas ofertadas:	35 por turma





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

1. DA CONCEPÇÃO DO CURSO

1.1. JUSTIFICATIVA

Um relatório de avaliação do Banco do Brasil (BB), divulgado em setembro de 2022 em vários sites de notícias, colocou o Tocantins em segundo lugar nas estimativas de variação positiva do Produto Interno Bruto (PIB) em 2022, com percentual de 6,1%. De acordo com o documento, este dado é alavancado principalmente pelo volume de vendas no comércio, que teve resultados positivos no Estado, com aumento de 5,3% em relação ao ano anterior (TOLEDO, 2022).

O estudo aponta, ainda, que a economia do Brasil cresceu 2,5% no primeiro semestre de 2022 em relação ao mesmo período de 2021. O Tocantins perde apenas para Mato Grosso (8%) ficando a frente de Roraima (5,9%), Alagoas (5,9%) e Paraíba (5,1%).

Além dos números positivos na economia, conforme informações divulgadas no portal da Secretaria de Comunicação do Tocantins (Secom), o Tocantins fechou o primeiro semestre de 2023 com um saldo positivo de 8.424 de empregos formais criados, positivo em 3 grandes agrupamentos econômicos e em 77 dos 139 municípios do estado. Em junho, o mercado formal de trabalho tocantinense gerou 1.624 empregos com carteira assinada, sendo o dado positivo nos setores de comércio, construção e serviços, resultando num estoque recuperado de 228.352 postos de trabalho no mês. Os dados são do IBGE (2023) do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged) relativo ao mês de junho, que foram divulgados no dia 27 de julho de 2023, pelo Ministério do Trabalho e Emprego.

Nesse contexto de melhoria da economia e aumento da empregabilidade, o profissional de marketing conquista espaço por atuar frente a questões relacionadas: a estudo e análise de mercado, auxílio na concepção de produtos, elaboração de comunicação e vendas, uso de mídias digitais, relacionamento com clientes e manutenção de relações positivas entre empresa e consumidor, tendo uma atuação



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

decisiva norteada pelos princípios éticos da profissão, podendo atuar em instituições públicas, privadas e do terceiro setor, no comércio, em empresas de consultoria e de forma autônoma.

É importante destacar que o marketing é uma ciência social que está sempre em movimento e transformação, uma vez que acompanha a modernização da sociedade. A partir de uma abordagem sistêmica ele pode ser compreendido como um conjunto de etapas e atividades, que envolvem planejamento, analisando o ambiente e traçando estratégias para alcançar objetivos tanto das organizações como de pessoas.

Dessa forma, a criação do Curso Técnico em Marketing, na área de Gestão e Negócios, ofertado pelo IFTO, poderá proporcionar aos seus estudantes uma formação técnica compatível com as necessidades no mundo do trabalho, no que tange aos conhecimentos atuais e específicos de marketing. Além disso, o curso técnico é uma das formas mais rápidas de qualificação profissional, oferecendo ao trabalhador em geral, jovem ou adulto e ao egresso do ensino médio a possibilidade de acesso à Educação Profissional, como forma de capacitação.

No que tange às bases legais, a oferta de cursos técnicos pelo Instituto Federal do Tocantins (IFTO) atende à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9.394/1996 e está de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, propostas pela Resolução CNE/CEB nº 06 de 20 de setembro de 2012.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 Geral

Formar profissionais de qualidade, criativos, éticos e preocupados com o bem-estar coletivo, que apresentem competências e habilidades para aplicação das técnicas de marketing com a finalidade de atender às demandas e às expectativas das organizações ou pessoas que eles representam.





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

1.2.2 Específicos

- Capacitar os estudantes para atuação profissional e técnica em ações relacionadas a área de marketing;
- Proporcionar condições para a construção de uma visão mais ampla do processo de marketing, tendo em vista a capacitação para o futuro profissional organizar e executar planos de marketing;
- Formar profissionais para atuarem com visão integrada e com domínio de técnicas e práticas;
- Entregar à sociedade um profissional habilitado para o exercício de suas funções, consciente de suas responsabilidades e capaz de intervir de forma crítica, ética e reflexiva em seu ambiente de trabalho.

1.3. REQUISITOS DE ACESSO

O Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins promove o ingresso de estudantes aos cursos técnicos de nível médio, de acordo com os critérios apresentados no respectivo Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO, em vigência, mediante edital e respectivos prazos estabelecidos.

A matrícula dos candidatos aprovados, dar-se-á conforme procedimentos previstos no respectivo Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO, em vigência.

Em razão do cumprimento da legislação em vigência e manutenção do compromisso com a redução de barreiras educativas e com a inclusão de grupos em desvantagem social, o Instituto Federal do Tocantins fará reserva de vagas conforme estabelecido em edital de seleção de candidatos.



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

1.4. APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

O Aproveitamento de Estudos é a inclusão, no histórico escolar do estudante, de unidades curriculares já cumpridas em cursos técnicos no IFTO, ou em outras Instituições de Ensino, desde que legalmente reconhecido, bem como, a comprovação de experiências anteriores por meio de proficiência. Caberá ao estudante ou representante legal, protocolar, via Central do Estudante, solicitação ao setor designado para este fim.

Os procedimentos para aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores devem ser realizados de acordo com o calendário acadêmico e conforme previstos no respectivo Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO, em vigência.

1.5. PERFIL DE EGRESSO

O Técnico em Marketing articula conhecimentos técnicos a saberes historicamente construídos a partir de valores éticos, políticos, culturais, científicos e tecnológicos. Associando tecnologias aos instrumentos, técnicas e estratégias com a finalidade de garantir qualidade, produtividade e competitividade das organizações públicas ou privadas de todos os portes e ramos de atuação.

O egresso do curso Técnico em Marketing é habilitado para projetar e implementar planos de marketing; realizar análises de vendas, preços e produtos; desenvolver projetos de comunicação, fidelização de clientes e relação com fornecedores ou outras entidades; desenvolver, implementar e gerenciar estratégias de marketing digital; operacionalizar apresentação dos serviços e produtos no ponto de venda e elaborar estudos de mercado.

Além disso, são fundamentais para a sua atuação os conhecimentos e saberes relacionados à área comercial e de negócios das organizações, de modo a atuar em conformidade com as legislações e diretrizes de conduta, como também com as normas





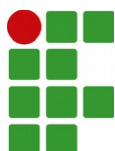
Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

de saúde e segurança do trabalho, demonstrando visão empreendedora. Soma-se a esses conhecimentos o desenvolvimento de competências socioemocionais e atributos comportamentais relacionados à comunicação clara e cordial, respeito à diversidade, trabalho colaborativo e protagonismo na análise e resolução de problemas voltados ao mundo do trabalho.

Portanto, além do diploma de Técnico em Marketing, o estudante do curso poderá, receber certificações intermediárias ao concluir com êxito as componentes curriculares de cada módulo. Assim, estarão habilitados a receber os certificados conforme segue:

- a) Módulo I: Assistente em Vendas e Representante Comercial cujas as habilidades são:
 - i) Compreensão básica dos princípios de vendas e práticas de atendimento ao cliente
 - ii) Intermediação de negócios mercantis para terceiros;
 - iii) Capacidade de auxiliar clientes na escolha de produtos e serviços, apresentando suas qualidades e vantagens de aquisição;
 - iv) Divulgação e demonstração de produtos e serviços.

- b) Módulo II: Assistente de Marketing Digital, cujas as habilidades são:
 - i) Compreensão e aplicação das tendências do marketing digital;
 - ii) Aplicação de ferramentas e práticas de marketing.





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

2. DA ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

2.1 CONCEPÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

A organização curricular está respaldada na Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional - LDB 9394/96, nas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica - Resolução CNE/CP 1/2021 e outras legislações vigentes. O Curso Técnico em Marketing Subsequente ao Ensino Médio está orientado pelos seguintes princípios específicos:

I - formação integral do estudante, expressa por valores, aspectos físicos, cognitivos e socioemocionais;

II - projeto de vida como estratégia de reflexão sobre trajetória escolar na construção das dimensões pessoal, cidadã, humana e profissional do estudante;

III - pesquisa e extensão como prática pedagógica para inovação, criação e construção de novos conhecimentos;

IV - respeito aos direitos humanos como direito universal;

V - compreensão da diversidade e realidade dos sujeitos, das formas de produção, de trabalho e das culturas;

VI - sustentabilidade ambiental;

VII - diversificação da oferta de forma a possibilitar múltiplas trajetórias por parte dos estudantes e a articulação dos saberes com o contexto histórico, econômico, social, científico, ambiental, cultural local e do mundo do trabalho;

VIII - indissociabilidade entre educação e prática social, considerando-se a historicidade dos conhecimentos e dos protagonistas do processo educativo;

IX - indissociabilidade entre teoria e prática no processo de ensino aprendizagem na educação profissional e tecnológica.

O currículo do Curso Técnico em Marketing Subsequente ao Ensino Médio de acordo com o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT) deve ter carga horária mínima de 810 horas.





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

Dessa forma, a matriz curricular está organizada de forma sequencial em 14 componentes curriculares. Estão concentradas no primeiro módulo: Ambientação em EAD, Fundamentos de Marketing, Comportamento do Consumidor, Estatística Aplicada ao Marketing, Inovação e Criatividade, Direito do Consumidor, Organização Empresarial, Informática aplicada ao Marketing, Projeto Integrador 1. E no segundo módulo: Promoção do Produto e Gestão de Vendas, Planejamento de Marketing, Comunicação de Marketing, Empreendedorismo, Responsabilidade Social e Ambiental, Marketing Digital e Projeto Integrador 2.

A interdisciplinaridade será reforçada através da integração e articulação das diferentes áreas de conhecimento e nos projetos integradores. O trabalho em equipe, iniciativa, criatividade e sociabilidade dos estudantes serão trabalhados em todos os conteúdos programáticos dos componentes curriculares. No itinerário formativo serão abordados os temas transversais como cultura/sociedade afro-brasileiras e indígenas, educação ambiental, educação alimentar e nutricional, educação e respeito aos direitos humanos, educação especial, educação para o trânsito, estatuto do idoso, ética, normas técnicas e segurança, raciocínio lógico, redação de documentos técnicos e educação digital.

O Projeto Integrador, que funcionará como um momento de integração entre ensino, pesquisa e extensão, promovendo a articulação entre os conhecimentos, habilidades e atitudes desenvolvidos nas diferentes unidades curriculares, a fim de solucionar, de modo inovador, problemas do mundo real, corroborando com a formação profissional, humana e cidadã dos estudantes. A normatização do Projeto Integrador obedecerá a orientações normativas e demais documentos que tratam do tema vigente no Instituto Federal do Tocantins - IFTO.

A estrutura curricular estabelecida busca assegurar o conhecimento específico de cada área temática e os conhecimentos complementares que possibilitam preparo para lidar com os desafios da vida em sociedade, além de permitir articulação do ensino com atividades de pesquisa e extensão.



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

Os cursos técnicos de nível médio na modalidade de Educação à Distância, conforme RESOLUÇÃO CNE/CP N.º 1, DE 5 DE JANEIRO DE 2021, devem observar as indicações de carga horária presencial indicadas no CNCT, que neste caso, é de, no mínimo 20% de sua carga horária em atividades presenciais. Para atender este percentual presencial as aulas poderão ser ministradas usando de estratégias como a tele presencialidade, mantendo o caráter de presencial, desde que os estudantes estejam em um ambiente apropriado e o canal de comunicação entre professor e estudante seja síncrono e bilateral. A carga horária a distância será apoiada por ambiente virtual de aprendizagem, onde todo o material de apoio, sejam textos, áudios ou vídeos, e avaliações serão disponibilizados.

2.2 MATRIZ CURRICULAR

A Matriz Curricular do Curso Técnico em Marketing, subsequente ao Ensino Médio, conta com 14 componentes curriculares que desenvolvem as habilidades apresentadas para o Técnico em Marketing, conforme orientado pelo CNCT. Além das componentes curriculares, soma-se à base profissional, 2 Projetos Integradores que serão organizados por módulo atendendo à certificação intermediária, totalizando assim, em 16 componentes curriculares. O curso terá 810 horas, 648 sendo horas em caráter a distância e 162 horas presenciais. A forma de organização do tempo escolar será orientada pelo Calendário Acadêmico do CREAD observando a oferta de até, no máximo, 10 aulas diárias de 45 minutos cada, preferencialmente no turno noturno, observando a necessidade de um intervalo de 15 minutos durante as atividades presenciais após um período de 2 ou 3 aulas consecutivas. Assim, a matriz curricular contará com 16 unidades curriculares que permitem ao estudante desenvolver as habilidades e competências apresentadas para o curso Técnico em Marketing, no CNCT. Quanto a Certificação Intermediária, se dará das seguintes formas:

1. Formação em Representante Comercial e Assistente Comercial. Os discentes





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

podem solicitar a certificação, após concluir com êxito todas as componentes curriculares do primeiro módulo.

2. Formação em Assistente em Marketing Digital. Os discentes podem solicitar a certificação, após concluir com êxito todas as componentes curriculares do segundo módulo.

2.3 METODOLOGIA

O fazer pedagógico consiste no processo de construção e reconstrução do conhecimento numa perspectiva compartilhada, em que todos são sujeitos do conhecer e aprender, visando à construção do saber, partindo da reflexão, do debate e da crítica, numa perspectiva criativa, interdisciplinar e contextualizada. Nesse sentido, a metodologia consiste na adoção de práticas pedagógicas que busquem o desenvolvimento de competências por meio da aprendizagem ativa do aluno, estimulando a busca por sua autonomia e o protagonismo do processo de ensino-aprendizagem. As atividades propostas têm como princípio a relação teoria– prática, visando a formação de profissionais que atendam as demandas do setor produtivo e as novas concepções de desenvolvimento socioeconômico.

As metodologias de ensino utilizadas no curso devem valorizar a utilização de tecnologias de informação e comunicação (TICs); metodologias ativas de aprendizagem; a produção de objetos de aprendizagem autoavaliativos; o uso de ambientes e tecnologias padrão no processo de aprendizagem; e a realização de reuniões sistemáticas para planejamento e integração das unidades curriculares. O corpo pedagógico com o colegiado de curso deve propor, dentro da realidade e modalidade do curso: aulas práticas; integração entre estudantes e comunidade; debates; projetos de trabalho; estudos dirigidos; oficinas temáticas; entre outros.

Neste contexto, o processo de ensino-aprendizagem busca construir competências, resgatando as experiências e vivências dos estudantes, incorporando teorias ao fazer. No contexto da matriz curricular, estão previstos projetos



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

interdisciplinares que são realizados pelos estudantes em cada módulo do curso e são conduzidos por professores que exercem a função de articuladores dos conhecimentos envolvendo os estudantes, buscando gerar valor compartilhado e novo modelo de gestão acadêmica. Dessa forma, permite maximizar a efetividade do tempo em sala de aula, bem como estruturar o tempo que o estudante precisa para desenvolver o conteúdo fora da sala de aula, preservando a relação de parceria entre professor e estudante, tendo por referência a metodologia de sala de aula invertida. Desta forma, será adotado o princípio das metodologias ativas de ensino que permitam aos estudantes o exercício interdisciplinar permanente e o pensamento crítico para a resolução de problemas, a criatividade e a inovação, articulado a um itinerário de formação flexível e personalizada.

As disciplinas serão ofertadas na modalidade à distância, conforme a legislação vigente da educação profissional técnica de nível médio e conforme orientações do Centro de Referência em Educação a Distância (CREAD) do IFTO. Para tanto, no planejamento dos professores das referidas componentes, deverá prever métodos e práticas de ensino aprendizagem que incorporem o uso integrado de tecnologias de informação e comunicação para a realização dos objetivos pedagógicos, bem como prever encontros presenciais e atividades de tutoria.

Decisões referentes à matriz curricular do curso, deverão, ainda, obter aprovação do colegiado do referido curso e ser respeitado o disposto na legislação vigente em âmbito nacional e institucional assim, os princípios pedagógicos, filosóficos e legais que subsidiam a organização do Curso Técnico em Marketing na forma subsequente, nos quais a relação teoria-prática é o princípio fundamental, estão associados à estrutura curricular do curso. Estes princípios pedagógicos conduzem a práticas docentes voltadas às atividades como: debates, seminários, estudos individuais ou em equipes, visitas técnicas, práticas laboratoriais e desenvolvimento de projetos, entre outros.

A relação teórico-prática, tão importante para o aprendizado técnico, será alcançada através de aulas teóricas expositivas sinalizadas e aulas práticas, que





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

poderão ocorrer por meio de atividades em sala virtual e realização de visitas técnicas a ambientes em que possam haver intérpretes e surdos. Nesse sentido, o fazer pedagógico propiciará condições para que o educando possa vivenciar e desenvolver suas competências: cognitiva (aprender a aprender); produtiva (aprender a fazer); relacional (aprender a conviver) e pessoal (aprender a ser).

Este desenvolvimento de competências possibilitará a formação de profissionais com autonomia intelectual e moral, aptos ao exercício da cidadania e conscientes de sua responsabilidade com a sustentabilidade ambiental, diluídas com as previsões das seguintes atividades:

- Leituras e discussões de textos técnicos e científicos;
- Atividades individuais e em grupo que possam desenvolver o ser como também a competência de se relacionar e aprender em equipe;
- Visão holística do saber, ou seja, não fragmentação do conhecimento expresso nas disciplinas;
- Aplicação dos conhecimentos teóricos no desenvolvimento de projetos e modelos, em atividades de pesquisa e de extensão;
- Produção escrita de diferentes gêneros, de acordo com os tipos de atividades;
- Pesquisas bibliográficas constantes para aprofundamento dos conhecimentos em discussão em sala de aula;
- Utilização de Internet nos respectivos polos, salas de aula virtuais ou na biblioteca da Instituição, com o intuito de executar atividades de pesquisa e de produção acadêmica;
- Engajamento em monitorias e projetos institucionais e em parceria com outras instituições

Outras atividades cuja centralidade se faz na aprendizagem discente, podem ser estimuladas a partir do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação - TICs, cuja função se dá em apoio à aprendizagem significativa e contextualizada desse educando, a partir de *softwares*, de recursos audiovisuais, internet, dentre outros. Estas serão





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

atividades inerentes ao andamento do curso, sendo ajustadas e programadas como ações de permanência e êxito, incentivando os estudos e à progressão na carreira acadêmica.

Em relação ao fortalecimento das ações de ensino e aprendizagem à formação integral do sujeito faz-se necessária a abordagem de algumas temáticas que devem permear de forma transversal os conteúdos abordados no decorrer do curso. Essas temáticas envolvem conteúdos pertinentes às Diretrizes Nacionais para Educação em Direitos Humanos ((Resolução CNE/CP N.º 1, de 30 de maio de 2012); para a Educação Ambiental (Resolução CNE/CP N.º 2, de 15 de junho de 2012) e para a Educação das Relações Étnico Raciais (Resolução CNE/CP N.º 1, de 17 de junho de 2004) contempladas na disciplina de Ética.

2.4 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Não se aplica

2.5 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

O estudante poderá, facultativamente, realizar estágio curricular supervisionado, o que somente enriquecerá seu currículo. No entanto, há regras colocadas neste projeto que devem ser observadas. Para os processos de averbação destas atividades deverão ser observados os procedimentos previstos no respectivo Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO, em vigência.

2.6 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

O estudante poderá, facultativamente, realizar atividades complementares, o que somente enriquecerá seu currículo. No entanto, há regras colocadas neste projeto que devem ser observadas. Para os processos de averbação destas atividades deverão ser observados os procedimentos previstos no respectivo Regulamento da Organização





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

Didático-Pedagógica do IFTO, em vigência.

2.7 AVALIAÇÃO

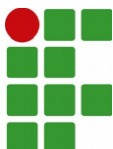
As considerações sobre a avaliação da aprendizagem seguem as orientações da ODP em vigência dos cursos técnicos de nível médio a distância do IFTO. Os critérios e valores de avaliação adotados pelo professor, bem como o plano de ensino, deverão, obrigatoriamente, ser explicitados aos estudantes na aula inicial da unidade curricular, devendo estar disponíveis na página inicial do AVA/Moodle.

A avaliação da aprendizagem no âmbito dos cursos técnicos de nível médio ofertados na modalidade a distância, deverá considerar a realização de atividades avaliativas para a verificação da aprendizagem por meio de Avaliações Presenciais (AP) e de Avaliações a Distância (AD). A aprovação do estudante em unidade curricular dar-se-á mediante nota superior ou igual a 60,0 (sessenta), e frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) conforme diretrizes nacionais e institucionais vigentes. As avaliações da aprendizagem na EaD devem ser compostas de avaliações a distância e avaliações presenciais, sendo que as avaliações presenciais devem ser obrigatórias e prevalentes sobre outras formas de avaliação (Decreto nº 5.622/2005) sendo 60% para as presenciais e 40% para as demais.

Informações adicionais sobre etapas de avaliação, instrumentos de avaliação e demais procedimentos de avaliação podem ser conferidos no respectivo Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO, em vigência.

2.8 CERTIFICAÇÃO

O diploma da habilitação de Técnico em Marketing será obtido pelo estudante que tenha concluído com êxito os dois módulos do curso. O diploma será acompanhado de histórico escolar, no qual constarão as unidades curriculares cursadas; as cargas horárias; frequência; aproveitamento das unidades, caso ocorra; o título da habilitação profissional; o eixo tecnológico ao qual se vincula e o estágio supervisionado, quando



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

houver. O diploma conterá, ainda, o número do código autenticador do curso no Sistema Nacional de Informações da Educação Profissional e Tecnológica-SISTEC.

Além da habilitação de Técnico em Marketing, estão previstas as certificações intermediárias Assistente em Vendas e Representante Comercial; e Assistente em Marketing Digital baseadas no Guia PRONATEC de Cursos FIC e em conformidade com o CNCT, que poderão ser concedidas aos estudantes que apresentarem desempenho satisfatório nas disciplinas da base profissional ao final de cada módulo, conforme descrito nos subitens “a” e “b” do item 1.5.





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

3. DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO ESPECIALIZADO

3.1 PERFIL DO COORDENADOR DE CURSO

A função de coordenador do curso Técnico em Marketing do CREAD, deverá ser ocupada, preferencialmente, por um docente do curso com formação no mesmo eixo tecnológico do curso, não lhe sendo exigida experiência prévia em coordenação de curso. As atribuições e demais procedimentos, devem estar em conformidade com o Regulamento da Organização Didático-Pedagógica (ODP) e Regimento interno do CREAD, em vigência.

3.2 PERFIL DO CORPO DOCENTE

As atribuições do corpo docente encontram-se descritas no Regulamento da Organização Didático-Pedagógica do IFTO e no Regulamento dos regimes de trabalho e atribuições dos Professores do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do IFTO, em vigência. Entretanto, é desejável que o corpo docente do curso seja composto por docentes com formação, preferencialmente, no mesmo eixo tecnológico do curso, com experiência ou pós-graduação em educação a distância. Para o curso proposto é adequado observar o perfil de formação acadêmica do docente para ministrar cada componente curricular que integra a grade curricular do curso.

3.3 PERFIL DO CORPO TÉCNICO ESPECIALIZADO

Para o desenvolvimento das atividades práticas do curso, o Centro de Referência em Educação a Distância conta com um quadro de servidores técnico-administrativos com a formação em graduação e pós-graduações *lato sensu* e *stricto sensu*. O corpo técnico do curso conta com um profissionais técnicos em diversas áreas como: Tecnologia da Informação (responsável pelo AVA e infraestrutura de tecnologias de informação e comunicação); Pedagogos (responsáveis por dar suporte pedagógico/andragógico na elaboração dos processos de ensino-aprendizagem);



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

técnico em assuntos educacionais (responsável por auxiliar nas atividades de ensino, planejamento, orientação, supervisionando e gestão); Assistente em administração (responsável pela administração das atividades rotineiras da unidade para o bom funcionamento dos setores em geral); Programação visual (responsável por desenvolver os vídeos, imagens e demais objetos de aprendizagem em conjunto com os demais profissionais envolvidos no processo de ensino-aprendizagem); além de outros profissionais que atuam como suporte às atividades pedagógicas nos diversos setores, como CORES (Coordenação de Registros Escolares), Comunicação e Tutoria.

3.4 PERFIL DO COLEGIADO DE CURSO

O Colegiado de Curso será composto por todos os atores diretamente relacionados ao curso, são eles: o Coordenador do Curso, como presidente, todos os professores que ministram componentes curriculares ofertados pelo curso em determinado módulo, todos os técnicos especialistas responsáveis pela infraestrutura a distância, como AVA e TIC; dois representantes das equipes de polo e seus respectivos suplentes, dois estudantes do curso e seus respectivos suplentes e um representante da equipe pedagógica e seu respectivo suplente. O funcionamento do Colegiado de Curso, bem como suas atribuições, será regulamentado em ato normativo complementar e de acordo com a ODP vigente dos cursos técnicos a distância do IFTO para o Instituto Federal do Tocantins.

3.5 DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE)

Não se aplica aos cursos técnicos.

4. DOS AMBIENTES E EQUIPAMENTOS

4.1 SALA DE PROFESSORES

A sala de apoio às atividades de professores é um espaço compartilhado de 35 metros quadrados onde outros servidores também trabalham. A sala conta com 2



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

aparelhos de ar condicionado de 18.000BTUs, 6 estações de trabalho com mesa, cadeira e computador, 3 armários e mesa redonda para reuniões. Fica localizada no prédio da Reitoria, 2º andar, na Avenida Joaquim Teotônio Segurado Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 01, Lote 08, Plano Diretor Sul. 77.020-450 Palmas - TO. Além desse espaço administrativo, os professores deverão utilizar o espaço de estúdio devidamente preparado e equipado com recursos audiovisuais e pessoal de apoio técnico sempre que estiverem ministrando suas componentes curriculares. Para tanto, deverá ser realizado agendamento para utilização do espaço.

4.2 SALA DA COORDENAÇÃO DE CURSO

A sala de apoio às atividades dos coordenadores é um espaço compartilhado de 35 metros quadrados onde outros servidores também trabalham. A sala conta com 2 aparelhos de ar condicionado de 18.000BTUs, 6 estações de trabalho com mesa, cadeira e computador, 3 armários e mesa redonda para reuniões. Fica localizada no prédio da Reitoria do IFTO, 2º andar, na Avenida Joaquim Teotônio Segurado Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 01, Lote 08, Plano Diretor Sul. 77.020-450 Palmas - TO.

4.3 SALAS DE AULA

Nos polos de apoio presencial, as salas de aulas compreendem ambientes equipados com computadores conectados à Internet, bem como estrutura para as teleaulas, sendo: TV ou projetor multimídia, mesas e cadeiras para tutor/coordenador e mesas escolares, nas quais seja possível alternar os braços para atender a demanda de estudantes canhotos. Toda a estrutura dos polos deve estar disponível aos estudantes em turnos variados, pronto às demandas dos cursos ofertados pelo CREAD.

4.4 AMBIENTES DIDÁTICOS ESPECIALIZADOS

O ambiente didático especializado está preparado para a modalidade de ensino a distância via tecnologias de informação e comunicação especificamente com o uso de banda larga de alta velocidade para uso intensivo em plataformas de ensino no prédio



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

da Reitoria do IFTO, 2º andar situado à Avenida Joaquim Teotônio Segurado Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 01, Lote 08, Plano Diretor Sul. 77.020-450 Palmas - TO. Neste mesmo local, há ainda, espaços planejados para o uso de tecnologia e metodologia empregada exclusivamente para aulas telepresenciais, nesse caso, dois estúdios para gravação e transmissão de aulas ao vivo. A estrutura conta com tecnologia apropriada para gravação de aulas técnicas, tutoriais, objetos de aprendizagens interna e externa, sendo fora da estrutura física do estúdio com capacidade técnica para gravações *in loco* da prática profissional, se for o caso, bem como entrevistas, enquetes e vídeos institucionais.

4.5 BIBLIOTECA

Além da estrutura física dos polos de apoio presencial nos municípios, os estudantes do IFTO têm acesso gratuito ao SOPHIA, que é uma plataforma de gestão de biblioteca projetada para fornecer aos usuários um sistema seguro e integrado para organização do acervo, gestão de empréstimo, consultas e renovações. Para utilizá-lo, basta que o estudante tenha acesso a Internet, matrícula ativa e siga as instruções de cadastramento disponíveis no Portal do IFTO.

4.6 REFEITÓRIO

Não se aplica.

4.7 ESPAÇO DE VIVÊNCIA DISCENTE

Não se aplica.

4.8 AMBIENTE DE ACESSO A TICs

Para suporte a atividade colaborativa nos cursos ofertados, seja na modalidade telepresencial ou via plataforma de ensino, o ambiente de acesso às TICs é equipado com a seguinte estrutura: no CREAD, cuja estrutura é disponibilizada a docentes, coordenadores e mediadores, soma-se às tecnologias de informação, uma sala de reunião equipada com 8 computadores, espaço para o uso de notebooks, mesas,



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

cadeiras e internet banda larga disponível para o uso dos coordenadores; nos polos de apoio presencial, que são equipados com computadores conectados à Internet, mesa de estudo, bem como estrutura para as teleaulas, sendo: TV ou projetor multimídia ligado a uma antena e receptor de satélite e carteiras para assistirem às aulas. Toda a estrutura dos polos deve estar disponível aos estudantes em turnos variados, pronto às demandas dos cursos ofertados pelo CREAD.

5. DO APRIMORAMENTO CONTÍNUO DO PROJETO DE CURSO

Ao final de cada semestre letivo, a Coordenação de Curso deverá atuar ao processo principal do PPC, os seguintes relatórios:

5.1 RELATÓRIO SOBRE ACESSO ESTUDANTIL

- ☐ Apresentar quantitativo de interessados, candidatos e aprovados.
- ☐ Apresentar quantitativo de ingressantes por outros meios diferentes do vestibular;
- ☐ Apresentar grau de satisfação pelo serviço prestado aos estudantes ingressantes (conforme instrumento utilizado pela CPA, descrevendo as estratégias de saneamento para os possíveis apontamentos negativos).

5.2 RELATÓRIO SOBRE PERMANÊNCIA ESTUDANTIL

- ☐ apresentar a média de desempenho dos estudantes da(s) turma(s);
- ☐ Apresentar panorama de solicitações de aproveitamento e proficiência, indicando os respectivos editais ou previsão em calendário;
- ☐ Apresentar a quantidade, o título, os autores e o veículo de todos os artigos publicados ao longo do semestre, quando houver;
- ☐ Apresentar relação de projetos (ensino, pesquisa ou extensão) nos quais os estudantes do curso eventualmente estejam participando como colaboradores;



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

- ☐ Apresentar relação de visitas técnicas realizadas no decorrer do(s) módulo(s) ofertado(s);
- ☐ Apresentar registro de ocorrência de indisciplina, quando houver;
- ☐ Apresentar grau de satisfação pelo serviço prestado aos estudantes em curso (conforme instrumento utilizado pela CPA ou instrumento próprio do CREAD, descrevendo as estratégias de saneamento para os possíveis apontamentos negativos).

5.3 RELATÓRIO SOBRE ÊXITO ESTUDANTIL

- ☐ Apresentar o número absoluto de estudantes matriculados, concluintes, e evadidos e desistentes do curso;
- ☐ Apresentar o percentual de concluintes em relação ao número de matriculados;
- ☐ Apresentar a quantidade, o título, o autor e o orientador de todos os projetos integradores apresentados ao final de cada módulo, com link para o trabalho disponível digitalmente em repositório institucional;
- ☐ Apresentar grau de satisfação pelo serviço prestado aos estudantes concluintes (conforme instrumento utilizado pela CPA, ou instrumento próprio do CREAD, descrevendo as estratégias de saneamento para os possíveis apontamentos negativos).

5.4 RELATÓRIO SOBRE A FORMAÇÃO CONTINUADA DO CORPO DOCENTE E TÉCNICO ESPECIALIZADO

- ☐ Apresentar as capacitações realizadas pelo corpo docente e técnico, fazendo referência aos tutores dos polos de apoio presencial.

5.5 RELATÓRIO SOBRE INFRAESTRUTURA

- ☐ Apresentar melhoramentos realizados na infraestrutura.



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

REFERÊNCIA

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Portal da Legislação: Leis Ordinárias. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 30 de julho de 2023.

_____. **Lei nº 11.892, de 28 de dezembro de 2008**. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Portal da Legislação: Leis Ordinárias. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm. Acesso em: 05 de agosto de 2023.

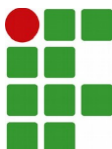
_____. Conselho Nacional de Educação; Câmara de Educação Básica. **Resolução CNE/CEB nº 3/2018, de 21 de novembro de 2018**. Atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio. Brasília: 2018b. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/novembro-2018-pdf/102481-rceb003-18/file#:~:text=OBJETO-,Art.,Par%C3%A1grafo%20%C3%BAnico>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

_____. **Resolução CNE/CP Nº 2, de 15 de junho de 2012**. Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos. 2012. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECPN22012.pdf?query=CURRICULO. Acesso: 30 de julho de 2023.

_____. Conselho Nacional de Educação; Câmara de Educação Básica. **Resolução CNE/CP Nº 2, de 15 de junho de 2012**. Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental. Brasília: 2012. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/rcp002_12.pdf. Acesso em: 30 de julho de 2023.

_____. Conselho Nacional de Educação; Conselho Pleno. **Resolução CNE/CP nº 1/2021, de 5 de janeiro de 2021**. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Brasília: 2021. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/novembro-2018-pdf/102481-rceb003-18/file#:~:text=OBJETO-,Art.,Par%C3%A1grafo%20%C3%BAnico>. Acesso em: 30 de julho de 2023.

BRASIL. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins. **Resolução nº 34/2013/CONSUP/IFTO, de 20 de junho de 2013**. Dispõe sobre Organização Didático-Pedagógica dos Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio a Distância do IFTO e dá outras providências [2013]. Disponível em: <http://www.ifto.edu.br/ifto/colegiados/consup/documentos-aprovados/regulamentos/cursos-tecnicos/regulamento-odp-cursos-tecnicos-ead-ifto-2edicao.pdf>. Acesso em: 04 de Ag de 2023.



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

BRASIL. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins. **Resolução n.º 62/2020/CONSUP/IFTO, de 11 de novembro de 2020.** Dispõe sobre as Diretrizes Curriculares Institucionais para os Cursos Técnicos de Nível Médio (DCI-tec). Disponível em: <http://www.ifto.edu.br/ifto/colegiados/consup/documentos-aprovados/diretrizes-curriculares-institucionais/resolucao-62-2020-consup-ifto.pdf/view>. Acesso em: 04 de agosto de 2023.

BRASIL. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins. **Resolução n.º 63/2020/CONSUP/IFTO, de 11 de novembro de 2020.** Dispõe sobre os procedimentos para criação, implantação, execução, alteração e encerramento de cursos de qualificação profissional, técnicos de nível médio, de graduação e de pós-graduação no âmbito do Instituto Federal do Tocantins. Disponível em: <http://www.ifto.edu.br/ifto/colegiados/consup/documentos-aprovados/procedimentos-institucionais-para-gestao-de-cursos-do-ifto/resolucao-63-2020-consup-ifto.pdf/view>. Acesso em: 31 de julho de 2023.

BRASIL. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins. **Resolução n.º 64/2020/CONSUP/IFTO, de 11 de novembro de 2020.** Dispõe sobre os Modelos Referenciais de Organização do Tempo, Carga Horária e Currículo Mínimo para os cursos técnicos de nível médio. Disponível em: <http://www.ifto.edu.br/ifto/colegiados/consup/documentos-aprovados/guia-de-apresentacao-dos-modelos-referenciais-de-tempo-carga-horaria-e-curriculo-minimo-para-os-cursos-tecnicos-de-nivel-medio/resolucao-64-2020-consup-ifto.pdf/view>. Acesso em: 31 de julho de 2023.

TOCANTINS. Secretaria de Comunicação. **Tocantins fechou o primeiro semestre de 2023 com um saldo positivo** de 8.424 de empregos. Disponível: <https://www.to.gov.br/secom/noticias/tocantins-fechou-o-primeiro-semester-de-2023-com-um-saldo-positivo-de-8424-de-empregos/iv0mutqglp7>. Acesso em 15 de agosto de 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.** 2023. Disponível em: <https://ces.ibge.gov.br/base-de-dados/metadados/mte/cadastro-geral-de-empregados-e-desempregados-caged.html>. Acesso em 15 de agosto de 2023.

TOLEDO, C. (2022). Estimativa de crescimento do PIB do Tocantins em 2022 é de 6,1%, aponta BB; desempenho é o 2º melhor do País. Coluna do CT On line. Disponível em: <https://clebertoledo.com.br/negocios/estimativa-de-crescimento-do-pib-do-tocantins-em-2022-e-de-61-aponta-bb-desempenho-e-o-2o-melhor-do-pais/#:~:text=Aldemar%20Ribeiro%2FSecom>). Acesso em 15 de Agosto de 2023.



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

APÊNDICE A - MATRIZ CURRICULAR DO CURSO

COMPONENTES CURRICULARES		HORA/ AULA	HORA/ RELÓGIO	CARGA HORÁRIA			
				PRES	NÃO PRES.	TEÓRICA (%)	PRÁTICA (%)
Módulo I	Ambientação em EAD	40	30	6	24	40	60
	Fundamentos de Marketing	80	60	12	48	80	20
	Comportamento do Consumidor	40	30	6	24	80	20
	Estatística Aplicada ao Marketing	40	30	6	24	80	20
	Inovação e Criatividade	40	30	6	24	60	40
	Direito do Consumidor	40	30	6	24	80	20
	Organização Empresarial	80	60	12	48	60	40
	Informática Aplicada ao Marketing	80	60	12	48	20	80
	Projeto Integrador 1	120	90	18	72	40	60
	Total de Carga Horária Módulo I: 420 horas						

COMPONENTES CURRICULARES		HORA/ AULA	HORA/ RELÓGIO	AULAS			
				PRES	NÃO PRES.	TEÓRICA (%)	PRÁTICA (%)
Módulo II	Promoção do Produto e Gestão de Vendas	80	60	12	48	80	20
	Planejamento de Marketing	80	60	12	48	40	60
	Comunicação de Marketing	80	60	12	48	40	60
	Empreendedorismo	40	30	6	24	60	40



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

	Responsabilidade Social e Ambiental	40	30	6	24	80	20
	Marketing Digital	80	60	12	48	20	80
	Projeto Integrador 2	120	90	18	72	20	80
	Total de Carga Horária Módulo II: 390 horas						

CARGA HORÁRIA TOTAL	1000	810	102	040	34,3	43,7
----------------------------	------	-----	-----	-----	------	------

CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	810h
-------------------------------------	------



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

APÊNDICE B - EMENTÁRIO

Com o propósito de formar um sujeito competente que sabe (conhecimento), que sabe fazer (habilidades) e tem atitudes e valores, alguns aspectos desejáveis aos estudantes devem ser trabalhados ao longo do curso, por meio de mecanismos didático-pedagógicos que contribuam na construção de um sujeito crítico, reflexivo e autônomo. Capaz de ser protagonista de sua própria vida e, responsável por suas escolhas. Tais aspectos seguem apresentados em três perspectivas: epistemológica, cognitiva comportamental e subjetiva-emocional.

Na perspectiva epistemológica, devem ser trabalhados aspectos voltados à temporalidade de modo que o estudante aprenda como gerir seu tempo em favor do cumprimento de metas e atividades propostas; integração e interdisciplinaridade para que saibam utilizar bases científicas na compreensão de objetos de pesquisa e análise, utilizando métodos, recursos, dados e teorias científicas de múltiplas áreas para resolver problemas; indagação de forma contextualizada as informações, discursos, atitudes, fatos, saberes e conhecimentos, de acordo com o pensamento complexo e a dinâmica social da modernidade fluida, para falsear ou confirmar hipóteses científicas, ampliando o caráter experimental do ambiente escolar, dando lógica e sentido ao aprendizado teórico; e abordagem formativa em detrimento da visão informativa sem conexão aos problemas reais.

Na perspectiva cognitiva-comportamental devem ser trabalhados os aspectos de autoconfiança dos estudantes por meio de ações positivas para enfrentar dificuldades e desafios do mundo do trabalho e da vida; omnilateralidade que lhe dê condições de compreender o todo; resiliência como capacidade psicológica de se adaptar às circunstâncias em eventos adversos; interpessoalidade para fazer alusão ao trabalho em equipe (ou espírito de equipe); interdisciplinaridade como capacidade de desenvolver relações e trabalhos que promovam a troca de informações; proatividade em busca de fazer acontecer; empreendedorismo e inovação para promover a transformação social por meio do trabalho criativo; sustentabilidade e consciência ambiental para reconhecer



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

os impactos da atuação do homem nos recursos naturais; conhecimento de si mesmo para lidar com as próprias emoções e sentimentos, ampliando essa característica para o meio em que vive.

A terceira perspectiva caracteriza a subjetividade e emoção em que devem ser abordados os aspectos de criticidade favorecendo o posicionamento crítico do estudante diante do que aprende no decorrer do itinerário formativo com consciência de que as suas ações impactam o perfil de formação e a sociedade; ética nas relações pessoais e profissionais, agindo com compromisso, responsabilidade e profissionalismo diante das situações; relacionamento interpessoal trabalhando a autonomia intelectual no que diz respeito a capacidade de interação e expressão em detrimento ao isolamento social, estabelecendo relações cooperativas; respeito, tolerância, consciência e empatia, respeitando as diferenças, a pluralidade de ideias, a diversidade cultural, de gênero, de orientação sexual, raça e crença; adaptabilidade e flexibilidade para fazer inferência a saber adaptar-se diante das necessidades, situações e circunstâncias; resiliência em busca da pessoa emocionalmente feliz, aprendendo a lidar com as próprias emoções e usá-las em benefício próprio, neutralizar as emoções negativas (que gera comportamento destrutivo) e potencializar as positivas (que produz resultados desejados); e altruísmo na perspectiva de sair do próprio mundo e ir em direção ao mundo do outro.

Somam-se, por fim, outras atitudes e valores que se relacionam indiretamente às três perspectivas apresentadas acima, sendo elas: eficiência, visão holística, expertise na área, solidariedade, organização, comunicação, heterogeneidade, humanidade, honestidade, colaboração, liderança, independência, excelência, estética, pluralidade de ideias e economicidade.





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Ambientação em EAD				
Módulo:	I	CH presencial	6	CH Teórica (%):	60
CH Total (horas):	30	CH não presencial	24	CH Prática (%):	40
HABILIDADES					
Compreender as concepções de EaD utilizadas no curso Pesquisar e reconhecer elementos textuais da legislação sobre EaD. Empregar a legislação de EaD Identificar os principais atores do seu curso Reconhecer e utilizar as principais ferramentas do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) Interagir e cooperar utilizando o AVA Desenvolver autodidatismo para se organizar melhor sozinho Empregar estratégias para gerenciar o tempo de estudo Acessar diferentes tipos de objetos de aprendizagem.					
CONTEÚDOS					
Acesso e Navegação no Ambiente Virtual de Aprendizagem. Acessar conteúdos, textos, imagens e vídeos através do AVA. Realizar atividades e enviar arquivos no AVA. Diversificação dos objetos de ensino-aprendizagem. Acessar fóruns, chats, mensagens no AVA e notas do curso. Concepção, história e legislação em EaD.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	MACHADO, Dinamara Pereira. Educação a distância fundamentos, tecnologias, estrutura e processo de ensino e aprendizagem . 1. ed. Editora Érica, 2015. MOORE. Michael G.; KEARSLEY, Greg. Educação a distância: sistemas de aprendizagem on-line . 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.				
COMPLEMENTAR	BENTO, D. A produção do material didático para EaD . São Paulo: Cengage, 2017. DA SILVA, Robson Santos. Ambientes virtuais e multiplataformas online na EAD: didática e design tecnológico de cursos digitais . Novatec Editora, 2015.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Fundamentos de Marketing				
Módulo:	I	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	80
CH Total (horas):	60	CH EAD	48	CH Prática (%):	20
HABILIDADES					
Conhecer a base teórica e conceitual do marketing, assim como suas funções. Identificar a segmentação de mercado e estratégias de exploração dos segmentos. Ter noções básicas do composto de marketing. Realizar captação de oportunidades de marketing no cotidiano social.					
CONTEÚDOS					
Definição e conceituação de Marketing. Noções básicas do composto de marketing. Funções de Marketing. O ambiente de Marketing. Segmentação de mercado: Critérios para Segmentação, Tipos de Segmentação, Níveis de Segmentação de Mercado. Mercados e Teorias de Demanda: Tarefas Básicas do Marketing, Tipos de Mensuração de Demanda, Previsão de Vendas e Demanda. Stakeholders (partes interessadas).					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	COBRA, M. Administração de marketing no Brasil . Rio de Janeiro: Campus, 2009. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Introdução ao Marketing . Rio de Janeiro: LTC, 2000. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing . 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.				
COMPLEMENTAR	DIAS, S. R. Gestão de marketing . São Paulo: Saraiva, 2011. FREITAS FILHO, F. L. Gestão da inovação . São Paulo: Atlas, 2013. URDAN, F. T.; URDAN, A. Gestão do composto de marketing . São Paulo: Atlas, 2013. PETER, J. Paul. Marketing : criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2003.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Comportamento do consumidor				
Módulo:	I	CH Presencial	6	CH Teórica (%):	80
CH Total (horas):	30	CH EAD	24	CH Prática (%):	20
HABILIDADES					
Compreender o comportamento do consumidor como parte de um processo para a aquisição de produtos e serviços. Desenvolver estratégias de marketing com a finalidade de potencializar a captação de clientes.					
CONTEÚDOS					
O consumidor como tomador de decisões. Modelo de comportamento do consumidor. Influências internas e externas. Fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Aplicações em estratégias de marketing. Processo de decisão de compra. Comportamento pós - compra e a importância da gestão do relacionamento com o cliente. Tendências em comportamento dos consumidores.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	CHURCHILL, Gilbert. A.; PETER, Paul J. Marketing : criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000. GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda . São Paulo: EPU, 2003. HAWKINS, D. I.; MOTHERSBAUGH, D. L. Comportamento do consumidor : construindo a estratégia de marketing. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019. SOLOMON, M. Comportamento do Consumidor : Comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre, Bookman, 11ª edição, 2016.				
COMPLEMENTAR	MIGUELES, C. (Org.). Antropologia do consumo : casos brasileiros. Rio de Janeiro: FGV, 2007. LIMEIRA, T. M. V. Comportamento do consumidor brasileiro . São Paulo: Saraiva, 2008. SHETH, J. N; MITTAL, B; NEWMAN, B. I. Comportamento do Cliente : indo além do comportamento do consumidor; São Paulo: Atlas, 2001.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Estatística Aplicada ao Marketing				
Módulo:	I	CH Presencial	6	CH Teórica (%):	80
CH Total (horas):	30	CH EAD	24	CH Prática (%):	20
HABILIDADES					
Compreender a aplicação da estatística na área do marketing. Analisar dados numéricos que fomentem informações relevantes para tomada de decisões.					
CONTEÚDOS					
Noções básicas de probabilidade. Conceitos introdutórios de estatística para a área do Marketing: medidas de tendência. Análise de relatórios estatísticos que possam fornecer elementos para auxiliar a tomada de decisões na área do marketing. Tabulação de dados oriundos de pesquisas de marketing.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	LEVIN, J. FOX, J. A. FORDE, D. R. Estatística para Ciências Humanas . 11ª Ed. São Paulo: Pearson, 2012. MANN, Prem S. Introdução à Estatística . 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015 LARSON, Ron; FARBER, Elizabeth. Estatística aplicada . 4ª. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010. xiv, 637 p.				
COMPLEMENTAR	RUMSEY, D. Estatística para Leigos . Rio de Janeiro: Alta Books, 2016. CRESPO, Antônio Arnot. Estatística Fácil . São Paulo – Editora Saraiva – 2009 – 19ª edição. NOVAES, D. V. COUTINHO, C. Q. S. Estatística para Educação Profissional e Tecnológica . 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2013.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Inovação e Criatividade				
Módulo:	I	CH Presencial	6	CH Teórica (%):	60
CH Total (horas):	30	CH EAD	24	CH Prática (%):	40
HABILIDADES					
Conhecer a teoria e executar trabalhos com inovação. Identificar e reconhecer as etapas do processo criativo. Estimular o desenvolvimento de uma cultura de inovação como parte das competências centrais de uma organização. Desmistificar o conceito de Criatividade como um dom e apontar caminhos para desenvolver esse talento e transformá-lo numa habilidade. Conceber e projetar soluções criativas, desejáveis e viáveis, técnica e economicamente, nos contextos em que serão aplicadas.					
CONTEÚDOS					
Conceitos sobre a criatividade. Inovação: conceitos e principais modelos. Contextualização do setor de criação. Relevância da criatividade e da inovação. Os processos de criação e desenvolvimento de produtos e peças publicitárias. Processo criativo. Características individuais e influências sociais e criatividade. Barreiras à manifestação criativa no ambiente de trabalho. Cultura e clima organizacionais e comportamento criativo. Técnicas para estimular a criatividade. A criação e as novas tecnologias/novas mídias e produtos.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	PREDEBON, José. Criatividade . São Paulo: Atlas, 2008 ALENCAR, E.M.L.S. A gerência da criatividade . São Paulo: Makron Books, 1996. BRUNO-FARIA, M. F., ALENCAR, E. M. L.S. Estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho . Revista de Administração, v. 2, n. 31, p. 50-61, 1996.				
COMPLEMENTAR	WESCHSLER, Solange M. <i>et al.</i> Da criatividade à inovação . Campinas: Papirus, 2009. SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z . Rio de Janeiro: Campus, 2003.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Direito do consumidor				
Módulo:	I	CH Presencial	6	CH Teórica (%):	80
CH Total (horas):	30	CH EAD	24	CH Prática (%):	20
HABILIDADES					
Conhecer os direitos e deveres dos consumidores. Entender a relação de consumo, formada por consumidores e fornecedores de produtos e serviços. Analisar a estrutura dos direitos do consumidor. Desenvolver o raciocínio analítico e crítico.					
CONTEÚDOS					
Introdução ao Direito do Consumidor. Código de Defesa do Consumidor: contexto social, econômico, meio ambiente e direitos humanos e relações étnico-raciais; Responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto e do serviço. A proteção contratual no Código de Defesa do Consumidor. Defeito do produto/serviço. As práticas abusivas no mercado de consumo. Excludentes da responsabilidade civil no CDC. O acesso à justiça e o código de defesa do consumidor. Principais regras sobre as Práticas Comerciais – Oferta e Publicidade.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	ALMEIDA, João Batista de. Manual de Direito do Consumidor . São Paulo: Saraiva, 2005. Marques, Cláudia Lima. Comentários ao código de defesa do consumidor . São Paulo: RT, 2003. NUNES, Luiz Antonio Rizzato. Curso de Direito do Consumidor . 4ed. São Paulo: Saraiva, 2009.				
COMPLEMENTAR	BARBOSA, Fernanda Nunes. Informação: direito e dever nas relações de consumo . São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. GRINOVER, Ada Pellegrini <i>et al.</i> Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto . Vol. 1. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Organização Empresarial				
Módulo:	I	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	60
CH Total (horas):	60	CH EAD	48	CH Prática (%):	40
HABILIDADES					
Identificar os processos mais comuns das organizações. Ter uma visão sistêmica das organizações empresariais. Conhecer e aplicar os diversos tipos de reorganização societária. Organizar e estruturar departamentos, processos e atividades. Assimilar a importância do fluxo das atividades administrativas nas organizações. Compreender a classificação das organizações e a função desempenhada por cada uma delas.					
CONTEÚDOS					
Tipos de empresas e estruturas organizacionais. Funções básicas de uma organização. Estrutura Organizacional. Organogramas funcionais. Processos de Produtos e Serviços. Feedback. Hierarquia das Necessidades Humanas. Departamentalização. Ambiente Organizacional. Cultura Organizacional. O que é gerenciar. Características de uma gestão eficaz.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração . 9. ed. Barueri, SP: Manole, 2014. KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing . 14. ed. São Paulo: Pearson do Brasil, 2012. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas, organização & métodos . São Paulo: Atlas, 2009.				
COMPLEMENTAR	HALL, Richard H. Organizações: estruturas, processos e resultados . São Paulo: Person, 2004. SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão . 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2012.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Informática Aplicada ao Marketing				
Módulo:	I	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	20
CH Total (horas):	60	CH EAD	48	CH Prática (%):	80
HABILIDADES					
Conhecer as principais ferramentas básicas computacionais de apoio ao trabalho organizacional e pessoal e as aplicações de softwares para editoração de texto, planilha eletrônica, apresentações de slides e navegação pela Internet para o desenvolvimento de pesquisa e tarefas.					
CONTEÚDOS					
Introdução a informática básica: Noções de hardware e software. Conceitos básicos de sistema operacional. Gerenciamento de pastas e arquivos. Painel de controle. Principais aplicativos. Configurações básicas. Processador de textos: edição e formatação de textos e tabelas, inserção e formatação de imagens. Planilha eletrônica: edição, formatação de planilhas, inserção de fórmulas e gráficos. Programa de apresentação: elaboração e criação de apresentações. Animações de slides. Noções de utilização de internet: Pesquisa de conhecimento. Criação de e-mail. Funcionamento das plataformas de redes sociais online. Criação e manipulação de formulário on-line. Ferramentas de organização de compromissos. Envio de correspondência de Marketing usando mala direta. Armazenamento em nuvem e edição de documentos on-line.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	BARRIVIERA, R.; OLIVEIRA, E. D. Introdução à Informática . Curitiba: Editora LT, 2012. CORNACHIONE JR, E. B. Informática : para as áreas de contabilidade, administração e economia: livro de exercícios. São Paulo: Atlas, 2000. MANZANO, A. L.; MANZANO, M. I. Estudo dirigido de Microsoft Office Word 2007. 2.ed. São Paulo: Érica, 2010. 176 p.				
COMPLEMENTAR	ADAS, E.; GALVÃO, J. Super apresentações : como vender ideias e conquistar audiências. 1. ed. São Paulo: Panda Books, 2011. 183 p. FERREIRA, Maria Cecília. Informática Aplicada - Módulo Eixos - Informação e Comunicação. 3ª Ed. São Paulo: Érica-Saraiva, 2017. RAMOS, A. A. Excel Básico . São Paulo: SENAI-SP, 2013.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Projeto integrador I				
Módulo:	I	CH Presencial	18	CH Teórica (%):	40
CH Total (horas):	90	CH EAD	72	CH Prática (%):	60
HABILIDADES					
Integrar e aplicar os conceitos e habilidades das unidades curriculares deste módulo; Identificar e utilizar ferramentas no desenvolvimento das atividades com aumento de produtividade; Apresentar resultados de forma oral, escrita e científica; Trabalhar em equipe, reconhecer papéis e distribuir atribuições; Reconhecer problemas e propor soluções; Sistematizar o desenvolvimento de solução para problema do contexto em que vive.					
CONTEÚDOS					
Análise de contexto local ou regional na busca por problema a ser solucionado; Ferramentas, técnicas e tecnologias para auxiliar no desenvolvimento da solução de um problema; e Princípios de gestão de projetos com abordagem aos conceitos de equipes, papéis, cliente, usuário, tempo e recursos					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	A Definir conforme problema a ser solucionado e estratégias para desenvolver a solução.				
COMPLEMENTAR	A Definir conforme problema a ser solucionado e estratégias para desenvolver a solução.				



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.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
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Promoção do Produto e Gestão de Vendas				
Módulo:	II	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	80
CH Total (horas):	60 h	CH EAD	48	CH Prática (%):	20
HABILIDADES					
Criar campanhas de promoção de vendas para o aumento do volume de vendas e comercialização do produto. Fazer uso dos elementos do composto promocional e das técnicas de exposição de produtos. Identificar os processos de promoção e gestão de vendas. Compreender os benefícios da gestão estratégica de vendas.					
CONTEÚDOS					
Estratégia e práticas de preços. Tendências e oportunidades para os tipos de comércio. Layout, design, merchandising de loja e exposição de produtos. Conceitos básicos de vendas. Tipos de vendas. Instrumentos de vendas. Planejamento de vendas: Objetivos e Estratégias e Controle da qualidade em vendas. Vendas de produtos. Vendas de serviços. Conceitos básicos de promoção. Tipos de promoção. Estratégias de persuasão.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	CHIAVENATO, I. Gestão de vendas : uma abordagem introdutória: transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas 3. ed. – Barueri, SP : Manole, 2014. CHIAVENATO. I. Iniciação a administração de vendas . São Paulo: Makron Books, 1991. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Técnicas de Vendas : como vender e obter bons resultados. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2004. LAS CASAS, Alexandre L. Administração de vendas . São Paulo: Atlas, 2005.				
COMPLEMENTAR	PERRY, Bill; FORD, Lisa; MCNAIR, David. O excepcional atendimento ao cliente . São Paulo: Edicta, 2005. HOPKINS, T. Vendas para leigos . 3.ed. RJ: Alta Books, 2014. (Caps. 4 a 6) SHIMP, Terence A. Propaganda e Promoção : aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. Porto Alegre: Editora Bookman, 2002				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Planejamento de Marketing				
Módulo:	II	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	40
CH Total (horas):	60	CH EAD	48	CH Prática (%):	60
HABILIDADES					
Desenvolver, implementar e acompanhar o planejamento de marketing. Analisar, estrategicamente, os fatores exteriores e os desafios existentes na concepção de um plano de marketing. Desenvolver uma visão sistêmica a respeito do planejamento do plano estratégico de marketing. Definir estratégias e ações mercadológicas a partir das informações obtidas					
CONTEÚDOS					
Análise do mercado. Análise do ambiente. Segmentação do mercado. Definição do público-alvo. Conceitos Gerais do Planejamento de Marketing. Etapas do planejamento de marketing. Elaboração de cenários, diagnóstico e controle, necessários para o planejamento estratégico da organização. Tendências do Planejamento de Marketing. Aplicação e apresentação de Plano de Marketing. Identificação de oportunidades. Marketing estratégico. Marketing tático. Ação e controle de marketing. Determinação do orçamento. Projeção de vendas e lucros. Implementação e Controle.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	CAMPOMAR, M. C., IKEDA, A. A. O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo. São Paulo: Saraiva, 2006. SAMPAIO, Rafael; MAGALHÃES, Marcos Felipe. Planejamento de Marketing . 1ª ed. São Paulo: Pearson, 2007. CAMPOMAR, Marcos Cortez. Planejamento de Marketing e a confecção de planos . Saraiva ebooks, 2014.				
COMPLEMENTAR	LAS CASAS, Alexandre. Plano de marketing para micro e pequenas empresas . 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011. AMBRÓSIO, V. Plano de marketing : um roteiro para ação. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2012. CHURCHILL, Gilbert A.; PERTER, J. Paul. Marketing : criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Comunicação de Marketing				
Módulo:	II	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	40
CH Total (horas):	60	CH EAD	48	CH Prática (%):	60
HABILIDADES					
Desenvolver ações voltadas para a comunicação integrada de marketing, especificamente, da Propaganda, Publicidade, Promoção de Vendas e Relações Públicas. Distinguir as ferramentas de comunicação mercadológica e suas aplicações. Selecionar ferramentas para a comunicação mercadológica.					
CONTEÚDOS					
Conceitos relativos à Comunicação de Marketing. O processo para o desenvolvimento de uma comunicação eficaz. Comunicação Integrada de Marketing (CIM). Propaganda. Publicidade. Promoção de Vendas. Relações Públicas. Venda pessoal. Merchandising. Marketing direto. Boca a boca. O processo para o desenvolvimento de uma comunicação eficaz. Comunicação organizacional.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	E AUPP, Roberto; CAMPANA FILHO, Carlos; PINTO, Nayra Assad. Estratégias de comunicação em marketing . 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2014 OGDEN, J. R. Comunicação Integrada de Marketing . São Paulo: Prentice Hall, 2002. PINHEIRO, D.; GULLO, J. Comunicação Integrada de Marketing : gestão dos elementos de comunicação – suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. São Paulo: Atlas,				
COMPLEMENTAR	LUPETTI, M. Gestão estratégica da comunicação mercadológica : planejamento. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012. ONA, N. C. Publicidade e propaganda da agência à campanha . São Paulo: InterSaberes, 2012. CESCA, C. G. G. Relações Públicas para Iniciantes . São Paulo: Summus, 2012.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Empreendedorismo				
Módulo:	II	CH Presencial	6	CH Teórica (%):	60
CH Total (horas):	30	CH EAD	24	CH Prática (%):	40
HABILIDADES					
Entender ação empreendedora. identificar tendências e oportunidades. Identificar as principais características de um empreendedor. Compreender o que é um negócio e o dinâmico ambiente no qual estão inseridos os empreendimentos. Desenvolver e avaliar um Plano de Negócios. Auxiliar na implementação das diferentes estratégias para viabilização do negócio.					
CONTEÚDOS					
Conceitos de Empreendedorismo e Empreendedor. Perfil do empreendedor. Oportunidades de Negócios. Desenvolvendo a ideia de negócio. Elaboração dos planos de negócios. Análise do mercado. Dinâmica empresarial. Questões legais de Constituição da Empresa. Conceito de inovação e a sua importância para o negócio. <i>Startups</i> . Empreendedorismo social e negócios socioambientais. Empreendedorismo nas redes sociais.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	BRIDI, João Vitor; SOUZA, Ozinil Martins de. Empreendedorismo . Indaial: Editora ASSELVI, 2005. CHIAVENATO, I. Empreendedorismo : dando asas do espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007. DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor . São Paulo: Cultura, 1999.				
COMPLEMENTAR	DORNELAS, J.C.A.; TIMMONS, J. A.; ZACHARAKIS, A.; SPINELLI, S. Planos de negócios que dão certo . Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2007. BRITO, Francisco. Empreendedores brasileiros : vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Responsabilidade Social e Ambiental				
Módulo:	II	CH Presencial	6	CH Teórica (%):	80
CH Total (horas):	30	CH EAD	24	CH Prática (%):	20
HABILIDADES					
Contribuir para a melhoria dos processos organizacionais, do bem-estar social e na criação de valor. Identificar os impactos e ações específicas na gestão socialmente responsável. Conhecer perspectivas e visões mais inclusivas e sustentáveis de desenvolvimento. Conhecer e desenvolver habilidades para utilizar ferramentas de gestão da sustentabilidade. Atuar com consciência de responsabilidade ambiental, social e cidadania.					
CONTEÚDOS					
Responsabilidade Social: histórico, conceitos e tendências. A função social das empresas, compromisso social e gestão empresarial. Instrumentos de Responsabilidade Social. Caracterização do conceito de meio ambiente. A questão socioambiental. Estudos de casos de referência nacional e internacional. Marketing Social; Balanço Social; Selos e Certificações em Responsabilidade Social das Empresas; Legislações relacionadas com a Responsabilidade Socioambiental; Projetos sociais. Atribuições que as empresas devem assumir para serem reconhecidas como socialmente e ambientalmente responsáveis. Dimensões do ecodesenvolvimento. Consumo e Marketing Verde.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável : da teoria à prática. São Paulo: Saraiva 2009. 230 p. ISBN 9788502075764. TENÓRIO, F. G. (org.). Responsabilidade social empresarial : teoria e prática. 2a. edição. Rio de Janeiro: Ed. da FGV, 2006. DIAS, Reinaldo. Gestão ambiental : responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Ed. Atlas, 2007.				
COMPLEMENTAR	SASSAKI, Romeu Kazumi. Inclusão : construindo uma sociedade para todos. 4. ed. Rio de Janeiro: WVA, 2002. 174 p. ALMEIDA, Fernando. O mundo dos negócios e o meio ambiente no século XXI. In: TRIGUEIRO, Andre (Org.). Meio ambiente no século XXI . Rio de Janeiro: Sextante, 2003. ANDRADE, Adriana e ROSSETTI, José Paschoal. Governança Corporativa : fundamentos, desenvolvimento e tendências. São Paulo, Atlas, 2007.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Marketing digital				
Módulo:	II	CH Presencial	12	CH Teórica (%):	20
CH Total (horas):	60	CH EAD	48	CH Prática (%):	80
HABILIDADES					
Conhecer os conceitos utilizados no marketing digital. Assimilar as tendências do marketing digital. Aplicar ferramentas e práticas de marketing. Entender a relevância das estratégias do marketing digital para as organizações. Assimilar as tendências do marketing digital e das mídias sociais.					
CONTEÚDOS					
Conceitos e fundamentos do marketing digital. Marketing Digital: relações com o mercado, tipos de consumidores digitais e ferramentas de comunicação no mundo digital. Estratégias de Marketing Digital: Marketing de Conteúdo, Marketing nas mídias sociais, E-mail Marketing, Marketing viral, Pesquisa on-line, Publicidade on-line, monitoramento. Planejamento, monitoramento e medição de resultados no marketing digital. Questões éticas, legais, de segurança e desafios do marketing digital. A persona no Marketing digital. Mix de Marketing digital: os 8 Ps do Marketing Digital: Pesquisa, Planejamento, Produção, Publicação, Promoção, Propagação, Personalização e Precisão. Gestão da marca em ambientes Web. Ética e legislação aplicada ao Marketing Web. Glossário do Marketing. O que são redes sociais e mídias sociais. Características, objetivos e benefícios das principais mídias sociais. Plataformas e sistemas para comércio eletrônico. Vendas por chat.					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	FAUSTINO, Paulo. Marketing Digital na Prática : Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. São Paulo, DVS Editora: 2019. VAZ, Conrado Adolpho. Os 8 Ps do Marketing Digital : o Seu Guia Estratégico de Marketing Digital. 1ª ed. São Paulo: Novatec, 2011. VASCO, Marques. Marketing Digital 360 . 1ª ed. Portugal: Actual Editora, 2015. TURCHI, S. R. Estratégias de marketing digital e e-commerce. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2018. GABRIEL, M. Marketing na era digital : conceitos, plataformas e estratégias, 2. ed. São Paulo: Atlas, 2020.				
COMPLEMENTAR	LIMA-CARDOSO, André. SALVADOR, Daniel O. SIMONIADES, Roberto. Planejamento de Marketing Digital : Como posicionar sua empresa em mídias sociais, blogs, aplicativos móveis e sites. Rio de Janeiro: Brasport Livros e Multimídia LTDA, 2015. SCOTT, David Meerman. Marketing e Comunicação na Era Digital : Fale diretamente com o cliente. Editora Évora, São Paulo: 2015. KANAANE, Roberto; RODRIGUES, Carlos Eduardo. Curso de marketing : cenários, estratégias e ferramentas. São Paulo: Atlas, 2016. STERNE, J. Métricas em mídias sociais . 2011. Editora: Nobel.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

EMENTA					
Unidade Curricular:	Projeto Integrador 2				
Módulo:	II	CH Presencial	18	CH Teórica (%):	20
CH Total (horas):	90	CH EAD	72	CH Prática (%):	80
Certificação Intermediária					
HABILIDADES					
Integrar e aplicar os conceitos e habilidades das unidades curriculares deste módulo; Identificar e utilizar ferramentas no desenvolvimento das atividades com aumento de produtividade; Apresentar resultados de forma oral, escrita e científica; Trabalhar em equipe, reconhecer papéis e distribuir atribuições; Reconhecer problemas e propor soluções; Sistematizar o desenvolvimento de solução para problema do contexto em que vive.					
CONTEÚDOS					
Análise de contexto local ou regional na busca por problema a ser solucionado; Ferramentas, técnicas e tecnologias para auxiliar no desenvolvimento da solução de um problema; e Princípios de gestão de projetos com abordagem aos conceitos de equipes, papéis, cliente, usuário, tempo e recursos					
BIBLIOGRAFIA					
BÁSICA	A Definir conforme problema a ser solucionado e estratégias para desenvolver a solução.				
COMPLEMENTAR	A Definir conforme problema a ser solucionado e estratégias para desenvolver a solução.				





Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Centro de Referência Em Educação À Distância

APENDICE C - PORTARIA DA COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PPC

023, 08:19

SEI/FTO - 2054559 - Portaria de Pessoal



Boletim de Serviço Eletrônico em

Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins
Reitoria

PORTARIA REI/IFTO Nº 809/2023, DE 12 DE JULHO DE 2023

A REITORA EM SUBSTITUIÇÃO DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS, nomeada pela Portaria REI/IFTO nº 768/2023, de 5 de julho de 2023, publicada no Diário Oficial da União de 6 de julho de 2023, seção 2, no uso de suas atribuições legais e regimentais, resolve:

Art. 1º Designar os servidores relacionados abaixo para, sob a presidência do primeiro, compor a comissão responsável pela elaboração do Projeto Pedagógico do Curso Técnico Subsequente em Marketing, na modalidade a distância, a ser ofertado pelo Centro de Referência de Educação a Distância do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins — IFTO, conforme segue:

Servidor	Matrícula Siape	Unidade
Kelinne de Oliveira Guimarães	2034507	Reitoria
Edineia Barros da Silva Campos	2197395	Campus Gurupi
Cintia Ribeiro de Souza	1880663	Campus Gurupi
Marcio de Lima Araújo	1751367	Reitoria

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Encaminhe-se à Diretoria de Gestão de Pessoas para providências.

ZEULINA BASTOS GOMES
Reitora em substituição do Instituto Federal do Tocantins



Documento assinado eletronicamente por Zeulina Bastos Gomes, Reitora em Substituição, em 12/07/2023, às 16:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

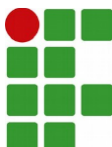


A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ifto.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador 2054559 e o código CRC 5BBE6416.

Avenida Joaquim Teotônio Segurado, Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul — CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.ifto.edu.br — reitoria@ifto.edu.br

Referência: Processo nº 23235.014296/2023-92

SEI nº 2054559



Avenida Joaquim Teotônio Segurado,
Quadra 202 Sul, ACSU-SE 20, Conjunto 1, Lote 8 - Plano Diretor Sul
CEP 77020-450 Palmas/TO — (63) 3229-2200
portal.ifto.edu.br — reitoria@ifto.edu.br