



RESOLUÇÃO Nº 10/2019 CONSUP/IFAP. DE 16 DE JANEIRO DE 2019.

Aprova *AD REFERENDUM* a REFORMULAÇÃO DO PLANO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO EM MARKETING, NA FORMA INTEGRADA E MODALIDADE PRESENCIAL DO *CAMPUS* SANTANA, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá – IFAP.

O PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, o que consta nos Processos nº 23228.001090/2018-24,

RESOLVE:

Art. - 1º Aprova, *AD REFERENDUM* a REFORMULAÇÃO DO PLANO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO EM MARKETING, NA FORMA INTEGRADA E MODALIDADE PRESENCIAL DO *CAMPUS* SANTANA, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá – IFAP.

Art. 2º - Esta Resolução entra em vigor nesta data.

Lutemberg Francisco de Andrade Santana
Presidente em exercício do CONSUP



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA TECNOLOGIA DO AMAPÁ – IFAP
CONSELHO SUPERIOR

**CURSO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO
EM MARKETING, NA FORMA
INTEGRADA, EM REGIME
INTEGRAL**

PLANO DE CURSO

Campus Santana
2019



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA TECNOLOGIA DO AMAPÁ – IFAP
CONSELHO SUPERIOR

Marialva do Socorro Ramalho de Oliveira de Almeida
REITORA

Romaro Antônio Silva
PRÓ-REITOR DE ENSINO

Severina Ramos Telécio de Souza
DIRETORA DE ENSINO TÉCNICO

Marlon de Oliveira do Nascimento
DIRETOR GERAL DO *CAMPUS* SANTANA

Karine Campos Ribeiro
DIRETORA DE ENSINO

Eder de Oliveira Picanço
COORDENADOR DO CURSO

Alexandre Guandalini Bossa

Dimitri Alli Mahmud

Hilton Bruno Pereira Viana

Jamille da Costa Pereira

Lued Carlos Oliveira Ferreira

Patricia de Jesus Sales

Pablo Francisco Honorato Sampaio

Rogério Luiz da Silva Ramos

COMISSÃO DE REFORMULAÇÃO DO PROJETO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA TECNOLOGIA DO AMAPÁ – IFAP
CONSELHO SUPERIOR

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

UNIDADE ESCOLAR
CNPJ: 10.820882/0003-57
Razão Social: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá
Nome Fantasia: IFAP
Esfera Administrativa: Federal
Endereço: Rua Ubaldo Figueira nº 1333, Bairro Nova Brasília, Santana/AP
Cidade/UF/CEP: Santana - AP, 68900-000
Telefone: (096) 3189.2169
E-mail de contato da coordenação do curso: eder.oliveira@ifap.edu.br
Site: http://portal.ifap.edu.br/

CURSO TÉCNICO
Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Denominação do Curso: Curso Técnico em Marketing na Forma Integrada, Regime Integral.
Habilitação: Técnico em Marketing
Turno de Funcionamento: Matutino e Vespertino
Números de Vagas: 40 vagas
Forma: Integrada ao Ensino Médio
Modalidade: Presencial
Regime: Integral
Integralização Curricular: O curso será integralizado em 3 anos
Total de Horas do Curso: 3.654 horas (60 min)
<ul style="list-style-type: none">• Horas de Aula: 3.404 horas (60 min)• Estágio e/ou Projeto: 200 horas• Atividades Complementares: 50 horas
Coordenador do Curso: Eder de Oliveira Picanço



SUMÁRIO

1.	JUSTIFICATIVA	5
2.	OBJETIVOS	7
2.1	Objetivo Geral.....	7
2.2	Objetivos Específicos.....	7
3.	REQUISITOS E FORMA DE ACESSO	8
4.	PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO	8
5.	ÁREA DE ATUAÇÃO	9
6.	ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	11
6.1	Forma de organização do curso.....	11
6.2	Metodologia.....	12
6.3	Matriz Curricular.....	15
6.3.1	Componentes Curriculares, Competências, Bases Científicas/Tecnológicas, Bibliografia Básica e bibliografia complementar.....	16
6.4	Prática profissional.....	106
6.4.1	Estágio.....	106
6.4.2	Prática Profissional via Projeto.....	108
6.4.3	Atividades Complementares.....	110
7.	CRITÉRIOS E APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS	113
8.	CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO	116
9.	BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	122
10.	PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	130
11.	CERTIFICADOS OU DIPLOMAS	134
12.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	135
	ANEXOS	137



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

1. JUSTIFICATIVA

O conceito contemporâneo de Marketing engloba a construção de um satisfatório relacionamento em longo prazo do tipo ganha-ganha na qual indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam. O marketing se originou para atender as necessidades de mercado, mas não está limitado aos bens de consumo. É também amplamente usado para “vender” ideias e programas sociais. Técnicas de marketing são aplicadas em todos os sistemas políticos e em muitos aspectos da vida. Apesar de encontrarmos suas raízes ao longo da história da humanidade, na própria gênese do comércio o marketing é um campo de estudo novo se comparado com os demais campos do saber.

O estudo do mercado surgiu da necessidade dos industriais de administrar a nova realidade, oriunda da Revolução Industrial que causou uma transformação de um mercado de vendedores para um mercado de compradores. Neste estágio o marketing ainda é inseparável da economia e da administração clássica, pois inicialmente sua preocupação era puramente de logística e produtividade, para a maximização dos lucros. Os consumidores não tinham nenhum poder de barganha e a concorrência era praticamente inexistente. Tal realidade manteve-se inalterada até fins da Segunda Guerra Mundial quando então, reagindo ao crescimento da concorrência, mercadólogos começaram a teorizar sobre como atrair e lidar com seus consumidores.

Na maior parte das empresas, o marketing ocupava, há 50 anos, apenas um lugar modesto no organograma, o de um serviço comercial, composto por alguns vendedores e empregados e muitas vezes estavam subordinadas ao diretor de produção ou diretor administrativo, mas aos poucos, essa função foi-se alargando progressivamente e colocada no mesmo plano das outras direções de produção, financeira e de recursos humanos.

Atualmente, pode-se ver a mesma empresa praticando diferentes filosofias de marketing, em um mesmo mercado, como por exemplo:

a) orientação para produto: considera que os consumidores preferem os produtos de melhor qualidade, desempenho e aspectos inovadores. As organizações devem esforçar-se para aprimorar seus produtos permanentes;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

b) orientação para vendas: a orientação para venda significa que o propósito da empresa é satisfazer o desejo do cliente para que ele possa voltar e comprar mais vezes na sua loja ou em qualquer outro comércio que trabalhe;

c) orientação para o cliente: a função principal da empresa não é mais produzir e vender, mas satisfazer à clientela, consultando-a antes de produzir qualquer coisa, via estudos de mercado e com base nessa consulta, caso seja favorável, oferecer-lhe produtos/serviços/ideias de qualidade e valor, para que os consumidores voltem a comprar e a falar bem da empresa e de seus produtos.

d) orientação de marketing holístico: que busca desenvolver uma organização voltada toda para o consumidor, ou seja, a busca da satisfação de suas necessidades, bem como pode ser demonstrado abaixo:

O avanço tecnológico dos anos 90 teve um forte impacto no mundo do marketing. O e-commerce foi uma revolução na logística de Marketing, no que se refere a distribuição e formas de pagamento. O CRM (Customer Relationship Management) e o serviço de atendimento ao consumidor, entre outras inovações, tornaram possível uma gestão de relacionamento com os clientes em larga escala. E como se isso não fosse o suficiente a Internet chegou como uma nova via de comunicação.

Diante desse cenário mercadológico observa-se que o Técnico em Marketing deve ter uma formação de caráter multidisciplinar. Esse caráter é consequência dos tipos de conhecimentos necessários para o exercício de suas atividades. É preciso conhecer as técnicas de marketing, onde envolvem, também, saberes de psicologia, administração, design, comunicação e economia.

Como não existem no mercado de trabalho, profissionais em número significativo na área para exercer as atividades inerentes ao profissional de Marketing, o curso propõe-se em atender essa demanda do mundo do trabalho, bem com contribuir para o desenvolvimento social do Estado do Amapá, em especial ao município de Santana – AP, com a formação de homens e mulheres dotados de competências e habilidades profissionais e sociais, com consciência crítica, postura ética e responsabilidade com o seu trabalho e a sociedade como um todo.

Nesta perspectiva, formar profissionais de Marketing, implica em desenvolver suas competências e habilidades profissionais com conhecimento do mercado global e das novas tecnologias da informação, tendo uma visão holística das organizações, preparando-os para atuarem socialmente com base cultural diversificada, com espírito



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

empreendedor, criativo, mas sobretudo preocupados com o meio ambiente e os saberes científicos e sociais pautados na ética profissional e para assim atender o dinamismo próprio desta área, faz-se necessário trabalhar o Curso Técnico de Nível Médio, na forma Integrada, em regime Integral em três anos.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Formar profissionais de nível médio com habilitação Técnica em Marketing contemplando a formação humana, ética e social de forma crítica ao desempenho profissional das funções inerentes ao marketing.

2.2. Objetivos Específicos

- Permitir ao aluno o entendimento teórico e prático das técnicas de marketing existentes na atualidade;
- Habilitar o aluno a interpretar dados de pesquisas de mercado, bem como propor ações estratégicas para a organização;
- Propiciar ao aluno condições para o desenvolvimento do planejamento, execução e controle do plano de marketing e suas estratégias mercadológicas;
- Habilitar o aluno para o domínio das técnicas fundamentais de planejamento, criação e execução de comunicação mercadológica.
- Oportunizar o aluno para as práticas de pesquisa, inovação e extensão relacionadas ao curso;
- Propiciar ao aluno um percurso formativo que possibilite a prática profissional de forma ética e responsável, contribuindo para o fortalecimento da cidadania;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

3. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

Os Requisitos e Formas de Acesso ao Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, será realizada conforme o capítulo III, artigos 5º, 6º e 7º da Regulamentação 01/2016/CONSUP/IFAP, que regulamenta os Cursos Técnicos de Nível Médio, na forma Integrada com duração de 03 anos, em regime Integral do IFAP.

4. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O Egresso do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, deverá ter competências para realizar o controle de rotinas das organizações no âmbito do marketing, colaborando no planejamento estratégico, tático e operacional, por meio do planejamento e pesquisa de marketing, atuando na criação e desenvolvimento de novos produtos e serviços, operacionalizando todo escopo mercadológico de uma organização. Tal perfil está alinhado ao exposto no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (2014).

Ao final do curso o mesmo deverá estar apto a:

- Realizar levantamentos de mercado, consumidor e segmentação de público-alvo em relação aos produtos da organização;
- Aferir as mudanças que estão ocorrendo no âmbito do comportamento do consumidor e desenvolver estratégias de marketing para atingir este público-alvo;
- Dominar as ferramentas atreladas ao mix de marketing;
- Analisar mercados consumidores e identificar a existência de novas demandas que não foram supridas em determinado mercado ou de consumidores;
- Desenvolver o plano de *marketing* da organização em relação aos produtos e/ou serviços ofertados ao mercado como um todo;
- Elaborar campanhas de marketing e comunicação nos diferentes tipos de mídias.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

5. ÁREA DE ATUAÇÃO

As modificações rápidas e profundas no mercado empresarial, o novo comportamento do consumidor e o surgimento de tecnologias inovadoras têm alterado a forma de se trabalhar na área de marketing, e está impondo desafios cada vez maiores e constantes para seus profissionais. Entender as pessoas, inovar, compreender o comportamento do consumidor digital, desenvolver métricas e obter retorno eficiente sobre o investimento realizado são algumas das tarefas com as quais o profissional de marketing lidar no ambiente de trabalho.

O profissional de Marketing é, fundamentalmente, um administrador de negócios especializado em entender como funciona o mercado em que as organizações estão inseridas, bem como, diagnosticar, analisar e propor maneiras de atingir o público-alvo, entender como se comporta e pensa o consumidor, seus hábitos e costumes, além de desenvolver estudos de pesquisas de mercado que fornecerão subsídios para compreender melhor o comportamento do consumidor, desenvolver e lançar novos produtos, atingir metas da organização, criar e desenvolver estratégias de marketing e posicionamento da marca de forma competitiva que deverão resultar em retornos econômicos, financeiros e de mercado, preocupando-se em melhorar os resultados da venda de produtos, serviços e fortalecimento da marca no âmbito comercial e institucional.

A maior demanda é por profissionais que atuem nos âmbitos do varejo, da comunicação integrada, do marketing digital, do endomarketing (uso do *marketing* dentro das corporações) e do marketing de relacionamento. Crescem também as oportunidades em marketing esportivo, em federações e confederações de todas as modalidades de esporte, nas indústrias e nas lojas de material esportivo, nas agências publicitárias ou promotoras de eventos e produtoras.

As mídias sociais constituem outro fenômeno que tem impactado no marketing dentro e fora das organizações, uma vez em que se tem novas formas de comunicação planejadas e articuladas junto ao departamento de marketing, no anseio de atingir o público-alvo da organização com o devido êxito. Esse fenômeno tem feito com que as organizações comecem, cada vez mais, a destinar recursos para campanhas em mídias



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

sociais, tendo como líder neste processo o profissional de marketing. Não obstante, o profissional de marketing atualmente está buscando desenvolver ações pautadas na sustentabilidade organizacional, seja ela de forma ambiental, social ou econômica, uma vez que o consumidor tem mudado sensivelmente seus padrões de consumo.

Nesse sentido, o profissional de marketing é ainda capaz de visualizar deficiências organizacionais, verificar oportunidades de mercado que impactarão nas metas e objetivos, bem como nos resultados almejado pela organização, para atender às necessidades do cliente. Ele ainda, traça e executa estratégias para conquistar do público lealdade a uma marca, construindo mantendo uma boa imagem do produto no mercado. Ademais, auxilia na tomada de decisão sobre ações mercadológicas e de comunicação, promoção e propaganda. Tal profissional ainda poderá atuar em departamentos de marketing das organizações, em entidades sem fins lucrativos, como consultor de pequenos e médios negócios, ou trabalhar em institutos de pesquisa e órgãos públicos.

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

As determinações legais referentes à organização curricular do ao Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na Forma Integrada, em regime Integral, observam a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira (LDB) 9.394/96 (atualizada pela Lei nº 12.796/2013), as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio conforme Resolução CNE/CEB nº 06/2012, nos Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico, no Decreto nº 5.154/04 e Resolução nº 001/2016 – CONSUP/IFAP, sendo a mesma organizada em base nacional comum, parte diversificada e formação profissional, realizando-se a integração entre os conhecimentos científicos e tecnológicos na formação do aluno.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Para tanto, foram utilizados os seguintes critérios na organização da Estrutura Curricular do Curso:

- Identificação do perfil de conclusão do Técnico de Nível Médio em Marketing na Forma Integrada;
- Identificação das competências correspondentes, tendo como parâmetro o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos – Técnico em Marketing;
- Ajustamento da carga horária, harmonizada com a legislação vigente indispensável à formação técnica cidadã.

6.1. Formas de Organização do Curso

A matriz curricular está organizada em regime anual, por componentes curriculares distribuídos em base nacional comum, parte diversificada e formação profissional, o que propicia a introdução de conhecimentos científicos e tecnológicos ao longo de todo o curso, sendo constituída da seguinte forma:

- 2.800 horas de formação da base nacional comum;
- 240 horas de parte diversificada
- 1040 horas de formação profissional; e
- 250 horas de prática profissional (se distribuindo em 200 horas de estágio ou projeto e 50 horas de atividades complementares).

Dessa forma, o Curso Técnico de Nível Médio em *Marketing*, na Forma Integrada, em Regime Integral, encontra-se integralizado em 4.330 (quatro mil trezentos e trinta) horas com a duração de 03 (três) anos letivos. Conforme Art. 8º da Resolução nº 01/2016 – CONSUP/IFAP, com base no que estabelece a LDBEN nº 9.394/96, cada ano letivo possui o mínimo de 200 (duzentos) dias efetivos de trabalhos escolares divididos em aulas nos períodos matutino e vespertino, conforme §1º da referida Resolução, podendo ser utilizados os sábados, quando necessário conforme §3º do Artigo 10.

O curso está organizado de forma anual, sendo que o mesmo não oferece a formação ou qualificação profissional de forma parcial, devendo assim, o aluno cursar os três anos do Ensino Médio Técnico na Forma Integrada para a obtenção do diploma. A aprovação nos componentes curriculares referente ao regime seriado é condição para continuidade dos anos posteriores, de acordo a Regulamentação nº



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

01/2016/CONSUP/IFAP.

Cada série compreende um conjunto de componentes curriculares, que desenvolverão competências e habilidades necessárias ao aprendizado e a formação do aluno, sendo estas trabalhadas de forma integrada para a formação do cidadão e do profissional, conforme o perfil apresentado pelo curso.

6.2. Metodologia

Para o pleno desenvolvimento das competências que integram o perfil profissional de conclusão, a matriz curricular proposta parte do princípio que a integração entre os componentes curriculares somente se efetivará pela superação do fazer pedagógico não contextualizado, fragmentado; pelo entendimento de que o conhecimento constitui um conjunto orgânico; pela adoção de procedimentos didáticos metodológicos que contemplem a interdisciplinaridade, a contextualização, a ética da identidade como princípios norteadores do processo de ensino e aprendizagem.

Para tanto, a ação docente fará uso de procedimentos metodológicos que possibilitem a integração entre teoria e a prática, constituindo assim, uma unidade em que a aprendizagem dos saberes e dos fazeres não mais configure momentos díspares, devendo as atividades contemplar procedimentos diversos como: experiências, simulações, ensaios, visitas técnicas, resolução de situações problemas, entre outros. Tais procedimentos evocarão, naturalmente, os princípios da flexibilidade, da interdisciplinaridade e da contextualização dando real significado ao aprendizado e ao pleno desenvolvimento das competências que integram o perfil profissional de conclusão do Técnico em Marketing.

Consideram-se as estratégias pedagógicas como um conjunto de procedimentos empregados para atingir os objetivos propostos para a integralização da educação profissional, assegurando uma formação integral dos alunos. Para a concretude deste processo, torna-se necessário ponderar as características específicas dos alunos, seus interesses, condições de vida e de trabalho, além de observar os seus conhecimentos prévios, orientando-os na reconstrução dos conhecimentos escolares, bem como a especificidade do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral.

Assim sendo, para auxiliar o estudante no processo ensino-aprendizagem faz-se



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

necessário à adoção das seguintes estratégias pedagógicas:

- Contextualização dos conhecimentos sistematizados, valorizando as experiências dos alunos, sem perder de vista a (re) construção do saber escolar;
- Organização de um ambiente educativo que articule múltiplas atividades voltadas às diversas dimensões de formação dos estudantes favorecendo a transformação das informações em conhecimentos diante das situações reais de vida;
- Promoção de soluções para as problemáticas encontradas em diferentes fontes;
- Reconhecimento da tendência ao erro e à ilusão;
- Promoção do ensino, pesquisa e extensão como um princípio educativo;
- Elaboração de práticas educativas pautadas na inter e transdisciplinaridade;
- Considerar os diferentes ritmos de aprendizagens e a subjetividade de cada indivíduo;
- Utilização de recursos didático/tecnológicos para subsidiar as atividades pedagógicas;
- Aulas interativas, por meio do desenvolvimento de projetos, resolução de situações problemas, viagens de estudo, feiras científicas, seminários, debates, visitas técnicas, e outras atividades em grupo.

O desenvolvimento de projetos poderá permear todos os períodos do curso, obedecendo às normas instituídas pelo IFAP, de maneira a contribuir, com os estudantes na construção de projetos de extensão ou projetos didáticos integradores que visem ao desenvolvimento comunitário, e da cultura familiar, objetivando aplicar os conhecimentos adquiridos no mundo do trabalho e na realidade social. A metodologia a ser adotada poderá ser por meio de pesquisas de campo, levantamento de problemáticas que envolvam os componentes curriculares, objeto da pesquisa, ou de elaboração de projetos de intervenção na realidade social.

Através de projetos o aluno tem a oportunidade de aplicar as competências previamente adquiridas, obter e aperfeiçoar novas competências através de metodologias que lhe apresentem problemas a serem solucionados, podendo para isso buscar auxílio em materiais bibliográficos por meio de várias fontes de pesquisa, ou ainda através de debates propostos pelo professor com o envolvimento de toda a turma.

Os conteúdos serão desenvolvidos através de aulas teóricas, demonstrativas e



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

práticas, estudos de casos, pesquisas individuais e em equipe, projetos, estágios, visitas técnicas a órgãos governamentais e empresas de tecnologia.

O Plano de Ensino dos componentes curriculares do curso é construído, anualmente, de forma coletiva pelos docentes sob a orientação da Coordenação Pedagógica, constando: as competências, habilidades, bases científicas e tecnológicas (os conteúdos a serem ministrados), procedimentos metodológicos, recursos didáticos, avaliação, referências bibliográficas e possibilidades interdisciplinares.

Portanto, a organização curricular do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, contempla um conjunto de componentes curriculares fundamentado numa visão de áreas afins e interdisciplinares, que encaminharão ao desenvolvimento das competências estabelecidas, sendo a mesma apresentada da seguinte forma: no subitem 6.3 a matriz curricular do curso e no subitem 6.3.1 apresenta-se as disciplinas sistematizadas em ordem cronológica.

6.3. Matriz Curricular

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO TÉCNICO EM MARKETING, NA FORMA INTEGRADA, REGIME INTEGRAL										
	ÁREA	COMPONENTE CURRICULAR	1º ANO		2º ANO		3º ANO		TOTAL (50 min)	TOTAL (60 min)
			CHA	CHS	CHA	CHS	CHA	CHS		
BASE NACIONAL COMUM	LINGUAGENS	Língua Portuguesa e Literatura	160	4	120	3	120	3	400	333
		Arte	80	2	40	1	40	1	160	133
		Língua Estrangeira - Inglês	80	2	80	2	--	--	160	133
		Educação Física	80	2	80	2	80	2	240	200
		MATEMÁTICA	Matemática	160	4	120	3	120	3	400
	CIÊNCIAS HUMANAS	História	80	2	80	2	80	2	240	200
		Geografia	80	2	80	2	80	2	240	200
		Filosofia	40	1	40	1	40	1	120	100
		Sociologia	40	1	40	1	40	1	120	100
	CIÊNCIAS DA NATUREZA	Biologia	80	2	80	2	80	2	240	200
		Química	80	2	80	2	80	2	240	200
		Física	80	2	80	2	80	2	240	200
	PARTE DIVERSIFI-	Metodologia do	80	2	--	--	--	--	80	67



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR**

CADA	Trabalho Científico								
	Empreendedorismo	--	--	80	2	--	--	80	67
	Língua Espanhola	--	--	--	--	80	2	80	67
TOTAL DE CARGA HORÁRIA DO NÚCLEO COMUM		1120	28	1000	25	920	23	3040	2533
NÚCLEO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL	Informática	80	2					80	67
	Teoria Geral da Administração	80	2					80	67
	Fundamentos da Economia	80	2					80	67
	Introdução ao Marketing	80	2					80	67
	Contabilidade Geral			80	2			80	67
	Introdução ao estudo de direito			80	2			80	67
	Planejamento de Comunicação e Marketing Digital			80	2			80	67
	Comportamento do consumidor			80	2			80	67
	Planejamento Estratégico					80	2	80	67
	Inglês Técnico					80	2	80	67
	Laboratório de Pesquisa de Mercado					80	2	80	67
	Estratégia de Marketing					80	2	80	67
	Marketing de Serviços					80	2	80	67
TOTAL DE CARGA HORÁRIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL		320	8	320	8	400	10	1040	871
TOTAL DE CARGA HORÁRIA (Componentes Curriculares)		1440	36	1320	33	1320	33	4080	3404
PRÁTICA PROFISSIONAL	PROJETO E/OU ESTÁGIO							200	200
	ATIVIDADE COMPLEMENTAR							50	50
TOTAL DE CARGA HORÁRIA DO CURSO								4330	3654

6.3.1 Componentes curriculares, Competências, Bases científicas / tecnológicas e bibliografia básica e bibliografia complementar

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa e Literatura	Carga Horária:	160 h
Ementa			
Linguagem, comunicação e interação. Textualidade e discurso. Sequências textuais; Aspectos descritivos e normativos de Língua Portuguesa. Técnicas de leitura, compreensão e produção textual. Gêneros literários. Introdução à semântica. Estudos literários. Introdução à morfossintaxe.			
Competências			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

- Reconhecer (teoria e prática) as convenções relacionadas ao registro (ou norma) padrão escrito(a);
- Reconhecer, a partir de traços caracterizadores manifestos, a(s) sequência(s) textual(is) presente(s) e o gênero textual configurado;
- Apropriar-se dos elementos coesivos e de suas diversas configurações;
- Reconhecer os usos da norma-padrão da língua portuguesa nas diferentes situações de comunicação;
- Ler e produzir textos diversos, enfocando as sequências representativas dos gêneros estudados;
- Correlacionar os gêneros literários à cultura e à história, considerando os aspectos temáticos, composicionais e estilísticos.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: O HOMEM, A LINGUAGEM E A COMUNICAÇÃO.

Linguagem, língua e fala;
As variações linguísticas;
Elementos da Comunicação;
Funções da Comunicação;
Estratégias de leitura, compreensão e produção textual;
Gêneros textuais;
Sequências textuais.
Textualidade e discurso;
Intertextualidade;
Aspectos descritivos e normativos de Língua Portuguesa;

UNIDADE II: LINGUAGEM LITERÁRIA

Gêneros literários;
Figuras de linguagem;
Literariedade e discurso literário;
A literatura portuguesa: da Idade Média ao Classicismo;
Sílabas – Separação silábica;
Acentuação – regras;
Produção textual: Relato pessoal.

UNIDADE III: TEXTO E CONTEXTO

Introdução à semântica;
Sons e Letras;
Quinhentismo;
Produção textual: técnicas de sumarização – Resumo;
Barroco;
Processo de formação de Palavras;
Usos ortográficos – regras;
Produção textual – oral: Seminário.

UNIDADE IV: INTRODUÇÃO À MORFOSINTAXE

Substantivo;
Artigo;
Numeral;
Adjetivo;
Pronome;
Produção textual: O anúncio publicitário
Arcadismo;
Romantismo: Poesia;
Romantismo: Prosa;
Produção textual: Poesia e prosa.

Bibliografia Básica

CEREJA. William Roberto. **Português Linguagens**. São Paulo: Saraiva, 2012.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

PERINI, Mário A. Gramática do Português Brasileiro . São Paulo. SP: Editora Parábola, 2010.
SOARES, Doris de Almeida. Produção textual e revisão textual: um guia para professores de Português e de Línguas estrangeiras . Petrópolis. Rio de Janeiro, 2009.
Bibliografia Complementar
ABAURRE, Maria Luiza e Maria Bernadete. Português: contexto, interlocução e sentido: Volume I . São Paulo: Moderna, 2010.
BRAGA, Maria Luíza; MOLLICA, Maria Cecília. Introdução à sociolinguística: o tratamento da variação . São Paulo; Contexto, 2011.
LAJOLO, Marisa. Literatura: leitores e leitura . São Paulo: Moderna, 2001.
MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade . In. DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. A. ; BEZERRA, M. A. B. (Orgs.). Gêneros textuais e ensino. Rio de Janeiro: Lucena, 2002.
POSSENTI, Sírio. Questões de linguagem: passeio gramatical dirigido . São Paulo: Parábola, 2011.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Artes	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Definições conceituais sobre arte, estética, e imagem contextualizando os eixos à história da Arte Ocidental; Arte e Sistema cultural: Patrimônio Cultural e manifestações culturais; Arte Amapaense. Definições conceituais das propriedades sonoras; fazer musical e fruição por meio das atividades de composição, execução, apreciação, incluindo-se ainda a literatura e a técnica.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender a arte, seus fundamentos artísticos e estéticos, a partir de conceituações ocidentais, reconhecendo suas correlações, deslocamentos e rupturas de significações culturais. Proporcionando perceber a arte e sua importância na vida humana assim como seu dialogismo com outras áreas de conhecimentos e no mundo do trabalho;• Conhecer e contextualizar conceitual e historicamente escolas e movimentos da história da arte universal, nacional e estadual. Assim como compreender as bases compositivas e estéticas, suas características, seus estilos, suas similaridades e diferenças em diferentes épocas e culturas;• Desenvolver competências estéticas e artísticas a partir de experimentações reflexivas sensíveis cognitivas, propiciando pesquisa, conhecimento e a utilização de elementos compositivos, materiais, suportes, instrumentos, procedimentos e técnicas nos processos de criação individuais e coletivos;• Reconhecer e entender a arte como Sistema cultural considerando aspectos como respeito a diversidade, identidades e subjetividades. Proporcionando reflexões críticas e de alteridade na valorização do patrimônio cultural, em suas diversas concepções, e correlacionando as suas			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>próprias vivências familiar e cultural.</p> <ul style="list-style-type: none">• Vivenciar a arte através da linguagem musical;• Analisar, refletir e apreciar as poéticas musicais diante da diversidade, reconhecendo que as poéticas musicais e as práticas sociais são distintas;• Tratar a diversidade cultural, o diálogo e a troca de experiências como princípio;• Desenvolver o processo de criação musical, a percepção auditiva, a memória musical, a técnica vocal, e a prática musical em conjunto.	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Conceitos sobre arte, estética, e imagem:</p> <p>Imagem: Conceitos, funções da imagem, influências das imagens e das visualidades no cotidiano, imagens do cotidiano e estilo Pop Art;</p> <p>Estética: Conceito, fundamentos estéticos, os padrões estéticos de beleza e suas mudanças de significações em movimentos / estilos da História da Arte. Ex: o belo na Arte Grega e no Renascimento x o belo na arte contemporânea;</p> <p>Arte: Conceito, elementos definidores de uma obra de arte, origem da arte: registros na pré-história eixos: Europa, Brasil e Amapá conexão com pinturas murais da contemporaneidade: <i>graffiti</i>;</p> <p>UNIDADE II: Arte e Sistema cultural: Patrimônio Cultural, manifestações culturais e Arte Amapaense:</p> <p>Conceito de cultura e relativismo cultural;</p> <p>Patrimônio cultural - bens simbólicos imaterial e material;</p> <p>Resgate cultural: memória social;</p> <p>Diversidade cultural brasileira e influências étnicas, dentre elas influências indígenas e africanas.</p> <p>Manifestações culturais locais: principais características</p> <p>Arte Amapaense- artistas amapaenses e suas produções visuais</p>	<p>UNIDADE III: Parâmetros do som; poéticas musicais e práticas sociais; prática musical em conjunto:</p> <p>Intensidade/ Timbre.</p> <p>Diversidade cultural/ Diálogo musical/ Troca de experiências.</p> <p>Prática coral: Cânones/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentam habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Fraseado melódico/ Técnica Vocal: Apoio (técnica de respiração) para a voz falada e cantada.</p> <p>UNIDADE IV: Parâmetros do som; função social da música; prática musical em conjunto:</p> <p>Duração/ Altura.</p> <p>Função de expressão emocional/ Função de prazer estético/ Função de divertimento/ Função de comunicação/ Função de representação simbólica/ Função de reação física/ Função de impor conformidade e normas sociais/ Função de validação de instituições sociais e rituais religiosos/ Função de contribuição para a comunidade e estabilidade da cultura/ Função de contribuição para a integração da sociedade.</p> <p>Prática coral: Execução de músicas populares a uma, duas ou três vozes, dependendo da resposta musical do corpo discente/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentam habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Uniformidade timbrística das vozes/ Anatomia, fisiologia e higiene vocal.</p>



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Bibliografia Básica
FREND, P. GUSMÃO, T. C. BOZZANO, H. L. B. Arte em interação . São Paulo: IBEP, 2015. STRICKLAND, Carol. Arte Comentada: Da Pré-História ao Pós Moderno . Rio de Janeiro: Ediouro, 2014. PENNA, Maura. Música (s) e seu ensino. 2ª edição . Porto Alegre: Sulina, 2015.
Bibliografia Complementar
DEMPSEY, Amy. Estilos, Escolas & Movimentos , guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2011. MARTINS, Raimundo. TOURINHO, Irene (orgs.). Educação da Cultura Visual- Aprender... pesquisar... ensinar... Editora UFSM, 2015 PROENÇA, Graça. História da Arte . São Paulo-SP: Editora Ática, 2012. FREIRE, Vanda Bellard. Música e sociedade: Uma perspectiva histórica e uma reflexão aplicada ao Ensino Superior de Música . 2ª edição revista e ampliada. Florianópolis, SC: ABEM, 2011. PAZ, Ermelinda A.. Pedagogia Musical Brasileira no século XX: Metodologias e tendências . 2ª edição. Brasília: Editora Musimed, 2013.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing.	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º ano
Componente Curricular:	Língua Estrangeira - Inglês	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio da relação entre língua e sociedade, abordando estruturas dos tempos verbais simples e demais estruturas simples da língua.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver uma comunicação básica oral e escrita na língua alvo, utilizando as quatro habilidades (ouvir – falar – ler – escrever);• Aplicar as estruturas básicas da Língua Inglesa para produzir textos.• Explorar o uso de vocabulário em contextos e situações diversas que auxiliem na leitura e compreensão de texto;• Desenvolver uma consciência crítica sobre a Língua Inglesa e a linguagem.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: EXPRESS YOURSELF Greetings and introductions Introduce yourself and other people What is your ability? (can : ability, possibility and permission). Project: Talent Show	UNIDADE III: WHAT ARE YOU DOING? Must (obligations and deductions) Present continuous Project: What is Halloween about?		
		UNIDADE IV: BIOGRAPHY	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

UNIDADE II: MOVE YOUR BODY	Simple Past
Simple present	Prepositions.
Yes/no WH questions	Project: Christmas
Adverbs of frequency	
Project: Literacy fair	
Bibliografia Básica	
SPINOLA, Vera. Let's Trade in English. São Paulo: Aduaneiras, 2012.	
MENEZES, Vera et. al. Alive High: Inglês – 1º ano. 2 ed. São Paulo: Edições SM, 2016.	
AMOS, Eduardo. The simplified Grammar. São Paulo: Richmond Publishing, 2012.	
Bibliografia Complementar	
AMOS, E. et al. Challenge . São Paulo: Moderna, 2005.	
AUN, E. et al. English for all . Vol. 1. 1ª ed. São Paulo: Saraiva 2010.	
FERRO, Jeferson. Inglês Instrumental . Curitiba: IBPEX, 2003.	
FRANCO, Claudio de Paiva. TAVARES, Kátia Cristina do Amaral. Way to go: Língua estrangeira moderna . 1 ed. São Paulo: Ática, 2013.	
MARQUES. A. Password . Special Edition. São Paulo: Ática, 2007.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Educação Física	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Basquete, anatomia, handebol, transtornos distímicos, voleibol, bullying, futsal, drogas lícitas e ilícitas.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer a importância da atividade física para a saúde; • Compreender como o corpo humano é constituído e como ele funciona; • Compreender a importância da prática regular de algum tipo de atividade física; • Reconhecer os diferentes elementos fisiológicos do corpo humano em eventos de atividade física. • Identificar os tipos de alimentos que contribuem de forma positiva e negativa para o bem-estar. • Compreender a importância da atividade física no combate a hipertensão, diabetes e o tabagismo. • Proporcionar o desenvolvimento integral do aluno. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Basquete Histórico Fundamentos do jogo (passe, recepção, arremesso). Anatomia	UNIDADE III: Handebol Histórico Fundamentos do jogo (passe, recepção, arremesso). Transtornos Distímicos		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Anatomia 1 – Sistema locomotor (músculos e ossos).	Conceitos Características Como lidar com as situações de estresse.		
UNIDADE II: Voleibol Histórico Fundamentos básicos do jogo (toque e manchete). Bullyng Conceito Cuidados Consequências Combate	UNIDADE IV Futsal História Fundamentos (passe, recepção, chute, drible). Drogas Lícitas e Ilícitas Conceito Classificação Dependência Como sair das drogas.		
Bibliografia Básica			
Almeida. R., Navarro. A. C. Futsal . Editora Phorte. 2013. Bojikian. J. C. M., Bojikian. L. P. Ensinando Voleibol 5ed. Revisada e ampliada. Phorte editor 2012. Ehret. A. Manual de Handebol: Treinamento de base para crianças e adolescentes . 2002.			
Bibliografia Complementar:			
CARPES. F. P., Bini. R. R., Vaz M. A., Anatomia funcional . 1º edição 2011. Editora Phorte. NEIRA. M. G., Nunes. M. L. F., Pedagogia da Cultura Corporal : Crítica e Alternativas 2 ed. Editora Phorte. 2008. LOPES. A. A. da S. M., A criança e o adolescente no esporte : como deveria ser. 2007. Editora Phorte. SCHARTZ. G. M., Tavares. G. H., Webgames com o corpo - vivenciando jogos virtuais no mundo real . Editora Phorte. 2014. BOSCO. C., A Força Muscular: Aspectos fisiológicos e aplicações práticas . Editora Phorte. 2007.			
Curso	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma	Integrada
Eixo Tecnológico	Gestão e Negócios	Período Letivo	1º Ano
Componente Curricular	Matemática	Carga Horária	160 h
Ementa			
Conjuntos; Intervalos; Função Polinomial do 1º grau; Funções: Quadrática, Inversa, Modular, Composta, Exponencial; Logaritmo e Função Logarítmica.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Aplicar conhecimentos matemáticos nas atividades cotidianas.• Desenvolver a capacidade de raciocínio, de resolver problemas de comunicação, bem como e espírito crítico e criatividade.• Desenvolver atitudes positivas em relação à matemática, como autonomia, confiança em relação às capacidades matemáticas, perseverança na solução de problemas, gosto pela matemática e pelo trabalho cooperativo.• Dominar a leitura, a interpretação e a produção de textos, nas mais diversas formas, incluindo os termos característicos da expressão matemática (numérica, gráfica, geométrica, lógica, algébrica), a fim de se comunicar de maneira precisa e rigorosa.• Ler, articular e interpretar símbolos e códigos em diferentes linguagens e representações: sentenças, equações, esquemas, diagramas, tabelas e gráficos.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<ul style="list-style-type: none">• Identificar, em dada situação-problema, as informações ou variáveis relevantes e elaborar possíveis estratégias para resolvê-la.• Selecionar e utilizar instrumentos de cálculo, representar dados, fazer estimativas, elaborar hipóteses e interpretar os resultados.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: CONJUNTOS, INTERVALOS E FUNÇÃO POLINOMIAL DO 1º GRAU Conjuntos Operações com conjuntos Conjuntos Numéricos Conjuntos: Intervalos Funções: Introdução, noção de função como relação entre conjuntos Funções definidas por fórmulas Domínio, Contradomínio e Imagem Noções básicas de plano cartesiano Construção de gráficos Função Polinomial do 1º Grau: Introdução, função linear Função Constante Coeficientes da função do 1º Grau Raiz ou zero da função do 1º Grau Gráfico da função do 1º Grau Crescimento e Decrescimento Inequação quociente Função do 2º Grau: Introdução, Gráfico, Raízes a função do 2º grau, Estudo do discriminante Vértices da Parábola Imagem Construção do Gráfico	UNIDADE II: FUNÇÕES: QUADRÁTICA, INVERSA, MODULAR E COMPOSTA Estudo do Sinal Inequações do 2º Grau Função definida por mais de uma sentença Equação Modular Função Modular Inequações Modulares Função Inversa Função Composta UNIDADE III: FUNÇÃO EXPONENCIAL Função Exponencial: Definição e Gráfico Propriedades Equações Exponenciais Inequações Exponenciais UNIDADE IV: LOGARITMO E FUNÇÃO LOGARÍTMICA Logaritmos Sistemas de Logaritmos Propriedades do Logaritmo Mudança de Base Função Logarítmica Equação Logarítmica
Bibliografia Básica	
IEZZI, G.et.al. Matemática:ciência e aplicações ,volume 1. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010 _____. Conexões com a Matemática , volume1. São Paulo: Moderna, 2013. IEZZI, G. MURAKAMI. Fundamentos de Matemática Elementar , volume1. São Paulo: Atual, 2006.	
Bibliografia Complementar	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

SOUZA, Joamir Roberto de. **Novo Olhar Matemática**. Volume 1.1ª ed. São Paulo: FTD, 2010.
 DANTE, L. **Matemática: Volume único**. 3ª ed. São Paulo: Ática, 2003.
 IEZZI, G. et al. **Fundamentos da Matemática Elementar. Logaritmos**, volume 2: Atual, 2004.
 IEZZI, G. et al. **Matemática: ciência e aplicações**. 1ª série. 2ª ed. São Paulo: Atual, 2004.
 SMOLE, K.; DINIZ, M. **Matemática: ensino médio. Volume 1**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing.	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º ANO
Componente Curricular:	História	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Introdução aos Estudos Históricos; Pré-História; Pré-História brasileira; Antiguidade Oriental; África; Egito; Antiguidade Clássica: Grécia; Antiguidade Clássica: Roma; Idade Média; Islamismo; Império Bizantino; Feudalismo; Crise da Idade Média; Povos pré-Colombianos; Maias; Incas; Astecas; Organização Social dos Tupinambás; Humanismo e Renascimento; Reformas Religiosas; Luteranismo; Calvinismo; Anglicanismo; Contrarreforma Católica.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Entender o processo histórico da humanidade e poder se identificar como sujeito histórico. • Identificar e manusear diferentes fontes históricas. • Analisar a produção da memória pelas sociedades humanas. • Entender as diferentes culturas e diferentes manifestações culturais. • Identificar os significados históricos das relações de poder entre as nações. • Reconhecer as contribuições dos diferentes povos para a formação sociocultural do Brasil • Analisar as estruturas de poder dos diferentes povos. • Diferenciar as religiões e a religiosidade dos diferentes povos. • Selecionar argumentos favoráveis ou contrários às modificações impostas pelas novas tecnologias à vida social e ao mundo do trabalho. • Relacionar cidadania e democracia na organização das sociedades. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: introdução aos estudos históricos.		UNIDADE II: antiguidade clássica: Grécia	
O que é História?		A organização e representação do Estado na Grécia Antiga: Atenas (da organização Gentílica à Democracia); Esparta (Oligarquia militarista espartana).	
Fontes		As relações de poder na sociedade grega antiga: poder, política e cidadania em Atenas e Esparta.	
Tempo;		A organização e a divisão social do trabalho na Grécia Antiga: Atenas (estrutura escravista); Esparta (o hilotismo).	
Fato Histórico;			
Periodização histórica.			
Cálculo do tempo.			
Patrimônio Histórico.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>Tombamento.</p> <p>Órgãos de proteção da história.</p> <p>PRÉ-HISTÓRIA.</p> <p>Periodização.</p> <p>Origem Humana.</p> <p>As primeiras Sociedades.</p> <p>O povoamento da América.</p> <p>Pré-História brasileira.</p> <p>ANTIGUIDADE ORIENTAL.</p> <p>Características gerais.</p> <p>Urbanização.</p> <p>Mesopotâmia.</p> <p>Assírios.</p> <p>Babilônios.</p> <p>Sumérios.</p> <p>China.</p> <p>Índia.</p> <p>África.</p> <p>Egito Antigo.</p> <p>A constituição do Estado e da sociedade.</p> <p>A Religiosidade e ancestralidade Africana.</p> <p>Deuses, crenças e divindades do Egito Antigo.</p> <p>A expansão do Islã no Egito Antigo.</p> <p>UNIDADE III: Civilização islâmica. Idade média.</p> <p>Civilização islâmica.</p> <p>Muçulmanos.</p> <p>Civilização Bizantina.</p> <p>IDADE MÉDIA.</p> <p>As relações de poder na sociedade medieval na Europa Ocidental: o papel da nobreza, dos clérigos e dos servos.</p> <p>As relações de Senhorio, Vassalagem e Servidão.</p> <p>A organização e a divisão social do trabalho na Europa Medieval: a estrutura feudal e a servidão,</p>	<p>Papel social da mulher na antiguidade Clássica.</p> <p>Os movimentos sociais na antiguidade clássica grega.</p> <p>A mitologia politeísta grega: as práticas mágicas e a estrutura mítica da Grécia Antiga.</p> <p>ANTIGUIDADE CLÁSSICA: ROMA.</p> <p>A organização e representação do Estado na Roma Antiga: da Monarquia ao Império Romano.</p> <p>As relações de poder na sociedade romana antiga: poder, política e cidadania em Roma.</p> <p>A organização e a divisão social do trabalho na Roma Antiga: a estrutura escravista.</p> <p>Os movimentos sociais na antiguidade clássica romana.</p> <p>A mitologia politeísta romana: as práticas mágicas e a estrutura mítica da Roma Antiga.</p> <p>UNIDADE IV: Humanismo e renascimento. Reformas religiosas: a reforma católica. Povos pré-colombianos.</p> <p>Humanismo e renascimento.</p> <p>A produção de uma nova mentalidade na Europa Ocidental: - Humanismo e Renascimento (Fases do movimento).</p> <p>Valores Humanistas.</p> <p>Arte e Ciência.</p> <p>Transformações culturais e sociais.</p> <p>REFORMAS RELIGIOSAS.</p> <p>Reforma na Alemanha: O Luteranismo.</p> <p>Os Anabatistas.</p> <p>Reforma na Suíça: O Calvinismo.</p> <p>Reforma na Inglaterra: O Anglicanismo.</p> <p>A REFORMA CATÓLICA.</p> <p>Contrarreforma Católica.</p> <p>O Concílio de Trento.</p> <p>O Tribunal do Santo Ofício.</p> <p>POVOS PRÉ-COLOMBIANOS.</p>
---	---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>Corporações de Ofício e mercadores.</p> <p>Os movimentos sociais na Europa Medieval: Revoltas camponesas.</p> <p>cristianismo no mundo medieval: o surgimento de uma nova mentalidade (a arte, arquitetura e comportamento medieval).</p> <p>A Igreja Cristã na sociedade medieval e as heresias medievais na baixa Idade Média.</p> <p>As Cruzadas e suas consequências para o mundo medieval (abertura do Mediterrâneo, renascimento das cidades e do comércio e declínio da sociedade feudal).</p> <p>Desestruturação do Sistema Feudal Crise da Idade Média (Crise do século XIV): A Peste Negra, a grande fome, guerras, etc.</p>	<p>A organização, a divisão social do trabalho e a estrutura política e social nas terras pré-colombianas: Maia, Inca, Asteca e Tupi - Guarani.</p> <p>As hierarquias, os cacicados/chefias e as concepções de guerra entre os povos da América pré-colombiana: Maia, Inca, Asteca e Tupi-guarani.</p> <p>O uso da terra para os Incas, Astecas e Tupinambá: impactos ambientais.</p> <p>As práticas mágicas e a estrutura mítica entre os povos Incas, Maias, Astecas e Tupinambá na América pré-colombiana.</p>
Bibliografia Básica	
<p>ALVES, Alexandre e OLIVEIRA, Leticia Fagundes. Conexões com a História: das origens do homem à conquista do Novo Mundo. São Paulo: Moderna, 2010.</p> <p>BRAIK, Patrícia Ramos e MOTA, Myriam Becho. História: das cavernas ao terceiro milênio. São Paulo: Moderna, 2010, v. I.</p> <p>VAINFAS, Ronaldo (et al). História: das sociedades sem Estado às monarquias absolutistas. São Paulo: Saraiva, 2013, v. I.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>FUNARI, Pedro Paulo. Grécia e Roma: vida pública e vida privada, cultura, pensamento e mitologia, amores e sexualidade. 3 ed. São Paulo: Contexto. 2004.</p> <p>GUIMARÃES, Marcella Lopes. Capítulos de História: o trabalho com fontes. Curitiba: Aymará Educação, 2012.</p> <p>MATTOS, Regiane Augusto de. História e cultura afro-brasileira. São Paulo: Contexto, 2007.</p> <p>MELATTI, Júlio César. Índios do Brasil. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.</p> <p>PHILIPPE Aries & GEORGES Duby. Coleção História da Vida Privada. Companhia de Bolso, 2009.</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Geografia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Histórico da Geografia como ciência. Conceitos científicos básicos: paisagem, lugar, espaço, tempo, território, lugar. Cartografia: localização e orientação, os mapas, representações gráficas, tecnologias			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

modernas aplicadas à cartografia. Geografia Física e Meio Ambiente: estrutura geológica, as estruturas e formas do relevo, clima, solo, hidrografia, biomas e formações vegetais (classificação e situação atual).

Competências

- Usar e aplicar a linguagem geográfica em diferentes situações a partir da utilização de diferentes conceitos e tecnologias disponíveis.
- Compreender as características físicas do espaço e as relações do homem com a natureza do mesmo.
- Saber ler mapas, identificando os elementos nele apresentados.
- Compreender e representar as diferentes formas de representação da Terra.
- Compreender a formação geológica do planeta Terra.
- Identificar as estruturas geológicas, descrevê-las e relacioná-las com as atividades humanas.
- Compreender como se dá os impactos ambientais em escala nacional.
- Sugerir possíveis soluções para os impactos ambientais brasileiros.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: Introdução aos estudos Geográficos e fundamentos de cartografia Coordenadas, movimentos e fusos horários; Representações cartográficas, Escalas e projeções; Mapas temáticos e gráficos; Tecnologias modernas utilizadas pela cartografia;	UNIDADE III: Geografia Física II Solos; Clima; Os fenômenos climáticos e a interferência humana;
UNIDADE II: Geografia Física I Estrutura Geológica; As estruturas e as formas de relevo;	UNIDADE IV: Geografia Física III Hidrografia; Formações vegetais e os domínios morfoclimáticos; As conferências em defesa do meio ambiente;

Bibliografia Básica

MOREIRA, I. **O espaço geográfico: geografia geral e do Brasil**. São Paulo: Ática, 2012.

ROSS, J. **Os fundamentos da Geografia da natureza**. *Geografia do Brasil*. São Paulo: Edusp, 2011.

SENE, E.; MOREIRA, J.C. **Geografia geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização**. Geografia Ensino Médio. Scipione. São Paulo, 2012.

Bibliografia Complementar

ALMEIDA, R. D.; **Novos Rumos da Cartografia Escolar: currículo, linguagem e tecnologia**. São Paulo: Contexto, 2011.

_____, R. D. e PASSINI, E. Y. **O espaço geográfico: ensino e representação**. 4ª ed. São Paulo, Contexto, 2002.

MAGNOLI, D. ; ARAUJO, R.A **nova geografia: estudos de geografia do Brasil**. 5ªed. São Paulo: Moderna, 2013.

PONTUSCHKA, N. N; OLIVEIRA, A. U. **Geografia em Perspectiva: ensino e pesquisa**. São Paulo: Contexto, 2006.

VESENTINI, J. W. **Sociedade e espaço: Geografia Geral e do Brasil**. 31ª ed. São Paulo: Ática, 2000



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrado
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócio	Período Letivo:	1º ano
Componente Curricular:	Filosofia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
A emergência da Filosofia; Passagem do Mito ao Logos; Introdução à Teoria do Conhecimento; Os diferentes tipos de conhecimento e saberes; Antropologia Filosófica; Concepções de homem ao longo da História da Filosofia; As sociedades de base tecnológica; O paradigma do aprender a aprender no mundo globalizado e dinâmico.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Capacidade para um modo especificamente filosófico de formular e propor soluções a problemas, nos diversos campos do conhecimento;• Capacidade de desenvolver uma consciência crítica sobre conhecimento, razão e realidade sócio-histórico política;• Capacidade para análise, interpretação e comentário de textos teóricos, segundo os mais rigorosos procedimentos de técnica hermenêutica;• Compreensão da importância das questões acerca do sentido e da significação da própria existência e das produções culturais;• Percepção da integração necessária entre a filosofia e a produção científica, artística, bem como com o agir pessoal e político;			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I A emergência da filosofia Ordem mítica Ordem racional História da Filosofia Sistemas epistemológicos	UNIDADE III Antropologia filosófica Concepções de homem ao longo da história Perspectivas antropológicas	UNIDADE IV As sociedades tecnológicas Paradigma do aprender a aprender Informação e conhecimento Paradigmas do cooperativismo (copyleft) e competição (copyright)	
UNIDADE II O conhecimento Filosofia e outros saberes: senso comum, mítico e científico Dogmatismo, ceticismo e criticismo Objetividade e construção da verdade			
Bibliografia			
ARANHA, Maria Lúcia de A; MARTINS, Maria Helena P. Filosofando . Introdução à Filosofia. 4ed. São Paulo: Ed. Moderna, 2009. GALLO, Sílvio. Filosofia : experiência do pensamento. São Paulo: Scipione, 2014. SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO PARANÁ. Filosofia . Curitiba: SEED-PR, 2006.			
Bibliografia Complementar			
ABBAGNANO, Nicola. Dicionário de Filosofia . 6ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012. AGUIAR, Vicente Macedo de (org.). Software livre, cultura hacker e o ecossistema da colaboração .			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

São Paulo: Momento Editorial, 2009.
[ENCICLOPÉDIA DE FILOSOFIA](#). São Paulo: s/e, 2004.
HAMLYN, D. W. **Uma História da Filosofia Ocidental**. Trad. Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1987.
MAYR, Arnaldo H. **Teoria do Conhecimento**. Guia de Estudos (EaD) – Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha (MG): UNIS-MG, 2008.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Sociologia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Conceito de Sociologia, contexto histórico do surgimento da Sociologia: Iluminismo, Revolução Industrial e Francesa, principais teóricos da Sociologia: Émile Durkheim, Karl Marx e Max Weber, processo de socialização, principais instituições sociais: Família, Igreja, Escola, Estado, relações entre indivíduo e sociedade, conceito e diferença entre Estrutura e Estratificação Social, principais estratificações sociais: Castas, Estamentos, classes sociais, tipos de mobilidades sociais: Horizontal e vertical, relações de trabalho na sociedade, trabalho nas diferentes sociedades: Tribais, greco-romana, feudal e capitalista, Novas formas de trabalho na sociedade capitalista: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender o contexto histórico do surgimento da Sociologia e sua importância no estudo das relações sociais;• Analisar as contribuições das teorias sociológicas clássicas, seus conceitos e ideias, como modalidades específicas de interpretações das problemáticas sociais;• Capacidade de identificar e compreender o processo de socialização, os papéis das instituições sociais e as relações entre os indivíduos e sociedade a partir das diferentes concepções sociológicas;• Aprender os conceitos e características de Estrutura, Estratificação, Mobilidade e Mudança Social, relacionar essas temáticas com a realidade social vigente;• Capacidade de identificar os elementos e dilemas fundamentais do mundo do trabalho e as transformações nas diferentes sociedades, bem como analisar as novas configurações do trabalho na sociedade capitalista: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Introdução a Sociologia/ Conceitos Básicos da Sociologia e o Contexto Histórico de Formação do Pensamento Sociológico Clássico. O que é Sociologia? Importância do estudo da Sociologia; Contexto histórico do surgimento da Sociologia: Iluminismo, Revolução Industrial e Francesa; Augusto Comte - Física Social e positivismo; Émile Durkheim – Fato Social e funcionalismo;	Émile Durkheim – As instituições e o indivíduo; Max Weber – O indivíduo e a ação social; Norbert Elias e Pierre Bourdieu – A sociedade dos indivíduos. UNIDADE III: Estrutura e Estratificação Social/ Mobilidade e Mudança Social/ desigualdades sociais. Conceito e diferença entre Estrutura e		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>Karl Marx – realidade social e Materialismo Histórico Dialético;</p> <p>Max Weber – Ação Social e Sociologia compreensiva.</p> <p>UNIDADE II: Processo de socialização, instituições sociais, as relações entre indivíduo e sociedade.</p> <p>O que é o processo de socialização?</p> <p>As diferenças no processo de socialização.</p> <p>Principais instituições sociais: Família, Igreja, Escola, Estado.</p> <p>Relações entre indivíduo e sociedade;</p> <p>Karl Marx – Os indivíduos e as classes sociais;</p>	<p>Estratificação Social;</p> <p>Principais estratificações sociais: Castas, Estamentos, classes sociais;</p> <p>Conceito e diferença entre mobilidade e mudança social;</p> <p>Tipos de mobilidades sociais: Horizontal e vertical;</p> <p>Sociedade capitalista, classes sociais e desigualdades sociais;</p> <p>Desigualdades sociais no Brasil;</p> <p>UNIDADE IV: Trabalho e sociedade</p> <p>História e importância do trabalho;</p> <p>Conceito de trabalho e emprego;</p> <p>Trabalho nas diferentes sociedades: Tribais, greco-romana, feudal e capitalista;</p> <p>Trabalho para os clássicos da sociologia;</p> <p>Novas formas de trabalho na sociedade capitalista: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo;</p> <p>A questão do trabalho no Brasil.</p>
Bibliografia Básica	
<p>COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia: introdução a ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2011.</p> <p>DIAS, Reinaldo. Introdução à sociologia. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.</p> <p>TOMAZI, Nelson Dácio. Sociologia para o Ensino Médio. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>ANTUNES, R. Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 16ª. ed. São Paulo: Cortez, 2015.</p> <p>BOMENY, Helena. MEDEIROS, Bianca Freire. Tempos Modernos, Tempos de Sociologia. São Paulo: Editora do Brasil, 2010.</p> <p>MACHADO, Igor Jose de Reno; Et al. Sociologia Hoje. São Paulo: Ática, 2013.</p> <p>GIDDENS, Anthony. Sociologia. 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.</p> <p>QUINTANEIRO, Tânia; Et al. Um Toque de Clássicos: Marx, Durkheim e Weber. 2ª Edição. Belo Horizonte: UFMG, 2007.</p>	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Biologia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Estudo da Biologia. Características dos seres vivos. Níveis de organização dos seres vivos. Origem da vida. Composição química dos seres vivos. Citologia. Envoltórios celulares. Citoplasma. Metabolismo celular. Núcleo. Divisão celular. Reprodução. Desenvolvimento embrionário. Histologia. Epitélios. Tecidos conjuntivos. Tecidos musculares. Tecido nervoso.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Identificar os princípios de organização da vida que a tornam um fenômeno único e objeto de estudo da Biologia;• Compreender os modelos explicativos para a origem da célula como unidade de vida e diversificação de sua estrutura nos organismos;• Compreender as propriedades estruturais das biomoléculas e sua função nos organismos dos seres vivos;• Reconhecer o metabolismo como um sistema ordenado de processos de transformação de matéria e energia a nível celular;• Relacionar os processos de divisão celular, reprodução humana e desenvolvimento embrionário no organismo humano;• Entender a classificação e o funcionamento dos tecidos que formam o organismo humano.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I – Introdução a Biologia Estudo da Biologia; Seres vivos e organização biológica; Características dos seres vivos; Origem da vida; Composição química dos seres vivos.	UNIDADE III - Núcleo celular, reprodução e desenvolvimento embrionário. Sistema urinário; Sistema nervoso; Sistema endócrino.	UNIDADE IV- Histologia. Classificação, fisiologia e características dos tecidos que formam o organismo humano; Tecidos epiteliais; Tecidos conjuntivos; Tecido sanguíneo; Tecidos musculares; Tecido nervoso.	
UNIDADE II - Citologia Histórico; Teoria celular; Microscópio; Envoltórios celulares; Citoplasma; Metabolismo celular.			
Bibliografia Básica			
AMABIS, José Mariano & MARTHO, Gilberto Rodrigues. Biologia em contexto . Volume 1. 1ª ed. São			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Paulo: Editora Moderna, 2013.

LOPES, Sônia Godoy Bueno Carvalho & ROSSO, Sergio. **Bio**. Volume 1. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

PURVES, W. K.; SADAVA, D.; ORIAN, G. H.; HELLER, H. C. **Vida: a ciência da biologia**. Vol. 1, Porto Alegre: Artmed, 2015.

Bibliografia Complementar

ALBERTS, B. **Biologia molecular da célula**. Porto Alegre: Artmed, 2014.

BIZZO, Nélío Marco Vicenzo. **Novas bases da Biologia**. Volume 1. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2013.

CARLSON, B.M. **Embriologia humana e Biologia do Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2012.

JUNQUEIRA, L. C. e CARNEIRO, J. **Biologia Celular e Molecular**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2014.

JUNQUEIRA, L. C. e CARNEIRO, J. **Biologia estrutural dos tecidos – Histologia**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2012.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º ano
Componente Curricular:	Química	Carga Horária:	80 h
Ementa			
O ensino de química no ensino médio propicia o aluno reconhecer os materiais, as substâncias presentes nas diversas atividades do seu dia a dia, a compreensão das transformações químicas nos processos naturais, industriais, agrícolas e tecnológicos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Perceber que muito do conforto da vida moderna se deve à utilização de progressos da Química; Montar um modelo de átomo que respeite as proporções entre raio do núcleo e raio da eletrosfera, escolhendo o objeto mais adequado para representar o núcleo, a fim de que o átomo representado caiba na sala de aula ou pelo menos, no terreno da escola;• Associar a posição de um elemento representativo na tabela periódica (período e grupo) à sua distribuição eletrônica em camadas e à sua valência;• Determinar a geometria molecular de compostos não muito complexos;• Obter um indicador ácido base e utilizá-lo para testar algumas soluções visando classificá-las como ácidas ou básicas;• Empregar dados de massa molar para calcular a quantidade de matéria, expressa em mols.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I Introdução ao estudo da Química		UNIDADE III A tabela periódica dos elementos	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Substâncias Químicas Introdução ao conceito de reação química UNIDADE II Do macroscópico ao microscópico: átomos e moléculas; Introdução à estrutura atômica; Noção mais detalhada das estruturas atômicas.	Ligações químicas interatômicas Geometria molecular e ligações químicas intermoleculares UNIDADE IV Princípios da Química Inorgânica; Mol; O comportamento físico dos gases
Bibliografia Básica	
FONSECA, Martha Reis Marques da Fonseca: 1º edição - São Paulo: Ática, 2013 FELTRE, R. Química , 6 ed., editora Moderna, São Paulo, vol. 1, 2004. PERUZO, F. M.; CANTO E.L, QUÍMICA, Química na abordagem do cotidiano , volume 1, 4º edição, ed. Moderna, São Paulo, 2006.	
Bibliografia Complementar	
FONSECA, Marta Reis Marques da. Interatividade química: Cidadania, participação e transformação . Volume único. São Paulo: Editora FTD, 2003. SANTOS, Wildson Luiz Pereira dos (coord.) Química e Sociedade , vol. único: nova geração, 2005. LEMBO, Antônio. Química - Realidade e Contexto , vols. 1, Ática, São Paulo, 1999. MORTIMER, Eduardo Fleury e Andrea Horta Machado - química – volume único -segundo grau-São Paulo, Editora Scipione, 2009 SARDELLA, Antônio, Curso completo de Química – volume único, 2º edição, São Paulo, Editora Ática, 1999.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º ano
Componente Curricular:	Física	Carga Horária:	80 h

Ementa

História da Física; Ciência, tecnologia e sociedade; Sistemas de medidas; Conceitos relacionados à Cinemática; Dinâmica dos Movimentos; Leis de Newton; Trabalho Mecânico; Energia Mecânica; Potência; Rendimento; Fontes alternativas de energia.

Competências

- Dominar os conceitos relacionados ao estudo dos movimentos;
- Construir e interpretar gráficos relacionando grandezas físicas;
- Identificar e aplicar as Leis de Newton ao movimento de translação e ao equilíbrio de partículas;
- Compreender e aplicar a relação do trabalho de força atuante em corpos;
- Definir e aplicar as forças de interação, juntamente com as Leis de Newton na solução de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>problemas e análise de situações relacionadas à educação no trânsito;</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplicar as condições de equilíbrio em situações cotidianas;• Aplicar o princípio da conservação da energia mecânica;	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I – Cinemática e Dinâmica.</p> <p>Posição numa trajetória e Referencial;</p> <p>Velocidade escalar média;</p> <p>Movimento uniforme (MU);</p> <p>Movimento uniformemente variado (MUV);</p> <p>UNIDADE II – As leis de Newton e suas Aplicações</p> <p>Princípio da inércia (primeira lei de Newton);</p> <p>Princípio fundamental da Dinâmica (segunda lei de Newton);</p> <p>Princípio da ação – e - reação (terceira lei de Newton);</p> <p>Força peso;</p> <p>Força normal;</p> <p>Força de tração;</p> <p>Força elástica;</p> <p>Força de atrito;</p>	<p>UNIDADE III – Trabalho Mecânico</p> <p>Introdução ao trabalho;</p> <p>Trabalho de uma força constante paralela ao deslocamento;</p> <p>Trabalho de uma força constante não-paralela ao deslocamento;</p> <p>Trabalho de uma força variável;</p> <p>Trabalho da força peso;</p> <p>Trabalho da força elástica;</p> <p>UNIDADE IV – Energia Mecânica</p> <p>Energia cinética;</p> <p>Teorema da energia Cinética</p> <p>Energia potencial gravitacional;</p> <p>Energia potencial elástica;</p> <p>Conservação da energia mecânica;</p> <p>Outras formas de energia;</p>
Bibliografia Básica	
ALVARES, B. A.; LUZ, A. M. R. Física contexto & Aplicações. v 1. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013. BISCUOLA, G. J.; BÔAS, N. V.; DOCA, R. H. Física, Mecânica. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. TORRES, C. M. A. et al. Física, ciências e tecnologia. v. 1. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2013.	
Bibliografia Complementar	
XAVIER, Cláudio; BENIGNO, Barreto. Coleção Física: aula por aula. v. 1. 1 ed. São Paulo: FTD, 2010. RAMALHO, J.F.; NICOLAU, F.G.; TOLEDO, S.A. Os Fundamentos da Física. v. 1. São Paulo: Moderna, 2008. CHAVES, A.; SAMPAIO, J.F. Física Básica: mecânica. v.1. 1 ed. São Paulo: LTC, 2007. SAMPALHO, J.L.; CALÇADA, C. S. Universo da Física. v. 1. 2 ed. São Paulo: Atual, 2005. MONTANARI, V. Energia nossa de cada dia. São Paulo: Moderna, 2003.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Metodologia do Trabalho Científico	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Ciência e conhecimento. Tipos de conhecimento. Conceito de Ciência. Método científico. Pesquisa qualitativa. Pesquisa quantitativa. Pesquisa científica. Normas da ABNT para trabalhos acadêmicos e redação científica. Amostragem. Técnicas de pesquisa. Fundamentação teórica, citações e referências. Trabalhos científicos e divulgação científica. Organização e orientação do projeto de pesquisa aplicado.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender os conceitos de ciência e os métodos científicos e relacioná-los com a construção do conhecimento científico.• Desenvolver pesquisa científica e empregá-la no planejamento de projetos aplicados.• Planejar as fases de uma pesquisa científica tendo como produto final um projeto aplicado.			
Base Científica e Tecnológica			
Unidade I: Ciência e Conhecimento Científico. Os tipos de conhecimento; Conceito de Ciência; Métodos científicos; Conceito de método; Desenvolvimento histórico do método e os tipos de método; Hipóteses: definições, elementos constitutivos e verificação; Metodologia qualitativa e quantitativa.		Unidade III: Organização e orientação do projeto de pesquisa aplicado I. Definição do tema e do orientador do projeto Introdução e Justificativa; Objetivos, problema contextualizado e hipóteses Revisão da literatura; Orientações individuais;	
Unidade II: Pesquisa científica. Conceitos e finalidades da pesquisa científica; Características, campos e tipos de pesquisa científica; Fases da pesquisa científica;		Unidade IV: Organização e orientação do projeto de pesquisa aplicado II. Definição e elaboração da metodologia; Elaboração dos instrumentos de pesquisa; Cronograma e orçamento; Referências; Orientação individual;	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Normas da ABNT; Amostragem; Técnicas de pesquisa; Elaboração dos dados; Análise e interpretação dos dados; Fundamentação teórica, Citações e Referências; Trabalhos científicos e divulgação científica.	Apresentação / entrega do projeto de pesquisa para os trâmites de execução.
Bibliografia Básica	
ANDRADE, M. M. Introdução à Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Atlas, 2010. GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010. MARCONI, M. A. M.; LAKATOS, E. M. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2013.	
Bibliografia Complementar	
MARCONI, M. A. M.; LAKATOS, E. M. Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2011. MARCONI, M. A. M.; LAKATOS, E. M. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. São Paulo: Atlas, 2014. MARTINS, G. A. THEÓPHILO, C. R. Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas. São Paulo: Atlas, 2009. PRESTES, M. L. M. A pesquisa e a construção do conhecimento científico. São Paulo: Respel, 2005. OLIVEIRA. M. M. Como fazer pesquisa qualitativa. Petrópolis: Vozes, 2016.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Informática	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Era da computação. Evolução de tecnologias. Hardware. Componentes Básicos de um computador. Indústria de software no Brasil. História e ascensão da internet. Correios Eletrônico. Sistemas operacionais modernos. Edição de texto. Edição de planilhas eletrônicas.			
Competências			
Identificar os componentes lógicos e físicos do computador. Conceito e funcionamento de sistema operacional. Operar soluções de softwares utilitários. Utilizar a internet de forma segura e fazer uso dos seus diversos serviços. Compreender a importância das Tecnologias existentes hoje no mercado.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Conhecer e manusear softwares básicos para desenvolvimento de material de comunicação para o mercado.	
Base Científica e Tecnológica	
Unidade I: Introdução a informática. A era da computação; História do Computador; Conceitos de Hardwares; Conceitos de Softwares.	Unidade III: Office I. Software de edição de texto; Digitação e movimentação; Ferramentas e funções; Formatação.
Unidade II: Sistemas Operacionais e Internet. História da internet; Word Wide Web (www); Correio eletrônico (e-mail); Segurança na internet; Sistemas Operacionais.	Unidade IV: Office II. Software de edição de planilha eletrônica; Digitação e movimentação; Ferramentas e funções; Formatação e gráficos.
Bibliografia Básica	
OLIVEIRA, R. S. <i>et al.</i> Sistemas Operacionais. Vol. 11. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2010. SILVA, M. G. Terminologia. São Paulo: Editora Érica, 2013. TANENBAUM, A. S. Sistemas operacionais modernos. São Paulo: Prentice Hall, 2010.	
Bibliografia Complementar	
CAMPOS, E. O. Informática 2010. Campinas: Komed, 2012. COSTA, E. A. BrOffice.org: da teoria à prática. São Paulo: Brasport, 2007. MANZANO, A. Luiz. <i>et al.</i> Estudo Dirigido de Informática Básica. São Paulo: Érica, 2008. MARÇULA, M.; BRNINI FILHO, P. A. Informática: conceitos e aplicações. São Paulo: Érica, 2008. VELLOSO, F. C. Informática: conceitos básicos. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2011.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Teoria Geral da Administração	Carga Horária:	80 h
Ementa			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Teorias da administração. Funções da administração e do administrador. Abordagem histórica da administração. Abordagem comportamental. Liderança. Operações. Marketing. Equipe. Recursos.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver o conceito de administração, suas funções e o papel do administrador.• Empregar as principais contribuições teóricas para a formação do conhecimento administrativo;• Identificar as principais contribuições no campo do comportamento humano, da motivação e liderança.• Aprender as áreas funcionais da administração e seus processos.	
Base Científica e Tecnológica	
Unidade I: Administração - Ciência Social Aplicada. Conteúdos e objeto de estudo da Administração; A Administração na sociedade moderna; Funções do Administrador; O Administrador como agente de mudanças.	Unidade III: Relações Humanas. Decorrência da Teoria das Relações Humanas; Abordagem Humanística; Abordagem Motivacional; Comunicação e Liderança.
Unidade II: Histórico da Administração. Escola Clássica – Taylor, Ford e Fayol. Burocracia; Teoria Neoclássica. Teoria da Contingência.	Unidade IV: Administração das áreas funcionais. Gestão de Operações; Gestão de Marketing; Gestão de Pessoas; Gestão Financeira.
Bibliografia Básica	
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral da Administração . 9. ed. São Paulo: Elsevier, 2014. MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à administração . 8. ed. São Paulo: Atlas, 2011. WILLIAMS, Chuck. ADM . Tradução Roberto Galman; revisão Sérgio Lex. São Paulo: Cengage Learning, 2011.	
Bibliografia Complementar	
CORRÊA, H.; CORRÊA, C. Administração de Produção e Operações: Manufatura e Serviços: uma abordagem estratégica . São Paulo: Atlas, 2014. GURGEL, C.; RODRIGUEZ, M. V. R. Administração: elementos essenciais para a	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

gestão das organizações. São Paulo: Atlas, 2009.
MAXIMIANO, A. C. A. Administração para Empreendedores. São Paulo: Pearson, 2011.
SLACK, N. *et. al.* Administração da produção. São Paulo: Atlas, 2015.
SOBRAL, F. Administração: Teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson, 2013.]

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Fundamentos de Economia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Conceitos Fundamentais da Ciência Economia. Noções de Microeconomia. Comportamento do consumidor. Lei da oferta e da demanda. Noções de Macroeconomia. Agregados econômicos. Conceitos da Economia Internacional. Teorias do Comércio Internacional.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Entender os agentes do sistema econômico e suas articulações.• Compreender as abordagens teóricas acerca do consumidor e da produção, bem como a teoria dos mercados de bens e fatores produtivos.• Ampliar o instrumental de estudos na gestão dos negócios regionais e empresariais, inteirando-os aos cenários produtivo, econômico e social do mundo globalizado.			
Base Científica e Tecnológica			
Unidade I: Introdução à Ciência Econômica. A Economia enquanto ciência; Definições, objeto e princípios da Economia; A evolução do Pensamento Econômico; O Sistema Econômico e a alocação dos recursos produtivos.		Unidade III: Noções de Macroeconomia. Produto Interno Bruto; O Sistema Monetário: A Moeda e suas funções; Noções de Inflação e Juros; O Setor Público: elementos políticos e déficit.	
Unidade II: Noções de Microeconomia. Teorias do Consumidor e da Produção; Funcionamento do mercado: Oferta e Demanda; Elasticidade dos produtos;		UNIDADE IV: CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO Crescimento x Desenvolvimento; Fontes do Crescimento; Financiamento do Desenvolvimento Econômico; Modelos de Desenvolvimento Econômico.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Estruturas de Mercado e Concorrência.
Bibliografia Básica
VASCONCELLOS, M. A. S; GARCIA, M. E. Fundamentos de Economia . 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. PINHO, D. B. Manual de Economia . 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011 HUNT, E. K; SHERMAN, H. J. História do Pensamento Econômico . 22. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2005.
Bibliografia Complementar
ROSSETTI, J. P. Introdução à Economia . 20. ed. São Paulo: Atlas, 2003. KRUGMAN, P. WELLS, R. Introdução à Economia . 2. ed. São Paulo: Campus, 2012 VASCONCELLOS, Marco Antonio S. Economia: micro e macro . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011. MANKIW, N. Gregory. Introdução à Economia . 6. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2014. JONES, Charles I.; VOLLRATH, Dietrich. Introdução a Teoria do Crescimento Econômico . 3ª Ed. São Paulo: Elsevier – Campus, 2015.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Introdução ao Marketing	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Evolução do Marketing. Conceito e funções de marketing. 4 P'S do Marketing. Conceitos centrais do marketing. Orientações do marketing. Marketing e valor para o cliente. Coleta, análise e informações do ambiente de marketing. Segmentação de mercado e posicionamento competitivo. SIM – Sistema de Informação de Marketing. Marketing de Serviços. Marketing Ambiental.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Saber identificar os conceitos do marketing e sua evolução e função no mercado;• Introduzir o desenvolvimento do pensamento estratégico de marketing das empresas, produtos e marcas;• Analisar o mercado para identificação e avaliação do potencial de oportunidades de negócios por meio de diferentes critérios;• Equacionar soluções no setor operacional de compra e vendas de produtos ou marcas;• Promover o desenvolvimento criativo e proativo no processo de desenvolvimento de um produto ou marca;• Considerar o comportamento do consumidor, bem como a legislação que o ampara no processo relacional mercadológico;			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<ul style="list-style-type: none">• Demonstrar domínio suficiente dos conceitos e técnicas básicas do marketing.	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: O Marketing na contemporaneidade</p> <p>Conceito de Marketing.</p> <p>Evolução do Marketing, suas funções e orientações para mercado.</p> <p>Tendências e tarefas fundamentais para o Marketing.</p> <p>Satisfação do consumidor</p> <p>Segmentação e Posicionamento. Competitivo</p> <p>Níveis de segmentação de Mercado</p> <p>Segmentação de Mercados Consumidores</p> <p>Bases para segmentação de Mercado</p> <p>Seleção de mercado-alvo</p> <p>Desenvolvimento e comunicação da estratégia</p> <p>Estratégias de diferenciação</p> <p>Estratégias de marketing para o ciclo de vida de produto.</p> <p>UNIDADE II: Concorrência e estratégia</p> <p>Identificação e classificação da concorrência;</p> <p>Análise da concorrência e estratégias competitivas;</p> <p>Introdução às estratégias de produto, preço, comunicação e distribuição.</p> <p>Ambiente econômico;</p> <p>Ambiente sociocultural;</p> <p>Ambiente político;</p> <p>Ambiente natural;</p> <p>Ambiente político legal.</p>	<p>UNIDADE III: SIM – Sistema de Informação de Marketing, Plano de Marketing e Pesquisa de Marketing</p> <p>Sistema de informação de marketing e os componentes do SIM</p> <p>Plano de marketing</p> <p>Conceitos e técnicas,</p> <p>Tipos de pesquisa;</p> <p>Pesquisa qualitativa e quantitativa</p> <p>Definição de problema e planejamento de pesquisa;</p> <p>Amostragem</p> <p>Coleta, análise e decisão</p> <p>IV – Marketing de Serviços e Marketing Ambiental</p> <p>Conceitos de marketing de serviços;</p> <p>Mix de serviços;</p> <p>Classificação e características dos serviços;</p> <p>Marketing ambiental: conceitos e definições;</p> <p>Marketing verde;</p> <p>Responsabilidade social;</p>
Bibliografia Básica	
COBRA, M. Administração de Marketing no Brasil . 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.	
KOTLER, Philip. Administração de Marketing , 14º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.	
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . 15ª ed. São Paulo: Pearson: 2015.	
Bibliografia Complementar	
AMBRÓSIO, Vicente. Plano de Marketing: um roteiro para a ação . 2. Ed. São Paulo: Pearson, 2012.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

HAIR Jr., Joseph F. et al. **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento e execução**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

McDONALD, Malcom; WILSON, Hugh. **Planos de Marketing: Planejamento e Gestão estratégica**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2013.

URDAN, Flavio Torres; URDAN, André Torres. **Gestão do Composto de Marketing: visão integrada de produto, preço, distribuição e comunicação. Táticas para empresas brasileiras. Casos e aplicações**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2013

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa e Literatura	Carga Horária:	120 h
Ementa			
Estudo dos verbos. Análise morfossintática. Análise sintática. Coesão e coerência. Estudos literários. Produção textual dos gêneros estudados.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Aplicar recursos expressivos das linguagens, relacionando textos com seus contextos, mediante a natureza, função, organização, estrutura das manifestações, de acordo com as condições de produção e recepção;• Apropriar-se dos elementos coesivos e de suas diversas configurações;• Avaliar o texto, considerando a articulação coerente dos elementos linguísticos, dos parágrafos e demais partes do texto; a pertinência das informações e dos juízos de valor; e a eficácia comunicativa;• Reconhecer os usos da norma-padrão da língua portuguesa nas diferentes situações de comunicação;• Ler e produzir textos diversos, enfocando as sequências representativas dos gêneros estudados;• Correlacionar os gêneros literários à cultura e à história, considerando os aspectos temáticos, composicionais e estilísticos.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: MORFOSSINTAXE I O verbo; Locução verbal; Flexão dos verbos; Formas nominais do verbo; Classificação dos verbos; Conjugações; Produção textual – a Entrevista;		UNIDADE III: SINTAXE I Frase; Oração; Período; Sujeito; Predicado; Termos ligados ao verbo: objeto direto, objeto indireto, adjunto adverbial;	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Formação dos tempos simples; Formação dos tempos compostos; O verbo na construção do texto; A linguagem do Realismo, do Naturalismo e do Parnasianismo; Produção textual: A Notícia. UNIDADE II: MORFOSSINTAXE II Colocação Pronominal; O Simbolismo; Produção textual: Cartão de visitas O advérbio; A preposição; A conjunção; A interjeição; Coesão e coerência; Produção textual: Artigo de opinião. Editorial.	Termos ligados ao nome: adjunto adnominal e complemento nominal; Pré-modernismo; Produção textual: A crítica. UNIDADE IV: SINTAXE II Transitividade Verbal; Vozes do verbo; Produção textual: Panfleto; Divulgação de evento e produtos nas redes sociais – Propaganda; Aposto e vocativo; Pontuação; Parágrafo; Modernismo (fases); Produção textual: Carta argumentativa.
Bibliografia Básica	
CEREJA. William Roberto. Português Linguagens . São Paulo: Saraiva, 2012. PERINI. Mário A. Gramática do Português Brasileiro . São Paulo. SP: Editora Parábola, 2010. SOARES. Doris de Almeida. Produção Textual e revisão textual: um guia para professores de português e de Línguas estrangeiras . Petrópolis. Rio de Janeiro, 2009.	
Bibliografia Complementar	
ABAURRE. Maria Luiza e Maria Bernadete. Português: contexto, interlocução e sentido: Volume I . São Paulo: Moderna, 2010. BRAGA, Maria Luíza; MOLLICA, Maria Cecília. Introdução à sociolinguística: o tratamento da variação . São Paulo; Contexto, 2011. MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação . 5.ed. Trad. Cecília P. de Souza e Silva. São Paulo: Cortez, 2001. MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade . In. DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. A. ; BEZERRA, M. A. B. (Orgs.). Gêneros textuais e ensino. Rio de Janeiro: Lucena, 2002. POSSENTI, Sírio. Questões de linguagem: passeio gramatical dirigido . São Paulo: Parábola, 2011.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Componente Curricular:	Artes	Carga Horária:	40 h
Ementa			
<p>Conceitos, contextualização, fundamentos artísticos estéticos, correlações, deslocamentos e rupturas sócio-culturais de escolas e movimentos modernistas europeus- vanguardas; e arte moderna brasileira.</p> <p>Definições conceituais dos elementos constitutivos da música e estudos de termos musicais que costumam ser equivocados; fazer musical e fruição por meio das atividades de composição, execução, apreciação, incluindo-se ainda a literatura e a técnica.</p>			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender a arte, seus fundamentos artísticos e estéticos, a partir de conceituações ocidentais, reconhecendo suas correlações, deslocamentos e rupturas de significações culturais. Proporcionando perceber a arte e sua importância na vida humana assim como seu dialogismo com outras áreas de conhecimentos e no mundo do trabalho;• Conhecer e contextualizar conceitual e historicamente escolas e movimentos da história da arte: Vanguardas modernistas européias e arte moderna brasileira. Assim como compreender as bases compositivas e estéticas, suas características, seus estilos, suas similiaridades e diferenças em diferentes épocas e culturas;• Desenvolver competências estéticas e artísticas a partir de experimentações reflexivas sensíveis cognitivas, propiciando pesquisa, conhecimento e a utilização de elementos compositivos, materiais, suportes, instrumentos, procedimentos e técnicas nos processos de criação individuais e coletivos;• Reconhecer e entender a arte como sistema cultural considerando aspectos como respeito a diversidade, identidades e subjetividades. Proporcionando reflexões críticas e de alteridade na valorização do patrimônio cultural, em suas diversas concepções, e correlacionando as suas próprias vivências familiar e cultural.• Vivenciar a arte através da linguagem musical;• Analisar, refletir, apreciar, e vivenciar as poéticas musicais brasileiras diante da diversidade;• Entender que nenhum gênero musical deve ser considerado como “melhor” ou “mais difícil” ou “mais artístico” do que outro;• Desenvolver o processo de criação musical, a percepção auditiva, a memória musical, a técnica vocal, e a prática musical em conjunto.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Arte Moderna - vanguardas europeias e Arte moderna brasileira: características, período histórico, principais obras e autores; Impressionismo Fauvismo Expressionismo Abstracionismo		UNIDADE III: Elementos constitutivos da música I/ Música: Relações étnico-raciais e interculturais/ Prática musical em conjunto Ritmo/ Melodia. Diversidade musical no Brasil: O entrelace de culturas indígena, europeia e africana/As contribuições do processo de miscigenação no país na formação de sua identidade musical. Prática coral: Execução de música brasileira a uma,	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>Cubismo Futurismo Surrealismo Dadaísmo</p> <p>UNIDADE II: Arte Moderna Brasileira</p> <p>Neoclassicismo brasileiro e os antecedentes históricos.</p> <p>Semana de Arte Moderna de 1922. Movimentos modernistas pós-Semana de 22: artistas e manifestos.</p>	<p>duas ou três vozes, dependendo da resposta musical do corpo discente/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentam habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Articulações: legato e stacatto / Técnica vocal: Ressonância.</p> <p>UNIDADE IV: Elementos Constitutivos da música II/ Análise de termos musicais/ Prática musical em conjunto</p> <p>Harmonia/ Textura.</p> <p>Estilo/ Forma/ Gênero.</p> <p>Prática coral: Execução de obras de gêneros musicais diferentes a uma, duas ou três vozes, dependendo da resposta musical do corpo discente/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentam habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Dicção: função do palato, da língua e da boca/ Técnica vocal: Apoio do diafragma em relação aos ressoadores.</p>
Bibliografia Básica	
<p>PROENÇA, Graça. História da Arte. São Paulo-SP: Editora Ática, 2012.</p> <p>BARCINSKI, Fabiana Werneck. Sobre a Arte Brasileira. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes: Edições SESC, 2015.</p> <p>ENNETT, Roy. Uma breve história da música. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1986.</p> <p>COSTA, Edilson. Voz e arte lírica: técnica vocal ao alcance de todos. Editora LOVISE. São Paulo, SP. 2001.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>ARGAN, Giulio Carlo. ARTE MODERNA. Editora: Companhia das Letras, 1992</p> <p>CATTANI, Icleia Borsa. Arte Moderna no Brasil. Editora: C/ ARTE, 2011.</p> <p>GRAHAM-DIXON, Andrew. O Guia Visual Definitivo da Arte - Da Pré-História ao Século XXI. São Paulo- SP: Publifolha, 2011.</p> <p>SWANWICK, Keith. Ensinando música musicalmente. Moderna. São Paulo. 2003.</p> <p>ZAGONEL, Bernadete. Metodologia do ensino de arte. Curitiba: IBPEX, 2011.</p>	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º ano
Componente Curricular:	Língua estrangeira - Inglês	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Modal verbs; Some/any/no; Phrasal verbs; Used to; Pronomes Reflexivos; Question words; Conjunções. Presente Perfeito; Advérbios; Comparativos. Passado Perfeito; Sufixos e Prefixos; Pronomes Relativos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver a produção oral e escrita com propósitos comunicativos;• Automatizar os conhecimentos prévios de forma técnica e objetiva;• Relacionar os conteúdos desenvolvidos ao mundo do trabalho e à prática social;• Estimular o trabalho independente, a autonomia, o desenvolvimento das capacidades do pensamento autônomo crítico, de argumentação e da intervenção na realidade.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Modal verbs; Some/any/no; Phrasal verbs; Used to.	UNIDADE II: Pronomes Reflexivos; Question words; Conjunções.	UNIDADE III: Presente Perfeito; Advérbios; Comparativos.	UNIDADE IV: Passado Perfeito; Sufixos e Prefixos Pronomes Relativos.
Bibliografia Básica			
CARTER, R. et al. Exploring Grammar in context . Cambridge: Cambridge press, 2000. LANDI, Ana Paula (org.). Alive High: Inglês – 2º ano . São Paulo: Edições SM, 2013. TORRES, Nelson. Gramática prática da Língua Inglesa: O Inglês descomplicado . 13ª ed. São Paulo: Saraiva 2010.			
Bibliografia Complementar			
AMOS, E. et al. Challenge . São Paulo: Moderna, 2005. AUN, E. et al. English for all . Vol. 2. 1ª ed. São Paulo: Saraiva 2010. FERRO, Jeferson. Inglês Instrumental . Curitiba: IBPEX, 2003. FRANCO, Claudio de Paiva. TAVARES, Kátia Cristina do Amaral. Way to go: Língua estrangeira			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

moderna.1 ed. São Paulo: Ática, 2013.

MARQUES. A. **Password**. Special Edition. São Paulo: Ática, 2007.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Educação Física	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Técnicas dos fundamentos do basquete, Anatomia II Sistema muscular e fisiológico, Técnicas dos fundamentos do jogo de Voleibol, Orientação sexual, Técnicas do Jogo de Handebol, Noções de primeiros socorros, Técnicas dos fundamentos do futsal, Stress e qualidade de vida.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender a técnica de cada modalidade esportiva;• Compreender como o corpo humano é constituído e como ele funciona;• Compreender a importância da alimentação saudável e quais os alimentos mais indicados para ingestão;• Compreender como funciona o sistema cardiorrespiratório e o sistema nervoso central;• Identificar os tipos de alimentos que contribuem de forma positiva e negativa para o bem-estar.• Entender o que é e como funciona o estresse e como combatê-lo;• Ser capaz de exercer os socorros básicos de emergência quando necessário;• Compreender como se dá as doenças sexualmente transmissíveis e como evitar a gravidez na adolescência.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Basquete Técnicas do jogo (técnica do arremesso, condução da bola, Técnicas da defesa e do ataque. Regras do jogo Anatomia Anatomia 2 – Sistema Cárdio Respiratório e Sistema Nervoso (Coração e pulmão, Sistema nervoso Central e Periférico). UNIDADE II: Voleibol	Regras do jogo, Noções Básicas dos Primeiros Socorros O que são primeiros socorros Como atender uma vítima Quais os primeiros cuidados Traumas mais comuns na atividade física Alimentação Conceitos Pirâmide alimentar Porções alimentares Calorias por alimento		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Técnicas do jogo (saque, passe, recepção do saque, levantamento, ataque, bloqueio e defesa). Regras do jogo Orientação Sexual Doenças sexualmente transmissíveis Gravidez na adolescência Cuidados e prevenções UNIDADE III: Handebol Técnicas do jogo (defesa do goleiro, formação da barreira defensiva).	UNIDADE IV Futsal Técnicas do jogo (movimentação do goleiro, movimentação dos jogadores com e sem posse de bola. Regras do jogo. Estresse e suas Consequências Conceito Quais os males do estresse Como combater o estresse Doenças relacionadas com o estresse Como garantir uma boa qualidade de vida
Bibliografia Básica	
ALMEIDA. R., Navarro. A. C. Futsal . Editora Phorte. 2013. BOJIKIAN. J. C. M., Bojikian. L. P. Ensinando Voleibol 5ed . Revisada e ampliada. Phorte editor 2012. EHRET. A. Manual de Handebol: Treinamento de base para crianças e adolescentes . 2002.	
Bibliografia Complementar	
CARPES. F. P., Bini. R. R., Vaz M. A., Anatomia funcional . 1º edição Editora Phorte. 2011. NEIRA. M. G., Nunes. M. L. F., Pedagogia da Cultura Corporal: Crítica e Alternativas 2 ed . Editora Phorte. 2008. LOPES. A. A. da S. M., A criança e o adolescente no esporte: como deveria ser . Editora Phorte. 2007 SCHWARTZ. G. M., Tavares. G. H., Webgames com o corpo - vivenciando jogos virtuais no mundo real . Editora Phorte. 2014. BOSCO. C., A Força Muscular: Aspectos fisiológicos e aplicações práticas . Editora Phorte. 2007.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Matemática	Carga Horária:	120 h
Ementa			
Progressões: Aritmética e Geométrica. Trigonometria no Triângulo Retângulo e Funções Trigonométricas. Análise Combinatória e Probabilidade. Estatística.			
Competências			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

- Expressar-se em linguagem oral e escrita de forma gráfica diante de situações matemáticas, em outras áreas do conhecimento e no cotidiano.
- Analisar e interpretar dados provenientes de problemas matemáticos.
- Analisar, argumentar e posicionar-se criticamente em relação a temas econômicos.
- Diferenciar as medidas de tendência central.
- Compreender e calcular as medidas de dispersão.
- Representar com clareza um conjunto de dados em gráficos e tabelas.
- Decidir qual gráfico melhor pode representar a situação em questão.
- Definir a melhor medida de tendência central a ser utilizada para representar uma amostra.

Base Científica e Tecnológica

Unidade I: Progressões. Sequência ou Sucessão; Progressão Aritmética (P.A); Progressão Geométrica (P.G).	Unidade III: Análises combinatórias e probabilidade. Princípio fundamental da contagem; Fatorial de número natural; Permutações e arranjos; Combinações; Espaço amostral e eventos; Probabilidade Condicional; Lei binomial das probabilidades.
Unidade II: Trigonometria no triângulo retângulo e funções trigonométricas. Relações métricas e trigonométricas no triângulo retângulo; Ângulos notáveis; Circunferência trigonométrica; Unidade de medidas de ângulos; Valores notáveis; Relação fundamental da trigonometria; Arcos complementares; Funções: cosseno; tangente; cotangente; secante; cossecante.	Unidade IV: Estatística. Conceitos básicos de Estatística; Distribuição de frequências; Medidas de tendência central; Medindo as dispersões dos dados.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Relações entre as funções.	
Bibliografia Básica	
BARROSO, J. M. (Ed.) Conexões com a matemática . Volume 2. 1ª ed., São Paulo: Moderna, 2010.	
DANTE, L. Matemática contexto e aplicações : Volume único. 3ª ed. São Paulo: Ática, 2003.	
SOUZA, Joamir Roberto de. Novo olhar matemática , vol. 2. São Paulo: FTD, 2010	
Bibliografia Complementar	
HAZZAN, S. Fundamentos de matemática elementar: combinatória e probabilidade. Vol. 5. São Paulo: Atual, 2013.	
IEZZI, G. et.al. Matemática: ciência e aplicações. Vol. 2. São Paulo: Atual, 2004.	
SANTOS, C. et.al. Matemática: Vol. Único. São Paulo: Ática, 2003.	
SMOLE, K.; DINIZ, M. Matemática: ensino médio. Vol. 2. São Paulo: Saraiva, 2003.	
SOUZA, J. R. Matemática. Coleção Novo Olhar. Vol.1. São Paulo: FTD, 2010.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	História	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Monarquias Absolutistas; Formação do Estado Nacional; Teorias do Absolutismo; Expansão Comercial e Marítima; Colonização do Novo Mundo; Brasil: Período Colonial; Lavoura canavieira; Escravidão Negra e Indígena; Mineração; Movimentos Nativistas: Inconfidências em Minas Gerais e na Bahia; Revoluções Burguesas; Liberalismo e Iluminismo; Revolução Industrial; Vinda da Corte Portuguesa para o Brasil; Independência do Brasil; Período Regencial; Movimentos sociais no Período Regencial; Segundo Reinado; Guerra do Paraguai.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender as transformações dos espaços geográficos como produto das relações socioeconômicas e culturais de poder;• Analisar e compreender as diversas formas de organização e de representação do Estado na Europa Moderna; estabelecer as ligações possíveis com o mundo atual;• Interpretar as variadas maneiras como políticos e homens de Estado puderam se auto representar e representar o povo durante o regime absolutista na Europa Moderna.• Relacionar as mudanças mentais com os processos de transformações na Europa moderna.• Compreender a produção e o papel histórico das instituições sociais, políticas e econômicas, associando-as aos diferentes grupos, conflitos e movimentos sociais;• Entender as transformações técnicas e tecnológicas e seu impacto nos processos de produção,			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

no desenvolvimento do conhecimento e na vida social;

- Relacionar as mudanças da chegada dos europeus na América com as mudanças ambientais e/ou ecológicas ocorridas no Novo Mundo, especialmente com a devastação de florestas e a introdução de novas espécies animais e vegetais.
- Estabelecer a relação entre a ação catequética da Igreja Católica no Novo Mundo com o contexto religioso da Europa.
- Compreender a organização social do trabalho nos diversos espaços de produção no Brasil.
- Identificar as diferentes formas de trabalho compulsório e as diferentes formas de resistência e de negociação da liberdade.
- Analisar as relações de trabalho e os diversos níveis de dependência existentes na Amazônia.
- Compreender o processo de transformação nas relações sociais de trabalho introduzidas a partir das mudanças no sistema de produção nos meados do século XVIII na Inglaterra.
- Analisar as relações sociais de trabalho no ambiente fabril inglês e os processos de constituição de associações trabalhistas no mesmo contexto.
- Relacionar os movimentos revolucionários modernos e contemporâneos (na Inglaterra, França e EUA) e suas formas de resistência, com o surgimento do sentimento de identidade nacional e antiescravista na Europa e América, bem como as formas de resistência e acesso à cidadania.
- Identificar de que forma a ideia de unidade nacional legitima o processo de formação e organização do Estado em diferentes sociedades.
- Identificar os significados históricos geográficos das relações de poder entre as nações;
- Compreender as diferenças da colonização da América Portuguesa nos séculos XVI, XVII e XVIII;
- Compreender a formação econômica, política e social do Brasil Imperial; Interpretar as revoltas populares a partir dos diversos sujeitos sociais e interesses nelas envolvidos.
- Interpretar as revoltas populares a partir dos diversos sujeitos sociais e interesses nelas envolvidos.
- Compreender o processo histórico do Brasil nos séculos XVI, XVII, XVIII e XIX, e suas implicações sociais, econômicas e políticas.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: monarquias absolutistas e o antigo regime.

A Formação do Estado Nacional na Europa Moderna.

O Estado Absolutista na Europa Moderna: formas de dominação dos súditos e de organização política.

Teorias sobre o Absolutismo:

EXPANSÃO COMERCIAL E MARÍTIMA EUROPEIA.

A organização e a expansão do Império

UNIDADE II: Brasil Colônia.

Período Pré-colonial e a expedição de Martim Afonso de Souza.

As Capitânicas Hereditárias.

As diversas relações e os seus respectivos processos de trabalho na lavoura canavieira e na mineração.

Escravidão Indígena e Negra no Brasil.

A conquista portuguesa na Amazônia.

Escravidão Indígena e Negra na Amazônia.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>Ultramarino português e espanhol na América.</p> <p>As coroas ibéricas e a proposta de colonização do novo mundo:</p> <p>O impacto da colonização nas formas de organização social dos povos pré-colombianos. As resistências do projeto colonizador.</p> <p>As resistências do projeto colonizador.</p> <p>Os Europeus no novo mundo: mudanças ambientais e a introdução de novas espécies animais e vegetais.</p> <p>O imaginário cristão no Novo Mundo português: trocas simbólicas e culturais (pajelança, calundus e religiosidade popular).</p> <p>Formas de repressão religiosa e as heresias do novo mundo: a Inquisição e suas diferentes motivações no Brasil.</p> <p>UNIDADE III: As Bases da Modernidade e as Democracias Burguesas:</p> <p>As Revoluções Inglesa, Americana e Francesa.</p> <p>Liberalismo e Iluminismo.</p> <p>As ideias liberais e suas vinculações com os conceitos de Estado Liberal e democrático na Europa (bases políticas e econômicas).</p> <p>A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E A QUESTÃO SOCIAL: MODERNIDADE, TRABALHO E AS LUTAS OPERÁRIAS:</p> <p>A organização do trabalho na Europa Moderna: os casos da Inglaterra e da França.</p> <p>O impacto da Revolução Industrial nas relações entre o campo e a cidade na Inglaterra.</p>	<p>MOVIMENTOS NATIVISTA E DE LIBERTAÇÃO DO BRASIL COLONIAL.</p> <p>Movimentos sociais e construção da nacionalidade no Brasil: as Inconfidências na Bahia e em Minas Gerais.</p> <p>UNIDADE IV: A corte no Brasil</p> <p>Vinda da corte portuguesa para o Brasil (1808).</p> <p>O processo de independência e o estabelecimento do primeiro reinado no Brasil.</p> <p>A ORGANIZAÇÃO DO ESTADO E DO PODER DURANTE AS REGÊNCIAS:</p> <p>A cabanagem no Pará, a Balaiada no Maranhão, a Sabinada na Bahia e a Farrroupilha.</p> <p>ESTADO E PODER NO II REINADO:</p> <p>A economia cafeeira no Brasil Império.</p> <p>O processo de imigração no Segundo Reinado: Parceria e Colonato.</p> <p>Movimento Abolicionista.</p> <p>A Guerra do Paraguai.</p>
Bibliografia Básica	
<p>AZEVEDO, Gislane Campos; SERIACOPI, Reinaldo. História (Volume Único). 1.ed. São Paulo: Ática, 2005.552p.</p> <p>CAMPOS, Flávio de; CLARO, Regina. A Escrita da História. Vol.1, 2 e 3. São Paulo: Escala Educacional,2010. BRAIK, Patrícia Ramos e MOTA, Myriam Becho. História: das cavernas ao terceiro milênio. São Paulo: Moderna, 2010, v. II.</p> <p>VAINFAS, Ronaldo; SANTOS, Georgina Silva dos.;FERREIRA, Jorge Luís; FARIA, Sheila Siqueira de Castro. História: Ensino Médio. São Paulo: Saraiva, 2010.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>CANÊDO, Leticia Bicalho. A Revolução Industrial. São Paulo: Atual, 1987.</p>	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

DECCA, Maria Auxiliadora Guzzo de. **Indústria, trabalho e cotidiano: Brasil, 1880 a 1930.** São Paulo: Atual, 1991.

JAF, Ivan. **A Corte portuguesa no Rio de Janeiro.** São Paulo: Ática, 2001.

MATTOS, Regiane Augusto de. **História e cultura afro-brasileira.** São Paulo: Contexto, 2007.

ROBERSON, Oliveira. **As rebeliões regenciais.** São Paulo: FTD, 1999.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Geografia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
O processo de capitalização e internacionalização da economia e da sociedade. A regionalização do espaço mundial: da bipolarização à multipolaridade; Formação e perspectivas dos megablocos regionais: NAFTA, ALCA, União Europeia, Bacia do Pacífico e APEC; Globalização e fragmentação “desintegradora” do espaço: as regiões “excluídas” e respectivas inserções na nova ordem mundial; Os conflitos geopolíticos e étnico culturais regionais e as reconfigurações territoriais do mundo contemporâneo; O espaço regional latino-americano: identidades e questões socioeconômicas e culturais e as atuais tentativas de integração regional; O Brasil como potência regional na economia mundo: inserção na DIT e suas implicações na configuração espacial interna; A formação socioespacial do território brasileiro: o processo diferenciado de organização espacial interna face à sua inserção no bloco de países de industrialização recente.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Entender as relações existentes entre a nova regionalização em curso do espaço geográfico mundial (multipolaridade) e a reordenação ocorrida na economia mundo• Compreender a geografia dos megablocos regionais• Compreender que o processo de globalização contraditoriamente gera fragmentações e tem contribuído para fazer surgir e manter regiões consideradas periféricas e por isto mesmo “excluídas” dos principais acordos e vantagens decorrentes da nova organização econômica e política mundial.• Compreender que alguns processos de reconfiguração espaço territoriais verificados nas últimas décadas foram motivados ou por conflitos geopolíticos ou por conflitos étnico culturais que se manifestam regionalmente.• Compreender o papel da América Latina e das suas organizações voltadas para a integração regional, no contexto do espaço mundial.• Compreender como tem se dado a inserção/participação do Brasil na Divisão Internacional do Trabalho, nas relações econômicas inter-regionais e as repercussões dessa inserção na sua organização espacial interna.• Compreender a diferenciação espacial brasileira a partir da formação histórica do seu território e de sua inserção na economia mundo.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Mundo contemporâneo: Economia, Geopolítica e Sociedade</p> <p>Processo de desenvolvimento do capitalismo.</p> <p>Globalização.</p> <p>UNIDADE II: Mundo contemporâneo: Economia, Geopolítica e Sociedade</p> <p>Desenvolvimento humano: as diferenças entre os países e os objetivos do milênio.</p> <p>Ordem Geopolítica e econômica: do pós-guerra aos dias de hoje.</p> <p>Conflito armado no mundo.</p>	<p>UNIDADE III: Industrialização</p> <p>A geografia das indústrias.</p> <p>Países pioneiros no processo de industrialização.</p> <p>Países de industrialização planejada.</p> <p>Países recentemente industrializados.</p> <p>UNIDADE IV: Comércio Internacional</p> <p>O comércio internacional.</p> <p>Blocos Regionais.</p>
Bibliografia Básica	
<p>ALMEIDA, L. M. A.; RÍGOLIN, T. L. M. Fronteiras da Globalização - O espaço brasileiro: Natureza e trabalho. Editora Ática. São Paulo, 2010.</p> <p>MAGNOLI, D. Globalização: Estado Nacional e espaço mundial. São Paulo: Moderna, 2010.</p> <p>SENE, E.; MOREIRA, J. C. Geografia geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização. Geografia Ensino Médio. Scipione. São Paulo, 2010.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>MAGNOLI, D.; ARAUJO, R. Projeto de ensino de geografia: natureza, tecnologias e sociedades. São Paulo: Moderna, 2000.</p> <p>OLIC, N. B. Conflitos do mundo – questões e visões geopolíticas. São Paulo, moderna, 2008.</p> <p>SANTOS, M. Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record, 2000.</p> <p>SANTOS, B. S. (Org). A globalização e as Ciências Sociais. São Paulo: Cortez, 2002.</p> <p>VISENTINI, J.W.; VLACH, V. Geografia Crítica: Geografia do Mundo Industrializado. São Paulo: Ática, 2010.</p>	

Curso:	Técnico de nível médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Filosofia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Relações entre Natureza e Cultura. O caráter simbólico do mundo humano. A cultura digital e o as redes sociais. As mídias e a mediação homem mundo através das tecnologias. Ideologia e representação do mundo. Consumo e comunicação de massas. A existência humana. A pós modernidade e a			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

(des)construção do sujeito.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Capacidade para um modo especificamente filosófico de formular e propor soluções a problemas, nos diversos campos do conhecimento;• Capacidade de desenvolver uma consciência crítica sobre conhecimento, razão e realidade sócio-histórico política;• Capacidade para análise, interpretação e comentário de textos teóricos, segundo os mais rigorosos procedimentos de técnica hermenêutica;• Compreensão da importância das questões acerca do sentido e da significação da própria existência e das produções culturais;• Percepção da integração necessária entre a filosofia e a produção científica, artística, bem como com o agir pessoal e político.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I Dimensão cultural Natureza e cultura A dimensão simbólica Arte, utilidade e fruição estética.	UNIDADE III Ideologia Meios de comunicação social Marketing e consumo
UNIDADE II Cibercultura Sociedade do espetáculo Tecnologias e vida digital Redes sociais: construção do indivíduo mediada pelo social midiático	UNIDADE IV A existência humana Tempo e transcendência Finitude humana Em busca de uma construção identitária Atribuição de sentido e afirmação do humano em um contexto mercadológico
Bibliografia Básica	
MARÇAL, Jairo (org.). Antologia de Textos Filosóficos . Curitiba: SEED-PR., 2009.	
SARTRE, Jean-Paul. O existencialismo é um humanismo . Trad. Rita Correa Guedes. 3 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1987.	
SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO PARANÁ. Filosofia . Curitiba: SEED-PR, 2006.	
Bibliografia Complementar	
CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia . 12ª ed. São Paulo: Ática, 2000.	
ENCICLOPÉDIA DE FILOSOFIA. Disponível em: < http://asmayr.pro.br/ > Acesso em: 12.dez.2007.	
FOUCAULT, Michel. Prefácio. As palavras e as coisas : uma arqueologia das ciências humanas. Trad. Salma Tannus. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992. p. 5-27.	
LÉVY, Pierre. Cibercultura . São Paulo, Ed. 34. 1999. Disponível em: < http://www.sescsp.org.br/sesc/images/upload/conferencias/29.rtf >.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

MAYR, Arnaldo H. **Antropologia Filosófica**. Guia de Estudos (EaD) – Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha (MG): UNIS-MG, 2008.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º ano
Componente Curricular:	Sociologia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Conceito de cultura, diferenças culturais: Cultura popular, erudita e de massa, relativismo cultural e Etnocentrismo, origens e conceitos de ideologia, conceito de indústria cultural, relação entre ideologia e indústria cultural, conceito de raça, etnia e gênero, preconceito racial e movimentos sociais, Relações de gênero e casamento, conceito e tipos de violências, conceito e tipos de controle social.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender a cultura e suas manifestações: cultura popular, erudita e de massa;• Relacionar ideologia e indústria cultural, e também identificar os discursos ideológicos e não ideológicos presentes no cotidiano;• Entender as diferenças entre Raça e Etnia, Gênero e Sexo, compreender e identificar práticas racistas na sociedade;• Averiguar a efetividade dos movimentos sociais e políticas afirmativas no combate ao preconceito racial e a homofobia;• Reconhecer os tipos de violência: física, psicológica, sexual, verbal e simbólica, bem como conceituar a dominação e controle social na visão dos teóricos Karl Marx e Max Weber.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Cultura, identidade cultural e etnocentrismo. O que é cultura? Diferenças culturais: Cultura popular, erudita e de massa; Relativismo cultural e Etnocentrismo; Identidade cultural Trocias culturais e culturas híbridas; Cultura no cenário nacional, regional e local.	UNIDADE III: Raça, etnia e gênero. Conceito de raça, etnia e gênero; Diferença entre Raça e etnia; Diferença entre gênero e sexo; Preconceito racial e movimentos sociais; Homofobia e Xenofobia. Políticas de ações afirmativas;	UNIDADE II: Mesclando cultura e Ideologia/indústria cultural. Origens e conceitos de ideologia; O que é indústria cultural?	UNIDADE IV: Violência/Controle social/Dominação. O que é violência? Violência física, psicológica, sexual, verbal e simbólica;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Ideologia e indústria cultural; Dominação e indústria cultural; Indústria cultural e os meios de comunicação; Indústria cultural e Consumismo; Indústria cultural e ideologia no Brasil.	Conceito de controle social; O controle repressivo legítimo e ilegítimo; Relações de dominação; Tipos de dominação na visão dos teóricos Karl Marx e Max Weber.
Bibliografia Básica	
<p>COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia: introdução a ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2011.</p> <p>CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Ática, 2010.</p> <p>TOMAZI, Nelson Dácio. Sociologia para o Ensino Médio. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>BOMENY, Helena. MEDEIROS, Bianca Freire. Tempos Modernos, Tempos de Sociologia. São Paulo: Editora do Brasil, 2010.</p> <p>DIAS, Reinaldo. Introdução à sociologia. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.</p> <p>MACHADO, Igor Jose de Reno; Et al. Sociologia Hoje. São Paulo: Ática, 2013.</p> <p>GIDDENS, Anthony. Sociologia. 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.</p> <p>QUINTANEIRO, Tânia; Et al. Um Toque de Clássicos: Marx, Durkheim e Weber. 2ª Edição. Belo Horizonte: UFMG, 2007.</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Biologia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Classificação dos seres vivos. Vírus. Monera. Protistas. Fungos. Vegetais. Animais. Estudo dos Filos que formam o Reino Animália. Fisiologia humana. Funcionamento dos sistemas do organismo humano.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer que a diversidade pode ser organizada em sistemas de classificação que expressam as relações filogenéticas dos grupos de seres vivos. • Entender o método de nomeação dos organismos e de seus agrupamentos pelos sistemas de classificação taxonômica. • Analisar o papel ecológico de representantes dos vírus, moneras, protistas, fungos, vegetais e animais. 			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<ul style="list-style-type: none">Compreender como os organismos se mantêm em homeostase, por meio do funcionamento integrado de seus componentes e processos internos.	
Base Científica e Tecnológica	
Unidade I: Seres vivos. Classificação dos seres vivos; Vírus; Monera; Protistas; Fungos.	Unidade II: Fisiologia Humana. Fisiologia humana; Sistema digestório; Sistema respiratório; Sistema cardiovascular; Sistema imunitário.
Unidade III: Seres vivos. Vegetais; Animais; Origem, evolução e características gerais dos animais; Filos Porifera, Cnidária, Platyhelminthes, Nematódea, Mollusca, Anelida; Filos Arthropoda e Echinodermata; Filo Chordata: peixes, anfíbios, répteis, aves e mamíferos.	Unidade IV: Fisiologia Humana. Sistema urinário; Sistema nervoso Sistema endócrino; Sistema de revestimento; Sistema esquelético; Sistema muscular.
Bibliografia Básica	
AMABIS, José Mariano & MARTHO, Gilberto Rodrigues. Biologia em contexto . Volume 2. 1ª ed. São Paulo: Editora Moderna, 2013.	
LOPES, Sônia Godoy Bueno Carvalho & ROSSO, Sérgio. Bio . Volume 2. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.	
PURVES, W. K.; SADAVA, D.; ORIAN, G. H.; HELLER, H. C. Vida: a ciência da biologia . Vol. 2, Porto Alegre: Artmed, 2015.	
Bibliografia Complementar	
BIZZO, Nélcio Marco Vicenzo. Novas bases da Biologia . Volume 2. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2013.	
POUGH, F.H; JANIS, C.M. HEISER, J.B. A vida dos vertebrados . São Paulo: Editora Atheneu, 2013.	
RAVEN, P.H., EVERT, R.F. & EICHHORN, S.E. Biologia Vegetal , Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2014.	
RUPPERT, E.E.; FOX, R.S.; BARNES, R.D. Zoologia dos Invertebrados . São Paulo: Editora Roca, 2015.	
TRABULSI, L.R.; ALTERTHUM, F. Microbiologia . São Paulo: Atheneu, 2012.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico de nível médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º ano
Componente Curricular:	Química	Carga Horária:	80 h
Ementa			
O ensino de química no ensino médio propicia o aluno reconhecer os materiais, as substâncias presentes nas diversas atividades do seu dia a dia, a compreensão das transformações químicas nos processos naturais, industriais, agrícolas e tecnológicos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Conhecer os tipos de solução e descrever por meio de linguagem química adequada, soluto, solvente e fases de um sistema;• Reconhecer processos de dissolução e interpretar curvas de solubilidade de compostos inorgânicos;• Resoluções de questões envolvendo cálculos numéricos com as unidades de concentração mais comuns: concentração comum (g/L), porcentagem (m/m e v/v), ppm, e quantidade de matéria por volume;• Reconhecer tendências e relações a partir de dados experimentais ou outros (classificação, seriação e correspondência em Química);• Selecionar e utilizar ideias e procedimentos científicos (leis, teorias, modelos) para a resolução de problemas qualitativos e quantitativos em Química, identificando e acompanhando as variáveis relevantes;• Reconhecer ou propor a investigação de um problema relacionado à Química, selecionando procedimentos experimentais pertinentes; -• Desenvolver conexões hipotéticos lógicos que possibilitem previsões acerca das transformações químicas.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I Solubilidade x temperatura Concentração das soluções e Diluição Reações Termoquímicas	UNIDADE III Equilíbrio químico: a coexistência de reagentes e produtos. Radioatividade: fenômenos de origem nuclear;	UNIDADE II Eletroquímica: celas galvânicas e células eletrolíticas; Cinética química: o transcorrer das reações químicas;	UNIDADE IV Introdução à química orgânica; Estudos das Cadeias Carbônicas
Bibliografia Básica			
COVRE, José Geraldo. Química , vols. 1, 2 e 3, FTD, São Paulo, 2011 FELTRE, Ricardo. Química , vols. 1, 2 e 3, Moderna, São Paulo, 2010 FONSECA, Martha Reis Marques da. Química , vol1, 2 e 3, FTD, São Paulo, 2008			
Bibliografia Complementar:			
FONSECA, Marta Reis Marques da. Interatividade química: Cidadania, participação e transformação . Volume único. Editora FTD, São Paulo, 2004.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

SANTOS, Wildson Luiz Pereira dos (coord.) **Química e Sociedade**. vol. único: Nova Geração, 2005.
MORTIMER, Eduardo Fleury e Andrea Horta Machado- **Química** – volume único - Segundo Grau, São Paulo, Editora Scipione, 2009
SARDELLA, Antônio. **Curso completo de Química** – volume único – 3ª edição, São Paulo - editora Ática.

Curso:	Técnico de nível médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º ano
Componente:	Física	Carga Horária:	80 h
Ementa			
A mecânica celestial, Gravitação universal; Hidrostática; Estudo do Som; Termometria – temperaturas e escalas; Termologia – calor, trocas e equilíbrio térmico; Termodinâmica – estudo dos gases.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Identificar e aplicar as leis da Mecânica Celeste nas diversas ocasiões;• Construir e interpretar gráficos relacionando grandezas físicas;• Definir e aplicar os conceitos de pressão e densidade, juntamente com as Leis de Steven, Princípio de Pascal e Arquimedes na solução de problemas e análise de situações;• Analisar, através de gráficos, movimentos ondulatórios e os fenômenos do som;• Aplicar o princípio da conservação da energia e sua relação com as leis da termodinâmica;• Aplicar o conceito de calor e sua propagação;• Identificar os efeitos da dilatação dos sólidos;			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I – Gravitação e Hidrostática. O Universo e a Física; Lei de Newton da Gravitação; Leis de Kepler; Densidade e Pressão; Lei de Steven Vasos comunicantes Princípio de Arquimedes e suas aplicações Princípio de Pascal e Aplicações no cotidiano	UNIDADE III – Gases e Termodinâmica; Estudo dos Gases; Lei de Boyle-Mariotte; Lei de Charles e Gay-Lussac; Lei Geral dos gases ideais; Leis da termodinâmica; Primeira Lei; Segunda Lei;	UNIDADE IV – Ondas e Som Movimento ondulatório; Ondas Mecânicas e Eletromagnéticas;	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Temperatura; Dilatação Térmica; Estudo do Calor; Formas de propagação; Calor Sensível e Calor Latente; Trocas de calor;	Formas de propagação; Ondas periódicas; Princípio da Superposição; Ondas Estacionárias; Ressonância; Interferência; Princípio de Huygens; Propriedades do som: Frequência, Altura; Espectro sonoro; Fenômenos sonoros; Efeito Doppler;
Bibliografia Básica	
FUKUI, A.; MOLINA, M. M.; OLIVEIRA, V. S. Ser protagonista Física . v. 2. 2. ed. São Paulo: Edições SM, 2013.	
LUZ, A. M. R.; ALVARES, B. A. Física contexto & Aplicações . v. 2. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013.	
BISCUOLA, G. J.; BÔAS, N. V.; DOCA, R. H. Física 2, Termologia, Ondulatória, Óptica . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.	
Bibliografia Complementar	
ALVARES, B. A.; LUZ, A. M. R. Física contexto & Aplicações . v.2. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013.	
TORRES, C. M. A. et al. Física, ciências e tecnologia . v. 2. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2013.	
XAVIER, Cláudio; BENIGNO, Barreto. Coleção Física: aula por aula . v. 2. 1 ed. São Paulo: FTD, 2010.	
HEWITT, G. P. Fundamentos da Física Conceitual . 1 ed. São Paulo: Bookman, 2009.	
RAMALHO, J.F.; NICOLAU, F.G.; TOLEDO, S.A. Os Fundamentos da Física . v. 2. São Paulo: Moderna, 2008.	

Curso:	Técnico de nível médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular	Empreendedorismo	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Conceito de empreendimento, empreendedorismo e intraempreendedorismo. Fatores de sucesso, o perfil do empreendedor. Desenvolvimento de habilidades empreendedoras. O ambiente de mercado. O potencial empresarial. Oportunidades de negócio. Marketing para empreendedores. Aspectos			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

operacionais de negócios. Investimento de capital. Plano de negócio. Aspectos jurídicos e financeiros do negócio.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Proporcionar ao aluno uma visão do empreendedorismo;• Demonstrar a importância do empreendedorismo no cenário local e nacional;• Debater características e perfil do empreendedor;• Desenvolver a capacidade do discente do instrumento de empreendedorismo;	
Base Científica e Tecnológica	
Unidade I: Empreendedorismo e Oportunidades. O papel dos empreendedores na sociedade; Conceitos de mercado; Técnicas de venda; Estudo de caso.	Unidade III: Modelo de Negócios. Economia tradicional e criativa; <i>Design Thinking</i> ; <i>Canvas</i> ; Prototipagem.
Unidade II: Tecnologia e Informação. Inovação e sustentabilidade; Pesquisa e desenvolvimento; Propriedade Intelectual; <i>Startups</i> .	Unidade IV: Plano de Negócios. Análise de mercado; Plano de marketing; Plano operacional; Plano financeiro; Sumário executivo.
Bibliografia Básica	
CASTRO, M. Empreendedorismo criativo: como a nova geração de empreendedores brasileiro está revolucionando a forma de pensar conhecimento, criatividade e inovação. São Paulo: Portfolio Penguin, 2014. CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. São Paulo: Saraiva, 2007. DORNELAS, J. C. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.	
Bibliografia Complementar	
ANTUNES, R. L. C. Os Sentidos do Trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo Editorial, 2009. DRUCKER, P. F. Administrando em tempo de grandes mudanças. São Paulo: Thomson Learning Pioneira, 2006.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

HARVEY, D. A Condição Pós-moderna. São Paulo: Loyola, 1993.
PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Campus: Rio de Janeiro, 2005.
SCHUMPETER, J. A. *Capitalism, Socialism & Democracy*. Londres e Nova Iorque: Routledge, 1994.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrado
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Contabilidade Geral	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Estudo do conceito de contabilidade, seus objetivos e sua finalidade. Definição de patrimônio. Funções básicas da contabilidade. Registro de operações contábeis. Diferença entre débito e crédito. Conhecimento dos principais livros contábeis e conceitos básicos sobre os principais demonstrativos contábeis.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreensão da prática contábil;• Realização de escrituração de registros contábeis;• Efetivação do balanço patrimonial e demonstração do resultado.			
Base Científica e Tecnológica			
Unidade I: Noções Básicas de Contabilidade e Estrutura do Inventário Geral.		Unidade III: Variações Modificativas e Estrutura Legal da DRE.	
IASB, IFRS e CPC;		Conceito de receitas e despesas;	
O objeto da Contabilidade;		Conceito de variações modificativas;	
Elaboração do inventário geral inicial;		Registros contábeis;	
Relação patrimonial básica;		Noção de débito e crédito;	
Elaboração do inventário geral final;		Laboração e estrutura legal da DRE.	
Apuração do resultado pela comparação de dois inventários.		Unidade IV: Análise das Demonstrações Contábeis.	
Unidade II: Registros Contábeis e Estrutura Legal do Balanço Patrimonial.		Conceito de análise das informações das Demonstrações Contábeis;	
Conceito de ativo, passivo e patrimônio líquido;		Análise Econômica e Financeira;	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Conceito de origens e aplicação de recursos; Conceito de variações permutativas; Registros contábeis; Registro de impostos; Noção de débito e crédito; Elaboração e estrutura do Balanço Patrimonial.	Análise vertical e horizontal do Balanço Patrimonial e da DRE.
Bibliografia Básica	
IUDICIBUS, Sergio de; MARION, José Carlos. Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito, engenharia . 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.	
MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos . 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.	
RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade básica : 29. Ed. São Paulo: Saraiva, 2013.	
Bibliografia Complementar	
BORNIA, Cezar Antonio. Análise Gerencial de Custos: Aplicação em Empresas Modernas . 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009	
FRANCO, HILÁRIO. Contabilidade Geral . 23. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.	
KANITZ, Stephen Charles; IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu. Contabilidade Introdutória . 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.	
KRAUSE, L. E. Contabilidade Básica Para não-contadores . São Leopoldo: Unisinos. 2004.	
PEREZ Jr., José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, Rogério Guedes: Gestão Estratégica de Custos . 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Introdução ao Estudo de Direito	Carga Horária:	80 h

Ementa

A construção histórica do Direito. Norma Jurídica. Fontes do Direito. Ramos do Direito. Evolução Histórica dos Direitos Humanos. Noções de Direito Constitucional e suas implicações nos outros ramos do Direito Público. Origem e evolução do Direito Tributário. Fontes do Direito Tributário. Princípios constitucionais do Direito Tributário. Tributos: características e espécies. Competência tributária. Responsabilidade tributária. Obrigação tributária. Crédito tributário. Administração tributária. Tributação diferenciada: cooperativas, micro e pequenas empresas.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Compreender as noções básicas de direito e suas contextualizações contemporâneas;• Avaliar os aspectos fundamentais dos direitos humanos e das normas constitucionais na proteção da vida;• Relacionar a Atividade Financeira do Estado com o Direito Tributário;• Analisar os princípios do Direito Tributário e o Sistema Tributário Nacional no contexto da Constituição Federal de 1988;• Identificar os elementos do crédito tributário, assim como suas modalidades e hipóteses de suspensão, extinção e exclusão;• Compreender como funciona a fiscalização tributária e sua forma de cobrança do crédito tributário através da Dívida Ativa.	
Base Científica e Tecnológica	
Unidade I: Introdução ao Estudo do Direito. Unidade III: Direito Tributário e o seu objeto de estudo.	
Noções Introdutórias: norma jurídica e fontes do Direito;	Definição de Tributo;
Divisão do Direito em público e privado;	Classificação doutrinária dos Tributos quanto a finalidade;
Ramos do Direito Privado;	Espécies de Tributo;
Ramos do Direito Público;	Competências tributárias.
Noções dos Principais ramos do Direito Público.	Unidade IV: Crédito Tributário e Planejamento
Unidade II: Direitos Humanos e a Constituição Federal de 1988.	Fiscalização;
	Dívida Ativa;
Evolução Histórica dos Direitos Humanos;	Certidões negativas;
Direitos Fundamentais na Constituição Federal de 1988;	Noções de planejamento tributário empresarial.
Estado Democrático de Direito e Sistema Democrático;	
Poderes Constitucionais e as Funções Essenciais à Justiça;	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Bibliografia Básica
COLETO, A. C.; ALBANO, C. J. Direito Aplicado a Cursos Técnicos. Curitiba: Livro Técnico, 2018. NADER, P. Introdução ao Estudo do Direito. São Paulo: Forense, 2018. NUNES, R. Manual de Introdução ao Estudo do Direito. São Paulo: Saraiva, 2018.
Bibliografia Complementar
BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. HARADA, K. Direito Financeiro e Tributário. São Paulo: Atlas, 2016. HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. Metodologia de Pesquisa. Porto Alegre: Penso, 2013. MACHADO, H. B. Curso de Direito Tributário. São Paulo: Malheiros, 2018. MORAES, G. P. Curso de Direito Constitucional. São Paulo: Atlas, 2017.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º ano
Componente Curricular:	Planejamento de Comunicação e Marketing Digital	Carga Horária:	80 h

Ementa

Técnica da análise de conteúdo; Identificação de atributos determinantes para categoria; Especificação de fator-chave; Avaliação de crenças, atitudes e comportamentos; Identificação do problema de comunicação; Objetivo de comunicação; Conceito criativo; Estratégia de comunicação; Estratégia de mídia; Métricas e avaliação de eficácia da comunicação; Marketing digital na sociedade contemporânea; Marketing nas redes sociais; Consumidor digital e colaboração on-line; Mix de marketing digital; Neuromarketing digital; Marketing de busca; Marketing viral; Internet das coisas (IoT); Monitoramento de campanhas digitais; Aspectos éticos do marketing digital.

Competências

- Analisar o ambiente competitivo de forma a elaborar um plano de comunicação alinhado aos objetivos de marketing;
- Identificar e sistematizar os objetivos, metas e estratégias de comunicação;
- Planejar e propor um planejamento de comunicação de forma integradas às esferas on/off line;
- Identificar as demandas de marketing subjacentes ao digital;
- Conceber e executar estratégias e ações de marketing voltadas para o ambiente digital.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: Análise e diagnóstico Técnica da análise de conteúdo; Identificação de atributos determinantes para categoria; Especificação de fator-chave;	UNIDADE III: Princípios e estratégias do Marketing Digital Marketing digital na sociedade contemporânea. Marketing nas redes sociais Consumidor digital e colaboração on-line.
---	--



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Avaliação de crenças, atitudes e comportamentos; Identificação do problema de comunicação. UNIDADE II: Plano de comunicação Objetivo de comunicação; Conceito criativo; Estratégia de comunicação; Estratégia de mídia Métricas e avaliação de eficácia da comunicação.	Mix de marketing digital UNIDADE IV: Contextos de comunicação no Marketing Digital Neuromarketing digital Marketing de busca Marketing viral Internet das coisas (IoT) Monitoramento de campanhas digitais Aspectos éticos do marketing digital
Bibliografia Básica	
CORREA, R. Planejamento de propaganda . 11.ed. São Paulo: Global, 2013. PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.) Hiperpublicidade v2: atividades e tendências . São Paulo: Thompson Pioneira, 2008. TORRES, C. A Bíblia do Marketing Digital . São Paulo: Novatec, 2009.	
Bibliografia Complementar	
JENKINS, Henry. Cultura da convergência . São Paulo: Aleph, 2008. LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação . São Paulo: Futura, 2000. RECUERO, R. Redes sociais na Internet . Porto Alegre: Sulinas, 2009. SHIMP, Terence A. Comunicação integrada de marketing: propaganda e promoção . 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. YANAZE, Mitsuru H. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração . São Caetano do Sul, SP: Difusora.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrado
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Comportamento do Consumidor	Carga Horária:	80 h

Ementa

O consumidor e sua importância para os estudos de comunicação; estágios do processo decisório de compra de produtos e serviços; estudos de tendência; grupos de referência; atenção e memória no comportamento de compra; efeitos da informação no consumidor; princípios de influência; compreensão do papel atitude e seus modos de avaliação; as estratégias de vendas; sistemas de Informação de Vendas; consumismo e Consumerismo; Os papéis do consumidor na sociedade e os aspectos determinantes do seu comportamento. As características pessoais dos indivíduos e os elementos determinantes do processo de compra. Conceitos básicos de comportamento. Modelos de comportamento do consumidor. Cultura e consumo.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Entender fatores que influenciam o comportamento do consumidor;• Avaliar o processo de tomada de decisão do consumidor;• Caracterizar classes de consumidores. Tipologias e Categorias;• Relacionar o ciclo e os estilos de vida do consumidor e suas implicações no processo de compra.• Analisar a inter-relação entre a gestão de vendas e a gestão de marketing e a sua importância como processos integrados que visam à sustentabilidade de uma empresa;• Entender como funciona o processo de promoção de vendas;• Entender o processo de promoção de vendas e merchandising;• Compreender o processo de estratégias de vendas e merchandising;	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: O consumidor e os seus valores Quem manda é o consumidor O que é comportamento do consumidor O impacto dos consumidores sobre as estratégias de marketing O consumidor global Ética de marketing e políticas públicas O comportamento do consumidor como campo de estudo Percepção Sistemas sensoriais Exposição Atenção Interpretação Aprendizagem e Memória Motivação e Valores O processo de motivação Envolvimento do consumidor Valores UNIDADE II - Persuasão como estratégia de venda Personalidade e Estilo de Vida Personalidade de marca	Grupos Grupos de referência Liderança de opinião Comunicação boca a boca Tomada de Decisões Domésticas e Organizacionais Tomada de decisão organizacional A família As crianças como tomadoras de decisão Renda e Classe Social Os gastos do consumidor e o comportamento econômico Estrutura de classe social Classe social e comportamento do consumidor UNIDADE IV - a cultura e o marketing Subculturas Étnicas, Raciais e Religiosas Subculturas, microculturas e identidade do consumidor Subculturas religiosas Subculturas etárias Idade e identidade do consumidor O mercado jovem O mercado maduro



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Estilo de vida e psicografia Atitudes e Persuasão O poder das atitudes Como formamos atitudes Como os profissionais de marketing mudam as atitudes Tomada de Decisão Como solucionamos problemas Etapas no processo de tomada de decisão UNIDADE III - a satisfação do cliente e a compra Comprar e Descartar Efeitos situacionais sobre o comportamento do consumidor A experiência de fazer compras Satisfação pós-compra Descarte de produtos	O mercado grisalho Influências Culturais no Comportamento do Consumidor O que é cultura Histórias e cerimônias culturais Consumo sagrado e consumo profano Cultura Global do Consumidor Cultura popular A difusão das inovações O sistema de moda Difusão Global
Bibliografia Básica	
BLACKWELL, R. D.; ENGEL, J. F. Comportamento do consumidor . São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.	
SHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. Comportamento do Consumidor . 9 ed. São Paulo: LTC, 2009.	
SOLOMON, Michael. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo . 9ª ed. Bookman: Porto Alegre, 2011.	
Bibliografia Complementar	
ARONSON, Elliot; WILSON, Timothy D.; AKERT, Robin M.; Psicologia Social . 8 ed. São Paulo: LTC, 2015.	
GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O Comportamento do Consumidor . 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.	
HAWKINS, Del I. MOTHERSBAUGH, David L.; BEST, Roger J. Comportamento do Consumidor: Construindo estratégias de marketing . Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.	
HOYER, Wayne D.; MACLNISS, Deborah J. Comportamento do Consumidor . Tradução da 5ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2012.	
PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. Comportamento do Consumidor e Estratégias de Marketing . 8. E. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2009.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa e Literatura	Carga Horária:	120 h
Ementa			
Períodos compostos por coordenação e períodos compostos por subordinação. Concordância verbal e nominal. Regência verbal e nominal. Estudos literários. Produção textual do gênero estudado. Redação de documentos oficiais.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Usar a Língua Portuguesa como fonte de legitimação de acordos e condutas sociais e como representação simbólica de experiências humanas manifestas nas formas de sentir, pensar e agir na vida social;• Identificar os elementos que concorrem para a progressão temática e para a organização e estruturação de textos de diferentes gêneros e tipos• Reconhecer no texto estratégias argumentativas empregadas para o convencimento do público, tais como a intimidação, sedução, comoção, chantagem, entre outras;• Aplicar as tecnologias de comunicação e da informação no trabalho e em outros contextos relevantes.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: SINTAXE E ESTUDOS LITERÁRIOS I Período composto por Coordenação e Subordinação; Orações Subordinadas substantivas; Orações Subordinadas adjetivas; O texto de divulgação científica; Período composto por subordinação: as orações subordinadas adverbiais; Pós-Modernismo; Período composto – Orações Subordinadas adverbiais Leitura: autores afro-brasileiros e africanos; Produção textual: A crônica.	UNIDADE III: SINTAXE E ESTUDOS LITERÁRIOS III O debate: estratégias de contra argumentação; Estratégias de Persuasão; Crase; Regência Verbal; Regência Nominal; Elementos, estrutura e recursos do texto dissertativo; Produção textual: texto dissertativo-argumentativo II; O teatro brasileiro nos séculos XX - XXI; Literatura Amapaense.		
UNIDADE II: SINTAXE E ESTUDOS	UNIDADE IV: REDAÇÃO DE DOCUMENTOS OFICIAIS		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

LITERÁRIOS II Concordância verbal; Concordância nominal e semântica; O texto dissertativo-argumentativo: o parágrafo; O texto dissertativo-argumentativo: a seleção de argumentos; Literatura contemporânea; Produção textual: texto dissertativo-argumentativo I.	Características da Redação Oficial; Formas de tratamento empregadas; Abreviaturas; Conceito e classificação de correspondência; Ofício; Memorando; Ata ; Declaração; Requerimento; Procuração; Relatórios.
Bibliografia Básica	
ANTUNES, Irlandé. Lutar com palavras: coesão e coerência . São Paulo: Parábola Editorial, 2011. CEREJA, William Roberto. Português Linguagens . São Paulo: Saraiva, 2012. MARTINS, Dileta Silveira. Português Instrumental . Porto Alegre: Sagra, 2010.	
Bibliografia Complementar	
BECHARA, Evanildo. Gramática escolar da Língua Portuguesa . 2.ed. atualizada pelo Novo Acordo ortográfico. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010. GUEDES, Paulo Coimbra. Da Redação à Produção Textual: o ensino da escrita . São Paulo. SP: Editora Parábola, 2011. MARTINS, Dileta e ZILBERKNOP, Lúbia. Português instrumental . Porto Alegre: Prodil, 2012. PERINI, Mário A. Gramática do Português Brasileiro . São Paulo. SP: Editora Parábola, 2010. RIBEIRO, Manoel Pinto. Gramática Aplicada da Língua Portuguesa: A construção dos sentidos . Rio de Janeiro, RJ: Editora Metáfora, 2011.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Artes	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Arte contemporânea: novos fundamentos, tendências, rupturas e deslocamentos de significações na arte; novas categorias artísticas; experimentações e hibridismos de materiais, técnicas, suportes. Estudo e apreciação da formação da linguagem musical brasileira em suas múltiplas vertentes, tendo em			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

vista os períodos históricos com os quais a música se relaciona.

Competências

- Compreender a arte, seus fundamentos artísticos e estéticos, a partir de conceituações ocidentais, reconhecendo suas correlações, deslocamentos e rupturas de significações culturais. Proporcionando perceber a arte e sua importância na vida humana assim como seu dialogismo com outras áreas de conhecimentos e no mundo do trabalho;
- Conhecer e contextualizar conceitual e historicamente a arte contemporânea. Assim como compreender as bases compositivas e estéticas, suas características, suas rupturas, seus hibridismos, permitindo reflexões sobre os estranhamentos e tensões provocados por sua intrínseca proximidade com o cotidiano;
- Desenvolver competências estéticas e artísticas a partir de experimentações reflexivas sensíveis cognitivas, propiciando pesquisa, conhecimento e a utilização de elementos compositivos, materiais, suportes, instrumentos, procedimentos e técnicas nos processos de criação individuais e coletivos;
- Reconhecer e entender a arte como sistema cultural considerando aspectos como respeito a diversidade, identidades e subjetividades. Proporcionando reflexões críticas e de alteridade na valorização do patrimônio cultural, em suas diversas concepções, e correlacionando as suas próprias vivências familiar e cultural.
- Analisar o surgimento da música popular em decorrência da necessidade de lazer urbano.
- Entender o interesse dos poetas e músicos românticos pela busca de manifestações consideradas populares para uma identidade nacional.
- Analisar como a política de desenvolvimento das potencialidades brasileiras propostas pelo governo de Getúlio Vargas propiciou a ascensão socioprofissional de músicos e compositores das camadas populares ao nível de produção do primeiro gênero de aceitação nacional: o samba batucado.
- Compreender os eventos musicais e culturais situados entre os marcos da Bossa Nova (1959) e do Tropicalismo (1968), assim como a resistência política e o consumo cultural da Música Popular Brasileira dos anos 70.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: Arte Contemporâneo - I

Concepções conceituais sobre arte contemporânea: antecedentes históricos, rupturas e deslocamentos de significações na arte;

Categorias artísticas da arte contemporânea:

Apropriação

Intervenção

Instalação

Performance

body art

UNIDADE III: Tópicos Especiais em História da Música Brasileira.

Música e sociedade no Brasil Colônia.

Música e sociedade no Brasil Império.

Música e sociedade no Brasil República.

UNIDADE IV: Tópicos Especiais em História da Música Brasileira:

Música e sociedade no Brasil Estado Novo.

Música e sociedade no Brasil Pós-Guerra.

Música e sociedade no Brasil Regime Militar de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

UNIDADE II: Arte Contemporânea II Categorias artísticas da arte contemporânea: <i>site specific</i> <i>Land art</i> e eco-arte Objeto Livro de artista Video-Arte. Categorias clássicas: desenho, escultura, pinturas e suas abordagens na arte contemporânea associadas ao campo expandido.	1964 e Música Popular Brasileira dos anos 70
Bibliografia Básica	
CANTON, Katia. Coleção Temas da Arte Contemporânea: a memória; o corpo, a identidade e o erotismo; as noções de espaço e lugar; as políticas e micropolíticas. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010	
TINHORÃO, José Ramos. História Social da Música Popular Brasileira. São Paulo, SP: Editora 34, 1998.	
TINHORÃO, José Ramos. Música Popular/ Um tema em debate. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.	
Bibliografia Complementar	
DEMPSEY, Amy. Estilos, Escolas & Movimentos, guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2011	
MENDONÇA, Carlos Camargos. CARDOSO FILHO, Jorge (orgs.). Experiência estética e performance. Salvador: Editora EDUFBA, 2014.	
PAZ, Ermelinda A.. Pedagogia Musical Brasileira no século XX: Metodologias e tendências. 2ª edição. Brasília: Editora Musimed, 2013.	
SOUZA, Jusamara. Aprender e ensinar música no cotidiano. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2008.	
SWANWICK, Keith. Ensinando música musicalmente. Moderna. São Paulo. 2003.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Educação Física	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Sistemas de jogo do voleibol, Sistemas de jogo do handebol, sistemas de jogo do basquete, sistemas de jogo do futsal.			
Competências			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

- Entender as diferenças entre os esportes coletivos e individuais;
- Reconhecer as histórias que deram origem as diversas modalidades esportivas;
- Identificar as mudanças que ocorrem na fase da adolescência;
- Valorizar o evento esportivo Jogos Olímpicos;
- Conhecer a importância da atividade física para pacientes com doenças crônicas;
- Compreender como o corpo humano é constituído e como ele funciona;
- Conhecer as regras dos desportos coletivos, individuais e das novas modalidades;
- Reconhecer os diferentes sistemas de ataque e defesa empregados nos desportos coletivos e individuais;
- Identificar a diferença entre exercício aeróbio e anaeróbio;
- Compreender a importância da prática regular de algum tipo de atividade física;
- Reconhecer os diferentes elementos fisiológicos do corpo humano em eventos de atividade física.
- Reconhecer os diferentes elementos fisiológicos dos desportos coletivos e individuais em eventos de atividade física;
- Compreender a importância da Educação Física para o êxito nas promoções de força física;
- Relacionar os conceitos das modalidades esportivas vivenciadas na atividade escolar e desporto tendo como foco a Educação Física;
- Relacionar a educação física com as modalidades desportivas individuais ou coletivas;
- Consiga praticar todas as modalidades esportivas com conhecimento das regras das modalidades, dos sistemas defensivos e dos ofensivos.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I – VOLEIBOL

Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.

Movimentação e aplicação dos sistemas ofensivos e defensivos de jogo.

Aplicação prática dos sistemas de jogo.

UNIDADE II – HANDEBOL

Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.

Movimentação e aplicação dos sistemas defensivos e ofensivos de jogo.

Aplicação prática dos sistemas de jogo.

UNIDADE III – BASQUETE

Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.

Movimentação e aplicação dos sistemas ofensivos e defensivos de jogo.

Aplicação prática dos sistemas de jogo.

UNIDADE IV – FUTSAL

Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.

Movimentação e aplicação dos sistemas defensivos e ofensivos de jogo.

Aplicação prática dos sistemas de jogo.

Bibliografia Básica

ALMEIDA. R., Navarro. A. C. **Futsal**. Editora Phorte. 2013.

BOJIKIAN. J. C. M., Bojikian. L. P. **Ensinando Voleibol 5 ed.** Revisada e ampliada. Phorte Editora 2012.

EHRET. A. **Manual de Handebol: Treinamento de base para crianças e adolescentes**. Phorte Editora..



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

2002.

Bibliografia Complementar

CARPES. F. P., Bini. R. R., Vaz M. A., **Anatomia funcional**. 1º ed. Editora Phorte. 2011..

NEIRA. M. G., Nunes. M. L. F., **Pedagogia da Cultura Corporal: Crítica e Alternativas** 2 ed. Editora Phorte. 2008.

LOPES. A. A. da S. M., **A criança e o adolescente no esporte: como deveria ser**. 2007. Editora Phorte.

SCHWARTZ. G. M., Tavares. G. H., **Webgames com o corpo - vivenciando jogos virtuais no mundo real**. Editora Phorte. 2014.

BOSCO. C., **A Força Muscular: Aspectos fisiológicos e aplicações práticas**. Editora Phorte. 2007.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente:	Matemática	Carga Horária:	120 h

Ementa

Matrizes. Determinante e Sistema Linear. Geometria Espacial. Geometria Analítica: do ponto, da reta e da circunferência. Funções. Geometria. Progressões. Matemática Financeira e Estatística.

Competências

- Reconhecer matrizes como linguagem em situações práticas.
- Aplicar a regra de Cramer na resolução de sistemas lineares.
- Resolver problemas práticos envolvendo matrizes e determinantes.
- Entender e calcular noções de geometria espacial, de posição e métrica.
- Compreender os fundamentos da teoria axiomática, os conceitos primitivos e teoremas.
- Estabelecer conexão entre as propriedades da geometria analítica.
- Identificar as relações geométricas relevantes na resolução de situações problemas.
- Rever os principais conceitos de funções, geometria, progressões, matemática financeira e estatística.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Base Científica e Tecnológica			
Unidade I: Matrizes, Determinante e Sistema Linear. Matrizes (tipos; igualdade; transposta; adição/subtração; multiplicação; produto). Determinantes; Sistema linear; Equação linear; Sistema de equações; Classificação dos sistemas lineares; Regra de Cramer; Sistema linear escalonado; Sistemas equivalentes.		Unidade III: Geometria Analítica: Ponto e Reta. Geometria Analítica do Ponto; Geometria analítica da reta; Equação geral da reta; Função afim e equação reduzida; Paralelismo/Perpendicularismo; Outros modos de escrever a equação da reta; Distância entre ponto e reta; Área de um triângulo; Geometria analítica da circunferência; Posições relativas entre pontos e circunferência; Posição relativa de reta e circunferência; Tangência; Intersecção de circunferências; Posições relativas de duas circunferências.	
Unidade II: Geometria Espacial. Geometria espacial de posição e métrica; Poliedros; Prismas; Paralelepípedo; Cubo; Cilindro; Cones; Pirâmides; Esfera.		Unidade IV: Revisão. Funções; Geometria; Progressões; Matemática Financeira; Estatística.	
Bibliografia Básica			
BARROSO, J. M. (Ed.) Conexões com a matemática . Volume 2. 1ª ed., São Paulo: Moderna, 2010. DULCE, Osvaldo. Matemática: ciência e aplicações . São Paulo: Saraiva, 2010 DANTE, L. Matemática . Vol. único. São Paulo: Ática, 2003.			
Bibliografia Complementar			
HAZZAN, S. Fundamentos de matemática elementar: combinatória e probabilidade. Vol. 5. São Paulo: Atual, 2013. IEZZI, G. <i>et.al.</i> Matemática: ciência e aplicações. Vol. 3. São Paulo: Atual, 2004. SANTOS, C. <i>et.al.</i> Matemática: Vol. Único. São Paulo: Ática, 2003. SMOLE, K.; DINIZ, M. Matemática: ensino médio. Vol. 3. São Paulo: Saraiva, 2003. SOUZA, J. R. Matemática. Coleção Novo Olhar. Vol.2. São Paulo: FTD, 2010.			
Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing.	Forma:	Integrada



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	História	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Primeira República no Brasil (1889-1930); Era Vargas (1930-1945); Movimentos Socialistas do século XIX; Imperialismo; Primeira Guerra Mundial; Revolução Russa; Crise de 1929; Totalitarismo; Segunda Guerra Mundial; Guerra Fria; Descolonização da Ásia e África; Populismo no Brasil (1945-1964); Regime Militar no Brasil (1964-1985); Desestruturação da União Soviética; Redemocratização no Brasil.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Dominar os conhecimentos históricos para compreender e valorizar os fundamentos da cidadania e da democracia, favorecendo uma atuação consciente do indivíduo na sociedade.• Compreender a sociedade e a natureza, reconhecendo suas interações no espaço em diferentes contextos históricos e geográficos.• Compreender os elementos culturais que constituem as identidades.• Analisar as lutas sociais e conquistas obtidas no que se refere às mudanças nas legislações ou nas políticas públicas.• Relacionar o uso das tecnologias com os impactos socioambientais em diferentes contextos históricos.• Compreender os ideais libertários, abolicionistas, republicanos e nacionalistas no Brasil da virada do século XIX para o XX.• Estabelecer as ligações e os nexos entre os donos dos meios de produção e os trabalhadores que vendem sua força de trabalho.• Analisar o processo de urbanização na Amazônia como parte de uma política de modernização da sociedade Amazônica.• Compreender o processo de formação dos Estados em torno dos diversos conceitos de “nacionalidades”, “democracias”, “autoritarismos” e práticas massificadoras.• Analisar e compreender as características da cultura de massa e da propaganda ideológica em sociedades totalitárias, comparando realidades como o Brasil do Estado Novo com a Alemanha e a Itália Fascista.• Compreender o contexto mundial da Guerra Fria e estabelecer as ligações e os nexos com os acontecimentos na política brasileira à época.• Analisar o desenvolvimento durante a ditadura militar e compreender seus desdobramentos econômicos, políticos e ambientais para a sociedade brasileira e amazônica contemporâneas.• Identificar os movimentos sociais contemporâneos e compreendê-los como manifestações de luta pela cidadania e transformação social e política da realidade brasileira e amazônica.• Compreender o contexto mundial da Guerra Fria e estabelecer as ligações e os nexos com os acontecimentos na política brasileira à época.• Analisar o desenvolvimento durante a ditadura militar e compreender seus desdobramentos econômicos, políticos e ambientais para a sociedade brasileira e amazônica contemporâneas.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

- Identificar os movimentos sociais contemporâneos e compreendê-los como manifestações de luta pela cidadania e transformação social e política da realidade brasileira e amazônica.
- Identificar os elementos culturais contemporâneos e compreendê-los como manifestações sociais de transformação social e política da realidade brasileira.
- Compreender a era da globalização e os problemas e movimentos sociais gerados neste contexto, sobretudo os políticos, econômicos e ambientais.
- Identificar as manifestações ou representações da diversidade do patrimônio cultural e artístico em diferentes sociedades.
- Reconhecer algumas permanências e transformações sociais, econômicas e culturais nas vivências cotidianas;
- Compreender os acontecimentos históricos relacionados ao período da Ditadura militar;
- Analisar os movimentos sociais nos chamados anos rebeldes;
- Compreender o processo histórico do Brasil nos séculos XIX, XX e XXI e suas implicações sociais, econômicas e políticas.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: a primeira república no brasilou “república velha” (1889 1930): espada e oligárquica.

A relação entre a cidade e o campo no processo de industrialização e nas relações de trabalho durante a primeira República no Brasil; O coronelismo, o voto do cabresto, a política dos governadores e a política do café com leite;

Os Movimentos milenaristas no Brasil, o caso de Canudos e de Contestado. A Revolta da Vacina e a revolta da Chibata.

A Belle époque nos seus aspectos político, social e econômico.

A ERA VARGAS: A militarização da sociedade, o nacionalismo, a massificação da cultura e o racismo no Brasil do Estado Novo.

UNIDADE III: a segunda guerra mundial (1939-1945).

Implicações para o mundo contemporâneo.

O Brasil e a Segunda Guerra Mundial

A GUERRA FRIA E O CONFLITO IDEOLÓGICO ENTRE O CAPITALISMO E SOCIALISMO:

Macarthismo,

Doutrina Truman,

UNIDADE II: as doutrinas socialistas do século XIX:

O socialismo, o anarquismo e o comunismo no século XIX e no início do século XX:

As redefinições de cidadania e participação popular na França, na Inglaterra e no Brasil.

A Expansão Imperialista Do Século XIX.

A Primeira Guerra Mundial E A Revolução Russa.

A Crise De 1929 E As Suas Implicações No Mundo Contemporâneo.

O Totalitarismo Na Europa.

O Fascismo na Itália.

O Nazismo na Alemanha.

UNIDADE IV: o regime militar (1964 -1985).

Os movimentos sociais de contestação aos governos militares: o movimento estudantil, as guerrilhas urbanas e rurais, a cultura como campo de luta e interpretação social e o processo de abertura política: anistia, a campanha pelas “Diretas”, o fim do regime militar e o “governo Sarney”.

A Desestruturação Política Do Bloco Socialista: O Fim Da Urss,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Pacto De Varsóvia, Comecon, Otan E As Questões Da Alemanha, Da Coréia E A Crise Dos Misseis. Descolonização: Ásia e África. Revolução Chinesa. Revolução Cubana. Guerra do Vietnã. O Estado Populista: Governo Dutra, Segundo Governo Vargas, Governo Jk, Jânio Quadros; João Goulart (1946 – 1964).	A Queda Do Muro De Berlim; O Surgimento Da Nova Ordem Mundial. A redemocratização no Brasil: do governo Sarney ao governo Dilma Rousseff.
---	---

Bibliografia Básica

- BRAIK, Patrícia Ramos e MOTA, Myriam Becho. **História: das cavernas ao terceiro milênio**. v. III. São Paulo: Moderna, 2010.
- MARQUES, Adhemar. **História: pelos caminhos da história**. v. III. Curitiba: Positivo, 2005.
- VAINFAS, Ronaldo (et al). **História 3 - o mundo por um fio: do século XX ao XXI**. v. III. São Paulo: Saraiva, 2013.

Bibliografia Complementar

- COIN, Cristina. **A guerra de Canudos**. São Paulo: Ed. Scipione. Revista de História da Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional., 1998
- FRANCO JUNIOR, Hilário; ANDRADE FILHO, Ruy de **O. Atlas de história do Brasil**. São Paulo: Editora Scipione, 1993.
- HOBBSAWM, Eric. **A era dos impérios: 1875-1914**. São Paulo: Paz e Terra, 6ª ed, 2002.
- _____. **A Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia de Letras, 1995
- MAESTRI, Mário. **Cisnes negros: uma história da Revolta da Chibata**. São Paulo: Moderna, 2000.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Geografia	Carga Horária:	80 h



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Ementa	
<p>Relação sociedade natureza: do meio natural ao meio técnico-científico informacional. Espaço e território no mundo globalizado: implicações socioespaciais do processo de globalização. A reordenação do espaço mundial: modos de produção, suas especificidades e repercussões na organização espacial. O espaço agrário: dinâmica da produção, formas de apropriação e suas repercussões ambientais. O espaço urbano industrial: industrialização e urbanização do espaço mundial e suas relações com a dinâmica populacional (crescimento, distribuição, mobilidade e desigualdades sociais) e ambiental. A relação campo cidade: a importância dos processos produtivos, de circulação e de consumo na produção do espaço geográfico das sociedades contemporâneas.</p>	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Entender como o espaço agrário vem sendo produzido e organizado em realidades geográficas distintas do espaço mundial.• Compreender que o espaço mundial, em função da industrialização, vem passando por um acelerado processo de urbanização que tem sido marcado principalmente pela adoção de novos modos e ritmos de vida, bem como pelo surgimento de uma nova dinâmica ambiental.• Entender a interdependência entre campo cidade como uma das principais expressões da divisão do trabalho no atual período técnico-científico informacional.• Compreender a diferenciação espacial brasileira a partir da formação histórica do seu território.• Compreender os fatores que produziram e produzem as transformações técnicas produtivos do espaço geográfico brasileiro.• Compreender o papel desempenhado pelas diversas divisões regionais no processo de organização e/ou controle espacial.• Entender o papel de cada região Geoeconômica (Amazônia, Nordeste, Centro Sul) na Divisão Territorial do Trabalho e as respectivas organizações espaciais internas.• Compreender como as políticas públicas e os projetos econômicos e de infraestrutura geram novas formas de produção e de circulação na Amazônia, contribuindo para a reorganização dos espaços locais.• Compreender como diferentes atores sociais contribuem para a produção de diferentes espaços geográficos locais na Amazônia, gerando territorialidades diversificadas.• Entender a reorganização do espaço agrário e urbano da amazônia e do Estado do Amapá face ao processo de ocupação recente da região amazônica.	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Brasil: Industrialização e política econômica Industrialização brasileira. A economia brasileira a partir de 1985.</p> <p>UNIDADE II: População Características e crescimento da população</p>	<p>UNIDADE III: Geografia agrária e urbana Espaço urbano e o processo de urbanização. Espaço rural e a produção agropecuária.</p> <p>UNIDADE IV: O espaço regional e o espaço local A formação histórica do território brasileiro: o processo</p>



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

mundial. Os fluxos migratórios e a estrutura da população. A formação e a diversidade cultural da população brasileira. Aspectos demográficos e estrutura da população brasileira.	diferenciado de organização espacial. papel da industrialização na (re)estruturação do espaço brasileiro. Os diferentes modelos de regionalização do espaço brasileiro. A configuração das regiões geoeconômicas: integração e (re)organização dos espaços regionais. A (re)configuração do espaço amazônico face à reestruturação recente da Amazônia a partir da sua integração à escala nacional e global pós- 1960. Populações tradicionais, novos atores sociais e diferentes territorialidades na reordenação dos espaços locais na Amazônia. A organização do espaço rural e urbano na Amazônia.
Bibliografia Básica	
ALMEIDA, L. M. A.; RÍGOLIN, T. L. M. Fronteiras da Globalização - O espaço brasileiro: Natureza e trabalho . Editora Ática. São Paulo, 2010. SENE, E.; MOREIRA, J. C. Geografia geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização . Geografia Ensino Médio. Scipione. São Paulo, 2010. VESENTINI, J. W.; VLACH, V. R. F. Geografia Crítica , 7 volumes. São Paulo: Ática, 2012.	
Bibliografia Complementar	
ADAS, M.; ADAS, S. Panorama geográfico do Brasil . 5ª ed. São Paulo: Moderna, 2009 CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede . A Era da informação: Economia, Sociedade e Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2000. MORAES, P.R. Geografia: Geral e do Brasil . São Paulo: Harbra, 2008. ROSS, J. (Org.). Geografia do Brasil . 3. ed. São Paulo: Edusp, 2007. VESENTINI, J. W. Sociedade e espaço: Geografia Geral e do Brasil . 33ª ed. São Paulo: Ática, 2010.	

Curso:	Técnico De Nível Médio Em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão E Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente:	Filosofia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Lógica aristotélica e princípios da estrutura de pensamento argumentativo. Validade e verdade. Ética, moral e valores. A construção da ética nas sociedades contemporâneas. Racionalismo e empirismo: as bases da ciência moderna; A ciência contemporânea e a ruptura do modelo moderno;			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

A política e o exercício do poder; Transparência, democracia e exercício da cidadania nas sociedades contemporâneas.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Capacidade para um modo especificamente filosófico de formular e propor soluções a problemas, nos diversos campos do conhecimento;• Capacidade de desenvolver uma consciência crítica sobre conhecimento, razão e realidade sócio-histórico política;• Capacidade para análise, interpretação e comentário de textos teóricos, segundo os mais rigorosos procedimentos de técnica hermenêutica;• Compreensão da importância das questões acerca do sentido e da significação da própria existência e das produções culturais;• Percepção da integração necessária entre a filosofia e a produção científica, artística, bem como com o agir pessoal e político;	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I Lógica Verdade e validade Formas de inferência válida	UNIDADE III A ciência A revolução científica do século XVII A racionalidade científica Ciência moderna/contemporânea
UNIDADE II Ética Relações entre ética e moral Ser e dever ser Os valores: universalidade e relatividade Liberdade e determinismo	UNIDADE IV Política Poder e espaço político Responsabilidade social Transparência e mecanismos de controle social Cidadania e Direitos Humanos
Bibliografia Básica	
ARANHA, Maria Lúcia de A; MARTINS, Maria Helena P. Filosofando . Introdução à Filosofia. São Paulo: Ed. Moderna, 2003.	
SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO PARANÁ. Filosofia . Curitiba: SEED-PR, 2006.	
VASQUEZ, Adolpho Sanchez. Ética . 22ª ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira: 2002.	
Bibliografia Complementar	
BOFF, Leonardo. A Águia e a Galinha: uma metáfora da condição humana . 12ª ed. Petrópolis, RJ: 1997.	
BOBBIO, Norberto. Elogio da Serenidade e Outros Escritos Morais . Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Unesp, 2002.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

DUSSEL, Enrique. **Ética da Libertação**. Petrópolis: Vozes, 2000.
MORAIS, João Francisco R. **Filosofia da ciência e da tecnologia**. 6a.ed. Campinas: Papyrus, 1997.
MAYR, Arnaldo H. **Ética I**. Guia de Estudos (EaD) – Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha (MG): UNIS-MG, 2008.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º ano
Componente Curricular:	Sociologia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Conceitos de Poder, Política e Estado, tipos e formas de governo, formação do Estado moderno: Estado absolutista, nacionais, bem-estar social e neoliberal, conceitos de democracia e cidadania, democracia e cidadania no Brasil, conceito de movimentos sociais, os movimentos sociais para os clássicos da Sociologia: Durkheim, Marx e Weber, lutas sociais no período colonial, principais movimentos sociais.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender as relações políticas e relações de poder, assim como a formação e organização do Estado Moderno;• Entender o Estado a partir dos pressupostos teóricos e metodológicos dos clássicos da Sociologia;• Refletir sobre a democracia, cidadania e os direitos sociais no Brasil;• Perceber a importância dos movimentos sociais para conquistar e garantir direitos;• Reconhecer os pontos e contrapontos dos movimentos sociais nacionais, regionais e locais;• Contribuir para reflexão política sobre atos de corrupção presentes na sociedade.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Poder, Política e Estado Conceitos de Poder, Política e Estado; Tipos e formas de governo; Formação do Estado moderno: Estado absolutista, nacionais, bem-estar social e neoliberal; As teorias sociológicas clássicas sobre o Estado: Durkheim, Marx e Weber; Poder, política e Estado no Brasil.	UNIDADE III: Os Movimentos Sociais O que são os movimentos Sociais? Características dos movimentos sociais; Os movimentos sociais para os clássicos da Sociologia: Durkheim, Marx e Weber; Os Movimentos sociais contemporâneos: ambiental, feminista, entre outros.		
UNIDADE II: Direitos, democracia e cidadania Conceitos de democracia e cidadania; Democracia participativa, representativa e deliberativa;	UNIDADE IV: Os movimentos sociais no Brasil Lutas sociais no período colonial; Revoltas regionais, abolicionismo e republicanismo;		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Cidadania formal e ideal; Direitos civis, políticos e sociais; A democracia e cidadania no Brasil; Partidos políticos no Brasil;	Movimentos sociais rurais; Movimentos sociais urbanos; Movimentos sociais contra a discriminação; Movimentos militares e civis; Movimentos sociais atuais.
Bibliografia Básica	
COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia : introdução a ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2011. GONH, Maria da Glória. Novas teorias dos movimentos sociais . São Paulo: Loyola, 2012. TOMAZI, Nelson Dácio. Sociologia para o Ensino Médio . 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.	
Bibliografia Complementar	
BOMENY, Helena. MEDEIROS, Bianca Freire. Tempos Modernos, Tempos de Sociologia . São Paulo: Editora do Brasil, 2010. DIAS. Reinaldo. Introdução à sociologia . 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. MACHADO, Igor José de Reno; Et al. Sociologia Hoje . São Paulo: Ática, 2013. GIDDENS, Anthony. Sociologia . 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012. WEFFORT, Francisco Correia (org.). Os clássicos da Política . Vol. 2. 11ª ed. São Paulo: Ática, 2006.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Biologia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Genética. Leis de Mendel. Probabilidade em Genética. Herança dos grupos sanguíneos humanos. Determinação do sexo e heranças relacionadas ao sexo. Evolução. Teorias Evolutivas. Evolução humana. Genética de populações e especiação. Ecologia. Equilíbrio ambiental.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender a relação entre cromossomos, genes e alelos, na resolução de problemas com cruzamentos envolvendo duas características distintas;• Compreender que o fenótipo resulta de complexas relações entre processos genéticos, epigenéticos e ambientais;• Conhecer o conceito de ancestralidade comum, filogenia e homologia;• Reconhecer o papel central que a teoria darwinista apresenta hoje para a Biologia;• Entender que os seres humanos fazem parte do ambiente e que se relacionam com outras espécies			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

e com os recursos desse ambiente.

Base Científica e Tecnológica

Unidade I: Bases da Genética. Introdução à Genética; Leis de Mendel; Probabilidade em Genética; Genealogias e heredogramas; Meiose e Segunda Lei de Mendel.	Unidade III: Evolução. Evolução; Evidências da Evolução; Teorias evolutivas; Evolução humana; Genética de populações e especiação.
Unidade II: Genética e Hereditariedade. Herança dos grupos sanguíneos humanos; Interação gênica; Herança quantitativa; Determinação do sexo; Heranças relacionadas ao sexo; Biotecnologia; Bioética.	Unidade IV: Ecologia. Conceitos fundamentais em Ecologia; Estruturas dos ecossistemas, fluxo de energia, pirâmides ecológicas e ciclos biogeoquímicos; Comunidades e populações; Biomassas e Ecossistemas terrestres e aquáticos; Equilíbrio ambiental.

Bibliografia Básica

- AMABIS, José Mariano & MARTHO, Gilberto Rodrigues. **Biologia em contexto**. Volume 3. 1ª ed. São Paulo: Editora Moderna, 2013.
- LOPES, Sônia Godoy Bueno Carvalho & ROSSO, Sergio. **Bio**. Volume 3. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- PURVES, W. K.; SADAVA, D.; ORIAN, G. H.; HELLER, H. C. **Vida: a ciência da biologia**. Vol. 3, Porto Alegre: Artmed, 2015.

Bibliografia Complementar

- BIZZO, Nélio Marco Vicenzo. **Novas bases da Biologia**. Volume 3. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2013.
- GRIFFITHS, A. J. F.; MILLER, J. H.; DAVID, T. S.; LEWONTIN, R. C.; GELBART, W. M. **Introdução à Genética**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2012.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

JUNQUEIRA, L. C. e CARNEIRO, J. **Biologia Celular e Molecular**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2014.

ODUM, R.E. **Fundamentos de Ecologia**. São Paulo: Fundação Calouste, 2013.

RICKLEFS, R.E. **A Economia da Natureza**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2013.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º ano
Componente Curricular:	Química	Carga Horária:	80 h
Ementa			
O ensino de química no ensino médio propicia o aluno reconhecer os materiais, as substâncias presentes nas diversas atividades do seu dia a dia, a compreensão das transformações químicas nos processos naturais, industriais, agrícolas e tecnológicos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Reconhecer os principais grupos funcionais ao observar a fórmula estrutural de compostos orgânicos;• Observar fórmulas estruturais e concluir se elas representam ou não isômeros;• Representar os possíveis isômeros (teoricamente possíveis) a partir de uma determinada fórmula molecular;• Representar o(s) possível (is) produto(s) em uma reação de substituição em alceno ou em anel aromático;• Reconhecer as classes funcionais presentes nos polímeros mais significativos			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I - funções orgânicas I Funções Orgânicas Oxigenadas Funções Orgânicas Nitrogenadas Outras Funções Orgânicas	UNIDADE II - Nomenclaturas Hidrocarbonetos Nomenclatura	UNIDADE III - Compostos orgânicos Isomeria Propriedades Físico-Química De Compostos Orgânicos	UNIDADE IV - funções orgânicas II Reações Orgânicas Polímeros
Bibliografia Básica			
PERUZZO, T. Miragaia e CANTO, E. Leite. Química na Abordagem do Cotidiano , vol, 3, Moderna, 2006.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

FELTRE, Ricardo. Química , vol. 3, Moderna, São Paulo, 2011.
FONSECA, Martha Reis Marques Da. Química , vol, 3, FTD, São Paulo, 2009.
LEMBO, Antônio. Química - Realidade e Contexto , vol, 3, Ática, São Paulo, 2012
Bibliografia Complementar
FONSECA, Marta Reis Marques da. Interatividade química: Cidadania, participação e transformação . Volume único. São Paulo: Editora FTD
SANTOS, Wildson Luiz Pereira dos (coord.) Química e Sociedade , vol. único: nova geração, 2005 Química-Vol. Único-9º ed. 2013, Usberco, João Salvador, Edgard
MORTIMER, Eduardo Fleury e Andrea Horta Machado - química – volume único - segundo grau - São Paulo, Editora Scipione, 2009
SARDELLA, Antônio, Curso completo de Química – volume único – 3º edição - São Paulo - editora Ática.

Curso:	Técnico em nível médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º ano
Componente Curricular:	Física	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Estudo da óptica geométrica; Eletricidade estática; Lei de Coulomb; Campo Elétrico; Tensão Elétrica; Eletrodinâmica, Corrente Elétrica, Resistores, Geradores e Capacitores; Eletromagnetismo, Imãs; Campo Magnético; Física Moderna e contemporânea.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Identificar e aplicar os princípios que norteiam tanto a óptica geométrica quanto a óptica ondulatória;• Reconhecer natureza elétrica da matéria e suas interações;• Definir e aplicar os princípios do eletromagnetismo clássico visualizando seus aspectos no desenvolvimento da sociedade;• Analisar as bases teóricas da Física Moderna e Contemporânea identificando suas relevâncias no desenvolvimento científico e tecnológico mundial;			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I – Eletrostática Introdução; Estrutura da matéria; Cargas elétricas; Corpos eletrizados; Processos de eletrização; Princípios de conservação da carga; Força Elétrica e Campo Elétrico; Lei de Coulomb; Campo e Potencial elétrico;	UNIDADE III – Magnetismo Introdução; Princípios e história do Magnetismo Magnetismo da terra; Campo magnético; Propriedades dos Imãs; Linhas de força; Leis do Magnetismo; Lei de Ampère; Lei de Lenz; Lei de Faraday;		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

UNIDADE II – Eletrodinâmica Introdução; Corrente elétrica; Leis de Ohm; Circuitos Associações em série, paralelas e mistas; Geradores e receptores;	UNIDADE IV – Noções de Física Moderna Introdução; Einstein e a história da física moderna; Postulados da relatividade de Einstein; Efeito fotoelétrico;
Bibliografia Básica	
BISCUOLA, G. J.; BÔAS, N. V.; DOCA, R. H. Física, Eletricidade , Física Moderna, Análise dimensional 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2013. LUZ, A. M. R.; ALVARES, B. A. Física contexto & Aplicações . v. 3. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013. ALVARES, B. A.; LUZ, A. M. R. Física contexto & Aplicações . v. 3. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013.	
Bibliografia Complementar	
FUKUI, A.; MOLINA. M. M.; OLIVEIRA. V. S. Ser protagonista Física . v.3. 2. ed. São Paulo: Edições SM, 2013. TORRES, C. M. A. et al. Física, ciências e tecnologia . v. 3. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2013. XAVIER, Cláudio; BENIGNO, Barreto. Coleção Física: aula por aula . v. 3. 1. ed. São Paulo: FTD, 2010. FERRARO, N. G.; SOARES, P. A. T; TORRES, C. A. Física, ciências e tecnologias . v. 3. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2010. HEWITT, G. P. Fundamentos da física conceitual . 1 ed. São Paulo: Bookman, 2009.	

Curso:	Técnico em nível médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º ano
Componente Curricular:	Língua Espanhola	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Introdução aos conceitos de língua e linguagem; características da linguagem humana; Linguagem verbal e não-verbal; prescrição e descrição: aspectos da gramática normativa; língua e sociedade: a norma-padrão; variação linguística; preconceito linguístico. Expressões Idiomáticas.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Promover o conhecimento instrumental da Língua Espanhola no que se refere à leitura, interpretação de textos de diversos gêneros.• Desenvolver estratégias que promovam a autonomia do aluno enquanto aprendiz da língua espanhola.• Promover o conhecimento da cultura e de expressões da língua espanhola que possam refletir em situações do cotidiano.• Promover situações comunicacionais entre os alunos para a compreensão da fonética e fonologia da língua espanhola.• Conhecer e compreender as bases que compõe a gramática básica da língua espanhola.			
Base Científica e Tecnológica			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<p>Unidade I: comprensión lectora de textos de distintos géneros; la formalidad y la informalidad de la lengua en las diversas situaciones. Artículos determinados e indeterminados y neutro; pronombres personales; los léxicos variados;</p> <p>Unidad II los demostrativos; los posesivos; las conjunciones y preposiciones; los adverbios; pronombres indefinidos;</p>	<p>Unidade III los intensificadores; expresiones para establecer orden em las argumentaciones; los heterosemánticos y heterogenéricos; apócope; perífrasis verbales;</p> <p>Unidade IV los pronombres complemento directo e indirecto; los verbos pronomiles; verbos regulares e irregulares en pretérito, presente y futuro en los modos indicativo y subjuntivo; verbos en modo imperativo; expresiones idiomáticas;</p>
Bibliografía Básica	
OSPINA, Ana Sol. Clave – Español para el mundo . (1 a) São Paulo: Moderna, 2007.	
VIÚDEZ, Francisca; Ballesteros, PILAR. Espanhol en Marcha 1 . 7º ed. Editora SEGEL, 2012.	
VIÚDEZ, Francisca; Ballesteros, PILAR. Espanhol en Marcha 2 . 7º ed. Editora SEGEL, 2012.	
Bibliografía Complementar	
CABRALES, José Manuel. HERNÁNDEZ, Guillermo. Literatura española y Latinoamericana , de la Edad Media al Neoclasicismo. Ed. SEGEL, Madrid, 2011.	
FANJÚL, Adrián. Gramática y Práctica de Español para Brasileños . Ed. Moderna, 2014.	
MILANI, Esther Maria. Gramática de espanhol para brasileiros . São Paulo: Editora Saravia, 2002.	
OSPINA, Ana Sol. Clave – Español para el mundo . Cuaderno de Ejercicios . (1a) São Paulo: Moderna, 2007.	
REAL ACADEMIA DE CIENCIAS. Vocabulario científico y técnico . Madrid: Espasa Calpe, 1996.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Planejamento Estratégico	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Conceito de planejamento. Tipos de planejamento estratégico. Objetivos. Missão. Visão. Valores. Diagnóstico Estratégico. A análise estratégica ambiental e interna. Análise Swot. Matriz GE. Matriz BCG. Modelo de Porter. Modelo VRIO. Cenários. Estratégia. Projetos e planos de ação. Controle e avaliação do planejamento estratégico.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender os conceitos básicos de gestão e planejamento estratégico.• Conhecer processos, metodologias e ferramentas de diagnóstico, formulação, implementação, controle e avaliação de estratégias.• Desenvolver nos alunos a capacidade de desenvolver o planejamento estratégico dentro da organização.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: - Conceito de planejamento estratégico. - Tipos de planejamento estratégico. - Diagnóstico Estratégico - Objetivos, visão, missão e valores.	UNIDADE III: - Modelo de Porter - Modelo VRIO - Cenários - Estratégia	UNIDADE II: - Análise estratégica ambiental interna e externa Análise Swot Matriz GE Matriz BCG	UNIDADE IV: Projetos e Plano de Ação Controle e avaliação do planejamento estratégico
Bibliografia Básica			
OLIVEIRA, D. P. R. de. Planejamento estratégico : conceitos, metodologias e práticas. 34. ed. São Paulo: Atlas: São Paulo, 2018. PORTER, M. Estratégia competitiva . São Paulo: Campus, 2005. MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; GHOSHAL, S. Conceitos, Contextos e Casos Seleccionados . 4 ed. São Paulo: Bookman, 2007.			
Bibliografia Complementar			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

AHLSTRAND, B.; MINTZBERG, h.; LAMPEL,; **Safari de Estratégia**. 2 ed. São Paulo: Bookman, 2010.
ALMEIDA, M. I. R de; FISCHMANN, A. A. **Planejamento estratégico na prática**. 3 ed. São Paulo, 2018.
ANSOFF, H. I. **Administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1983
SAPIRO, A.; CHIAVENATO, I. **Planejamento estratégico**. 3 ed. São Paulo: 2015.
CRAVENS, D. W.; PIERCY, N. F. **Marketing estratégico**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2007. 752p.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Inglês Técnico	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Ênfase na produção e compreensão escrita e oral na língua alvo, especialmente em textos com finalidades específicas da área de atuação, trabalhando pontos gramaticais mais específicos com tempos verbais mais complexos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver a produção oral e escrita com propósitos comunicativos;• Automatizar os conhecimentos prévios de forma técnica e objetiva;• Relacionar os conteúdos desenvolvidos ao mundo do trabalho e à prática social;• Estimular o trabalho independente, a autonomia, o desenvolvimento das capacidades do pensamento autônomo crítico, de argumentação e da intervenção na realidade.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: TIME LINE Past Continuous Modal Verbs (may, might, should, could). Project: Best moments from 1 st grade.	UNIDADE III: HALLOWEEN AROUND THE WORLD. Past Perfect Comparatives/superlatives Project: HallowIF		
UNIDADE II: NETQUETTE Present Perfect Adverbs Prepositions of place Project: Interview	UNIDADE IV: Word Formation Going to; Simple Future Project: Christmas		
Bibliografia Básica			
SPINOLA, Vera. Let's Trade in English . São Paulo: Aduaneiras, 2012.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

MENEZES, Vera et. al. **Alive High: Inglês – 2º ano**. 2 ed. São Paulo: Edições SM, 2016.

AMOS, Eduardo. **The simplified Grammar**. São Paulo: Richmond Publishing, 2012.

Bibliografia Complementar

TORRES, Nelson. **Gramática prática da Língua Inglesa: O Inglês descomplicado**. 13ª ed. São Paulo: Saraiva 2010.

MURPHY, Raymond. **English Grammar in Use**. Cambridge: Cambridge University Press, 2012

MURPHY, Raymond. **Essential Grammar in Use**. 3ª ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Laboratório de Pesquisa de Mercado	Carga Horária:	80 h

Ementa

A pesquisa de mercado e sua importância para a empresa. Natureza, objetivo, método e aplicação da pesquisa mercadológica. O processo de pesquisa. Tipos de pesquisa: exploratória, descritiva e causal. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Fontes de dados: primários e secundários. Amostras probabilísticas e não probabilísticas. Tamanho da amostra. Planejamento da atividade de campo. Desenhando o questionário. Análise dos dados. Conclusões e apresentações dos resultados. Aplicações da pesquisa de mercado.

Competências

- Capacitar o aluno a entender e a compreender a importância da ferramenta de pesquisa.
- Propiciar a compreensão dos principais conceitos e técnicas relacionadas à condução de pesquisas mercadológicas.
- Desenvolver e formar uma percepção de metodologia científica aplicada à pesquisa de mercado, definindo sujeitos, instrumentos, métodos e técnicas mais indicados para o objetivo da pesquisa.
- Analisar e compreender os fatores objetivos e subjetivos que determinam as escolhas do indivíduo enquanto consumidor.

Base Científica e Tecnológica

<p>UNIDADE I: Pesquisa de Mercado</p> <p>Conceito de Pesquisa de Mercado.</p> <p>Características da pesquisa de mercado</p> <p>Natureza da pesquisa de mercado.</p> <p>Objetivos da pesquisa de mercado.</p> <p>Métodos de pesquisa de mercado Evolução do Marketing, suas funções e orientações</p>	<p>Fontes de dados: primários e secundários</p> <p>Amostragem: conceitos e tipos</p> <p>Tamanho da amostra</p> <p>Questionário</p> <p>UNIDADE III: Laboratório de Pesquisa de marketing</p> <p>Utilização de técnicas estatísticas com utilização do SPSS</p> <p>UNIDADE IV: Laboratório de Pesquisa de Mercado</p>
---	---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

para mercado. Processo de pesquisa de marketing. Tipos de pesquisa de marketing: exploratória, descritiva e causal. UNIDADE II: Tipos de Pesquisa Pesquisa quantitativa Pesquisa qualitativa	Análise de dados estatísticos Construção de relatórios Apresentação de resultados
Bibliografia Básica	
HAIR Jr., Joseph F. et al. Fundamentos de pesquisa de marketing . 3. Ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014.	
MATTAR, Fauze N. Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento e execução . 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.	
MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada . 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.	
Bibliografia Complementar	
AAKER, David A.; KUMAR e DAY, George S. Pesquisa de Marketing . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.	
ZIKMUND, William G.; BABIN, Barry J. Princípios da Pesquisa de Marketing . Tradução da 4ª edição norte-americana / 2ª edição brasileira. São Paulo: Cengage Learning, 2012.	
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. Administração de Marketing . 12ª ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2006.	
DIAS, Roberto Sérgio. Pesquisa de Mercado . 1ª ed.. São Paulo. Saraiva, 2012.	
RUTTER, Marina; ABREU, Sertório Augusto de. Pesquisa de Mercado . Série Princípios. São Paulo: Ática 2013.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Estratégias de Marketing	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Análise de linha e otimização de portfólio; estratégias de diferenciação de produto; atributos físicos, design e embalagem, canais de marketing relacionados aos 4 P'S (Preço, Produto, Promoção e Praça) Gerenciamento e integração de canais de venda; Estratégia empresarial. Gestão Estratégica. Vantagem competitiva, planejamento de marketing. Porter. Modelo VRIO. Cadeia de Valor			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar e propor a diferentes estratégias de comunicação de marketing para o alcance dos objetos mercadológicos e comunicacionais preestabelecidos; 			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

<ul style="list-style-type: none">• Compreender a teoria/prática das principais estratégias competitivas adotadas pelas organizações em relação ao meio ambiente.• Desenvolver as competências essenciais acerca dos fundamentos teóricos e práticos da estratégia organizacional;• Demonstrar a importância da estratégia para o composto mercadológico.• Introduzir os pressupostos das principais perspectivas teóricas sobre gestão estratégica e vantagem competitiva;• Identificar e analisar as principais alternativas estratégicas das empresas;	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Estratégias de marketing</p> <p>Análise de linha e otimização de portfólio</p> <p>Estratégias de diferenciação de produto;</p> <p>Atributos físicos, design e embalagem;</p> <p>Formas de precificação;</p> <p>Análise de custo, estabelecimento e adequação de preço.</p> <p>Gestão da distribuição e da cadeia de suprimentos;</p> <p>Comunicação integrada de marketing;</p> <p>Implementação e controle de marketing;</p> <p>Canais de marketing;</p> <p>Gerenciamento e integração de canais de venda;</p> <p>Marketing Social</p> <p>Responsabilidade Social</p> <p>Ambientes de Marketing</p> <p>Marketing e Valor para o cliente</p> <p>Planejamento estratégico de marketing.</p> <p>UNIDADE III: Os conceitos e estruturas dos canais de distribuição.</p> <p>A importância do canal de distribuição.</p> <p>Os intermediários no canal de distribuição.</p> <p>Os sistemas de relacionamento nos canais.</p> <p>O papel do varejo no canal de distribuição.</p> <p>A evolução do varejo.</p> <p>A marca do varejo.</p>	<p>UNIDADE III: O Trade Marketing Mix</p> <p>A evolução do processo de implantação do Trade Marketing</p> <p>As variáveis do Trade Marketing Mix</p> <p>Marketing e mix de produtos</p> <p>Preços</p> <p>Vendas e canais</p> <p>Serviços e logística</p> <p>Propaganda, promoção e merchandising</p> <p>Resultados e rentabilidade</p> <p>A função de Trade Marketing na organização</p> <p>As competências do profissional de Trade Marketing</p> <p>Unidade II: Marketing Internacional</p> <p>Decisões do composto de marketing (Marketing-mix) internacional</p> <p>Criando produtos e marcas para os consumidores nos mercados globais</p> <p>Sistemas de distribuição e transferência dos produtos</p> <p>O esforço global de propaganda, promoção, venda e comunicação com o consumidor mundial</p>



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Os produtos de marca própria dos varejistas. O processo de compras no varejo. O relacionamento entre a indústria e o varejo. As relações de poder na negociação. Os conceitos e aplicações do Supply Chain e ECR. Marketing As interações de Trade Marketing com os diversos setores	
Bibliografia Básica	
FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. Estratégia de marketing . 4. Ed. São Paulo: Cengage. 2010. HOOLEY, G.; PIERCY, N. F.; NICOLAUD, P. e B. Nicoulaud. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo . 4. Ed. Pearson: São Paulo, 2011. ALVAREZ, Francisco J.S.M. Trade Marketing : a conquista do consumidor no ponto de venda, São Paulo: Saraiva,2007. CATEORA, Philip R.; GILLY, Marcy C.; GRAHAM, John L. Marketing internacional . 15. ed. Rio de Janeiro: McGraw Hill 2013.	
Bibliografia Complementar	
ALVAREZ, Francisco J.S.M. Trade Marketing : a conquista do consumidor no ponto de venda, São Paulo: Saraiva,2007. CERTO, Samuel C.; PETER J. P.; MARCONDES, R. C.; CESAR, A. M. R Administração Estratégica : Planejamento e implementação de estratégias. 3 ed. Porto Alegre: Pearson, 2010. PORTER, Michael. Estratégia Competitiva . Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. Comportamento do Consumidor e Estratégias de Marketing . 8. E. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2009. SOUSA, José Manuel Meireles; PALÁCIOS, Tomas Manuel Banegil. Estratégias de Marketing Internacional . Sao Paulo: Atlas, 2004.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Marketing	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Gestão e Negócios	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Marketing de Serviços	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Fundamentos do Marketing de Serviços. Características de produtos e serviços. Gestão da qualidade em serviços. Produtividade em serviços. Identificação, recuperação e relacionamento com clientes. Níveis de serviços ao cliente. Monitoração da satisfação do cliente. Ferramentas de fidelização.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Desenvolvimento da percepção dos clientes. Ferramentas de fidelização. Tangibilização de serviços. Marketing Interno. Empowerment. Estratégia em Serviços. SAC.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Reconhecer os fundamentos e as características de Marketing de Serviços;• Analisar o relacionamento com clientes;• Estabelecer estratégias para otimização de serviços.	
Base Científica e Tecnológica	
Unidade I: Marketing de serviços e suas características. Fundamentos do Marketing de Serviços; Características de produtos e serviços; Gestão da qualidade em serviços; Produtividade em serviços.	Unidade III: Percepção dos clientes Desenvolvimento da percepção dos clientes; Tangibilização de serviços; Empowerment.
Unidade II: Relacionamento com o cliente Identificação, recuperação e relacionamento com clientes; Níveis de serviços ao cliente, Monitoração da satisfação do cliente; Ferramentas de fidelização.	Unidade IV: Estratégias em serviços em marketing Estratégia em Serviços; Marketing Interno; SAC.
Bibliografia Básica	
BATESON, John E.G.; HOFFMAN, K. Douglas. Marketing de Serviços. Porto Alegre: Boockman, 2001. CORRÊA, Henrique Luiz; CAON, Mauro. Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2002. LIMA, Aguinaldo. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: Gestão de relacionamento. 2º ed. São Paulo. Atlas, 2013.	
Bibliografia Complementar	
GRÖNROOSJOHNSTON, Robert; CLARK, Graham. Administração de operações de serviço. São Paulo: Atlas, 2002. HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços. 2 ed. São Paulo: Thomson, 2003. KON, Anita. Economia de serviços: teoria e evolução no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2006.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

ZEITHAML, Valarie A; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

6.4 Prática Profissional

A prática profissional conforme o artigo 61 da Resolução 01/2016/CONSUP/IFAP, configurar-se-á como um procedimento didático - pedagógico que contextualiza, articula e inter-relaciona os saberes apreendidos, relacionando teoria e prática, a partir da atitude de desconstrução e reconstrução do conhecimento. Tal prática profissional encontra-se fundamentada na Resolução CNE/CEB nº06/2012/ Resolução nº 58/2014/CONSUP/IFAP e a Retificação de 28 de Abril de 2015, e a Resolução nº 01/2016/CONSUP/IFAP em seus artigos 61 a 74.

Sendo assim, a prática profissional será desenvolvida no decorrer do curso por meio da realização de 200 (duzentas) horas em estágio e/ou projeto de pesquisa aplicada e atividades complementares, com carga horária de 50 (cinquenta) horas, totalizando 250 (duzentos e cinquenta) horas.

6.4.1 Estágio Curricular

Conforme estabelecido no artigo 1º da Lei nº 11.788/2008 “Estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação profissional (...)”, compreendendo atividades de cunho profissional, social e cultural realizadas na comunidade em geral ou junto a pessoas jurídicas de direito público ou privado sob a responsabilidade e coordenação da Instituição de Ensino.

Assim, o estágio é concebido como uma prática educativa e como atividade curricular intencionalmente planejada, integrando o currículo do curso e com carga horária mínima de 200 horas conforme carga horária constante neste projeto pedagógico de curso para a habilitação profissional.

O estágio poderá ser realizado a partir do segundo ano do curso, obedecendo às normas instituídas pelo IFAP disposto na Resolução nº 01/2016/CONSUP/IFAP, em consonância com as diretrizes da Resolução nº 20/2015/CONSUP/IFAP, que versa sobre a Regulamentação de Estágio do Instituto Federal do Amapá.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Nota-se que as atividades relacionadas ao estágio curricular podem ser desenvolvidas nos mais diversos ambientes e não somente em empresas do mercado de trabalho. Sendo assim, estas atividades também podem ser desenvolvidas tanto em instituições públicas ou privadas, quanto em instituições de ensino, desde que estejam relacionadas com a área profissional do curso que o discente está cursando no IFAP – *Campus Santana*.

As atividades programadas para o estágio deve manter uma correspondência com os conhecimentos teórico-práticos adquiridos pelo estudante no decorrer do curso e devem estar presentes nos instrumentos de planejamento curricular do curso. O estágio é acompanhado por um professor-orientador para cada estudante, em função da área de atuação no estágio e das condições de disponibilidade de carga horária dos professores.

São mecanismos de acompanhamento e avaliação de estágio:

- a) plano de estágio aprovado pelo professor orientador;
- b) reuniões do estudante com o professor-orientador;
- c) visitas ao campo de estágio por parte do professor-orientador, sempre que necessário;
- d) relatório técnico do estágio;
- e) avaliação da prática profissional realizada.

Após a conclusão do estágio, o estudante terá um prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias para entregar o relatório ao professor-orientador que fará a correção do ponto de vista técnico e emitirá uma nota entre 0 (zero) e 100 (cem), sendo aprovado o estudante que obtiver rendimento igual ou superior a 70 (setenta). O aluno será aprovado segundo critérios já estabelecidos acima.

Caso o estudante não alcance a nota mínima de aprovação no relatório final, deverá ser reorientado pelo professor-orientador, com o fim de realizar as necessárias adequações/correções e, em um prazo máximo de vinte dias, deverá entregá-lo ao professor-orientador.

O professor-orientador deverá preencher a ficha de avaliação final de estágio, indicando o desempenho do aluno, dentre outras informações, e encaminhar uma cópia desta ficha para a coordenação de estágio e original para a coordenação de curso, que por sua vez encaminhará ao registro escolar para arquivar na pasta do aluno.

O relatório de estágio será apresentado a uma banca composta pelo orientador, um professor convidado e pelo coordenador de curso, sendo a apresentação de caráter público



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

para a socialização da experiência vivenciada.

Além do estágio, os discentes do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma integrada, em regime integral, poderão preencher o requisito da prática profissional por meio de projeto de pesquisa aplicada, devendo o mesmo optar por uma das modalidades.

6.4.2 Prática Profissional via Projeto

Outra maneira na qual os discentes do Curso Técnico em Marketing na Forma Integrada, regime integral, podem integralizar sua carga horária de Prática Profissional é através do desenvolvimento de projetos de pesquisas e/ou extensão de acordo com a Resolução nº 58/2014/CONSUP/IFAP, de 04 de dezembro de 2014. Podendo ser desenvolvido nas comunidades e/ou em locais de trabalho, objetivando a integração entre teoria e prática, com base na interdisciplinaridade, e resultando em relatórios sob o acompanhamento e supervisão de um orientador.

Metodologia de desenvolvimento do projeto de pesquisa aplicada

O projeto de pesquisa deverá ter um professor-orientador com no máximo 3 alunos, podendo o mesmo ser contemplado via editais internos com bolsas ou editais externos como CAPES, CNPQ, SETEC, FAPEAP, dentre outras agências de fomento.

O trâmite para execução Projeto de Pesquisa Aplicada se dará na sequência:

O coordenador do curso indica o professor que orientará o aluno, desde que o mesmo tenha formação compatível e conhecimento técnico na área de atuação;

O professor-orientador informa a coordenação de curso o início da prática profissional, para que o coordenador tenha ciência e faça registro do desenvolvimento do mesmo.

O coordenador de curso envia o projeto ao Departamento de Pesquisa e Extensão com cópia para a coordenação do Geral de Ensino, dando ciência da execução da atividade.

Nota: O acompanhamento da execução do projeto deverá ser feito pelo coordenador de curso que ao final do projeto deverá informar via memorando ao Departamento de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Pesquisa e Extensão e ao Departamento de Ensino que o projeto foi executado com êxito e que carga horária (200 horas) referente ao desenvolvimento dessa prática profissional foram cumpridas pela equipe componente do projeto.

Para a consecução do Projeto de Pesquisa Aplicada, deverá ser utilizada a seguinte estrutura:

- a) resumo e abstract;
- b) introdução;
- c) Referencial teórico;
- d) Metodologia;
- e) Análise e Discussão dos Resultados;
- f) Conclusão ou Considerações Finais; e
- g) Referências
- h) Apresentação do artigo a uma banca examinadora, sendo composta pelo orientador, um professor convidado e o coordenador de curso ou outro professor indicado;

São mecanismos de acompanhamento e avaliação do projeto de pesquisa:

- a) Plano do projeto de pesquisa aprovado pelo professor orientador, devendo conter (objetivo geral, objetivos específicos, justificativa e proposta de metodologia);
- b) reuniões periódicas do estudante com o professor-orientador;

Os casos omissos serão decididos pelo Departamento de Pesquisa e Extensão junto com a Coordenação do Curso.

6.4.3 Atividades Complementares

De modo a permitir uma formação profissional de modo amplo, os alunos do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, deverão cumprir um mínimo de 50 (cinquenta) horas de atividades complementares em caráter obrigatório, ao longo do curso.

Compreende-se como atividade complementar aquela que integra a carga horária do curso, no que se refere à prática profissional, e que pode ser cumprida pelo estudante de várias formas, de acordo com a tabela de atividades constante neste projeto pedagógico de curso.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

O estudante deverá apresentar comprovantes (originais e cópias) da realização destas atividades complementares, ao final de cada ano letivo, em datas estabelecidas pela Coordenação de Curso. Caberá a coordenação de curso receber as atividades complementares, realizar a validação e entregar a Seção de Registros Escolar e Acadêmico as horas que foram validadas.

Ressalta-se que as atividades complementares realizadas antes do início do curso, não serão validadas, devendo as mesmas serem realizadas no decorrer do curso.

As atividades complementares estão descritas no **Quadro 1 - Validação de Atividades Complementares** constante neste projeto pedagógico de curso, onde o aluno poderá verificar as atividades que são passíveis de validação nas áreas que contemplam a formação do mesmo, tais como: **Marketing, Administração, Comunicação Social, e Publicidade**, desde que sejam atendidos todos os requisitos estabelecidos.

Poderá ainda ser aceita como atividade complementar, que **estejam vinculadas ao curso**:

- **Estágio não-obrigatório** – A realização de estágio não-obrigatório, com remuneração, devidamente comprovado por documentação emitida pelo local de estágio, validada somente quando a partir de 120 horas realizadas e na área de formação do aluno.
- **Projetos de Iniciação Científica** – As atividades a que se refere este item serão propostas e desenvolvidas sob forma de projetos e programas de pesquisa de natureza extracurricular, mediante a participação do aluno nos mesmos, visando a qualificação técnica e científica. Consideram-se também as apresentações de trabalhos em eventos científicos, sob forma de pôster, resumo ou artigo científico.
- **Atividades Culturais** – serão aceitas como atividades culturais, todas as atividades que façam parte da formação cidadã e profissional que sejam oferecidas pelo IFAP ou outras Instituições de Ensino ou órgãos da sociedade civil organizada desde que respeitadas as regras de validação.
- **Atividades Acadêmicas** – participação em eventos científicos como ouvinte e/ou atuante assim como organização de eventos escolares, científicos e culturais no



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

IFAP, como semanas, jornadas, exposições, mostras, seminários e cursos de extensão, participação em jornada acadêmica ou atividades extracurriculares organizadas pelo curso de meio ambiente ou áreas afins, realizadas no IFAP ou em outras Instituições de ensino, pesquisa e extensão; participação em eventos promovidos pelo curso; participação em curso de extensão; proferir palestras profissionalizantes; cursar programas de aprendizagem ofertados por outras instituições de ensino profissionalizante ou de graduação; realizar atividades de monitoria relacionadas ao componente curricular.

- **Ações Sociais** – Realização de atividades sociais, como, por exemplo, a participação em projetos voltados para a comunidade que promovam melhoria da qualidade de vida, cidadania, educação, trabalho e saúde, seja na condição de organizador, monitor ou voluntário.

Cada atividade complementar terá uma carga horária mínima e máxima, conforme estabelecido no quadro abaixo, não permitindo ao aluno cumprir toda sua carga horária em um só tipo de atividade, devendo estar diversificada a sua participação nas atividades complementares, com integralização mínima de 50 (cinquenta) horas das atividades complementares, se dividindo em pelo menos 03 (três) tipos de atividades.

Quadro 1: Validação de Atividades Complementares

ATIVIDADES	CARGA HORÁRIA MÍNIMA	CARGA HORÁRIA MÁXIMA
Visitas técnicas (programadas pela coordenação ou professor)	03 h	12 h
Participação em programas governamentais (Ex: menor aprendiz e outros)s	30 h	30 h
Atividades científicas (participação em congressos, seminários, palestras, minicursos, fóruns, workshops, mostra científica e tecnológica, feiras e exposições, monitorias, oficinas, dentre outros).	04 h	20 h
Participação como ministrante em atividades científicas e acadêmicas.	02 h	20 h
Atividades esportivas (torneios, jogos, cursos de danças, etc.)	04 h	08 h
Produção acadêmica/científica (autor ou coautor de artigos)	04 h	12 h



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

publicados em jornais e/ou revistas científicas, anais, periódicos, livros ou capítulo de livros e painéis, projetos de pesquisa)		
Cursos extracurriculares (línguas, extensão, aperfeiçoamento, treinamento, etc.)	10 h	30 h
Participação em atividades culturais: filmes, teatro, shows, feiras, exposições, patrimônios culturais.	02 h	12 h
Exercício de representação estudantil nos órgãos colegiados da instituição	04 h	16 h
Ações Sociais: Participação em eventos sociais como monitor, voluntário ou organizador.	04 h	16 h
Estágio não obrigatório	20 h	20 h

7. CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS

O aproveitamento de conhecimentos está de acordo com o Artigo 41 da Lei 9394 de 20 de dezembro de 1996, art. 36 da Resolução nº 06/2012/CNE/CEB e o artigo 35 da Resolução nº 01/2016/CONSUP/IFAP, que trata da Regulamentação da Educação Profissional Técnica de Nível Médio, na forma Integrada, com duração de 3 anos, em regime Integral no âmbito do IFAP.

Aproveitamento de Estudos

Entende-se por aproveitamento de estudos o processo de reconhecimento de componentes curriculares da formação profissional, cursados em uma habilitação do mesmo eixo tecnológico, com aprovação no IFAP ou em outras Instituições de Ensino de Educação Profissional Técnica de Nível Médio, credenciadas pelo Sistema Federal e Estadual, bem como em Instituições Estrangeiras, para a obtenção de habilitação diversa.

Para esta modalidade de ensino, poderá ser concedido o aproveitamento de estudos exclusivamente para os componentes curriculares da formação profissional, em prazo estabelecido no calendário letivo e mediante requerimento entregue a Seção de Registro Escolar e Acadêmico dirigido a coordenação de curso, conforme estabelece o art. 35 da Resolução nº 01/2016/CONSUP/IFAP.

O aluno matriculado solicitará a Seção de Registro Escolar e Acadêmico em prazo



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

estabelecido no Calendário Escolar, a dispensa do(s) componente(s) curricular(es), tendo como base o aproveitamento de estudos anteriores, de acordo com o que estabelece o art. 36 da Resolução CNE/CEB nº 06/2012.

A concessão do aproveitamento de estudos na Educação Profissional Técnica de Nível Médio, na Forma Integrada, quando se tratar de componente(s) curricular(es), além do histórico escolar é necessário apresentar o programa dos referidos componentes cursados com aprovação, com registro de conteúdos e carga horária total das aulas teóricas e práticas, devidamente autenticado e assinado pela Instituição de origem.

Nos casos em que os documentos são oriundos de instituições estrangeiras, os mesmos deverão ter traduções oficiais, e o curso deverá ter sua equivalência com os inseridos no cadastro nacional de cursos de educação profissional técnica de nível médio, aprovada por instituição autorizada pelo MEC para tal fim.

Tratando-se de aproveitamento de componente (s) curricular (es) ministrado(s) no próprio IFAP o requerente ficará dispensado do cumprimento da entrega dos documentos da Instituição.

A análise da equivalência do(s) componente (s) curricular (es) será feita pela Coordenação de Curso observando a compatibilidade de carga horária, bases científico-tecnológicas ou competências/habilidades. O tempo decorrido da obtenção de conhecimentos e experiências anteriores não poderá ser superior a 02(dois) anos ao pedido de aproveitamento solicitado no IFAP.

A avaliação da correspondência de estudos deverá recair sobre os conteúdos que integram os programas dos componentes curriculares apresentados e não sobre a denominação dos componentes curriculares cursados.

Serão aproveitados os componentes curriculares cujos conteúdos e cargas horárias coincidirem em, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) com os programas dos componentes curriculares do respectivo curso oferecido pelo IFAP.

O discente poderá obter dispensa, por aproveitamento de estudos, de, no máximo, 30% (trinta por cento) da carga horária total dos componentes curriculares do curso,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

sendo vedado o aproveitamento de estudos para componentes curriculares em que o requerente tenha sido reprovado. Não será permitida a solicitação de aproveitamento de estudos para alunos matriculados na primeira série do curso, exceto para alunos transferidos durante o período letivo.

Obs: Só serão analisados pedidos de componentes cursados antes do ingresso do estudante no IFAP.

A Seção de Registro Escolar e Acadêmico encaminhará o processo à Coordenação de Curso que designará uma comissão composta pelos seguintes integrantes: coordenador do curso, como presidente da comissão; no mínimo dois professores e um pedagogo, abrangendo as áreas de conhecimento do (s) componente(s) curricular (es) que o aluno solicita dispensa.

Esta comissão realizará a avaliação das competências requeridas, apresentando posteriormente relatório contendo os resultados obtidos, bem como os critérios e os instrumentos adotados para a avaliação, devendo tal relatório constar no dossiê do aluno. Para que o estudante tenha dispensa do(s) componente (s) curricular (es), deverá obter nota igual ou superior a 70 (setenta) em cada componente avaliado.

8. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

A avaliação ocupa espaço relevante no conjunto de práticas pedagógicas aplicadas ao processo de ensino e aprendizagem. Portanto, avaliar não se resume à mecânica do conceito formal e estatístico, não é simplesmente atribuir notas, não é a tomada de decisão do avanço ou retenção do aluno em componentes curriculares ou módulos de ensino. Nesse sentido, a avaliação é entendida como um constante diagnóstico participativo na busca de um ensino de qualidade, resgatando-se seu sentido formativo, em um processo onde se avalia toda prática pedagógica.

Nesse processo, a avaliação assume as seguintes funções: a função diagnóstica que proporciona informações acerca das capacidades dos alunos em face de novos



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR**

conhecimentos que irão ser propostos; a segunda função é a formativa que permite constatar se os alunos estão de fato atingindo os objetivos pretendidos; e finalmente a função somativa que tem como objetivo determinar o grau de domínio e progresso do aluno em uma área de aprendizagem.

Essas funções devem ser utilizadas como princípios para a tomada de consciência das dificuldades, conquistas e possibilidades. Funcionando também como instrumento colaborador na verificação da aprendizagem, que deve sempre levar em consideração os aspectos qualitativos sobre os quantitativos.

Neste sentido, a avaliação do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma integrada, em regime integral, terá como base a LDB 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), e a Regulamentação nº 01/2016 do IFAP em seus artigos 36 a 44, sendo considerada como elemento construtivo do processo de ensino-aprendizagem, permitindo identificar avanços e dificuldades no desenvolvimento dos alunos.

Além disso, a proposta do curso prevê uma avaliação contínua e cumulativa, considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento do processo de aprendizagem do aluno. Dentro desse entendimento, a avaliação busca desenvolver nos discentes as competências necessárias a sua formação, onde se prioriza o processo de ensino aprendizagem, buscando promover o diálogo entre o docente e o discente, observando as particularidades existentes de cada indivíduo.

Assim, avaliar as competências deve significar o estabelecimento de uma situação de diálogo entre professor e aluno, descobrindo, juntos, avanços e dificuldades para consolidarem aqueles e corrigirem estas.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Considerando que o desenvolvimento de competências envolve conhecimentos (saberes), práticas (saber-fazer), atitudes (saber-ser) e mobiliza esse conjunto (saber-agir) na realização do trabalho concreto, cabe ao professor adotar uma diversidade de instrumentos e técnicas de avaliação, tais como: atividades teórico-práticas construídas individualmente ou em grupo, trabalhos de pesquisa, estudos de caso, simulações, projetos, situações-problemas, elaboração de portfólios, relatórios, provas escritas, entre outros.

Os instrumentos avaliativos servirão para verificar o aprendizado efetivamente realizado pelo aluno, e ao mesmo tempo para fornecer subsídios ao trabalho docente, direcionando as atividades desenvolvidas na melhoria do processo de ensino e aprendizagem. Os instrumentos de avaliação, assim como os pesos atribuídos a cada um deles, deverão ser explicitados no programa de cada componente curricular, o qual deverá ser divulgado junto aos estudantes no início do respectivo período letivo.

Dessa forma, considera-se como critérios de avaliação e aprendizagem, conforme a Regulamentação 01/2016/CONSUP/IFAP em seu artigo 38:

- I – Domínio dos conhecimentos mediados em sala de aula pelos docentes;
- II – A participação do discente no processo de construção do conhecimento;
- III – O relacionamento dos conceitos apresentados para analisar e tomar decisões em sua área de formação;
- IV – O comprometimento, a responsabilidade e o interesse do discente no processo de construção do conhecimento;
- V – Média aritmética igual ou superior a 70 (setenta);
- VI - Frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) do total da carga horária dos componentes curriculares de cada série;
- VII - Frequência assídua nos estudos de recuperação, quando estes se fizerem necessários, e obtenção de êxito ao longo do processo ensino aprendizagem.

Já no que se refere ao desempenho acadêmico do aluno durante o ano letivo, o mesmo será expresso por uma nota, na escala de 0 (zero) a 100 (cem), cabendo à escola e ao professor garantir a aprendizagem efetiva de todos os alunos, sendo divididos em 4 (quatro) bimestres no ano letivo com 03 (três) atividades avaliativas por bimestre, sendo duas **Avaliações Parciais** e uma **Avaliação Final**, independente da carga horária do componente.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

$$\underline{MB = AP1 + AP2 + AF}$$

3

MB = Média do Bimestre

AP1 = 1ª Avaliação Parcial

AP2 = 2ª Avaliação Parcial

AF = Avaliação Final

A **Avaliação Final** será aplicada de forma individual, escrita e/ou oral e/ou prática, conforme a especificidade do componente curricular. Serão considerados instrumentos de avaliação parcial, entre outros, os trabalhos teórico-práticos produzidos e/ou aplicados individualmente ou em grupos, como projetos, relatórios, seminários, práticas de laboratórios, exercícios entre outros que permitam validar o desempenho obtido pelo aluno durante o processo ensino aprendizagem.

Dar-se-á uma segunda oportunidade ao aluno que, por motivo relevante e justificável (devidamente comprovado), deixar de comparecer às atividades programadas, desde que seja apresentado requerimento a Seção de Registro Escolar e Acadêmico no prazo de até dois dias úteis após a realização da referida atividade. Tal requerimento deverá ser encaminhado à Coordenação de curso para análise do pedido e emissão de resultados: deferido ou indeferido.

Entende-se por motivo relevante e justificável os seguintes casos:

I – doença;

II – óbito de parentes até terceiro grau;

III – convocação judicial militar;

IV – representar a Instituição em eventos científicos, esportivos e culturais.

É imprescindível durante o ano letivo o desenvolvimento de atividades pedagógicas de recuperação de aprendizagem destinadas ao atendimento de alunos com dificuldades identificadas durante o processo avaliativo. Essas atividades compreendem a recuperação paralela, que deve ocorrer após síntese dos resultados obtidos em AP1, AP2 e AF, para os



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

alunos que não atingirem o mínimo de 70 (setenta) pontos na somatória total do componente curricular.

Em relação a média final do componente curricular, o mesmo será calculado de acordo com o artigo 40 § 3, da Regulamentação 01/2016 do IFAP:

§3º – Cada avaliação parcial e final terá valor de 100 (cem) pontos. A média do componente curricular no período avaliativo dar-se-á pelo total de pontos obtidos divididos pelo número de avaliações realizadas. Essa média compreenderá um número inteiro com uma casa decimal, segundo a equação abaixo:

Encerrado o período avaliativo far-se-á o somatório da notas obtidas pelo aluno ao longo do período letivo, sendo considerado aprovado o estudante que, ao final de cada bimestre, obtiver média aritmética igual ou superior a 70 (setenta) em todos os componentes curriculares e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária de cada componente curricular cursado, conforme de acordo com a seguinte fórmula:

$$MC = \frac{B1 + B2 + B3 + B4}{4}$$

MC = Média do Componente

B1 = Média do 1º bimestre

B2 = Média do 2º bimestre

B3 = Média do 3º bimestre

B4 = Média do 4º bimestre

A avaliação de recuperação da aprendizagem será aplicada aos estudantes que obtiverem no componente curricular nota inferior a (70) em cada bimestre. O discente que não comparecer a todas as avaliações previstas em cada bimestre, sem motivo justificado, conforme § 2º do Art. 41, não terá direito à avaliação de recuperação.

Calculada a média do componente (MC) conforme previsto no artigo 43 o aluno que obtiver média igual ou superior a 70 (setenta) e frequência igual ou superior a 75%



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

(setenta e cinco por cento) no conjunto dos componentes curriculares do período letivo será considerado aprovado, enquanto aqueles que obtiverem média igual ou superior a 40 (quarenta) e inferior a 70 (setenta) em até 04 componentes curriculares terão direito a submeter-se a estudo de recuperação final em prazo a ser definido no calendário escolar de referência.

No período de Recuperação Final, serão ministradas o mínimo de 04 (quatro) aulas, referentes aos conteúdos que os alunos apresentaram dificuldades de aprendizagem durante o ano, a fim de que estudem os referidos conteúdos novamente e obtenham aprovação com êxito.

Será considerado aprovado após a recuperação final, o aluno que obtiver média final igual ou superior a 70 (setenta) em cada um dos componentes curriculares objeto de recuperação final, calculada através da seguinte fórmula:

$$MFC = \frac{MC + NARF}{2}$$

2

MFC = Média final do componente curricular

MC = Média do componente curricular

NARF = Nota da Avaliação de Recuperação final

Nos casos em que a Média Final do Componente (MFC) corresponder um resultado inferior a Média do Componente Curricular (MC) obtida durante o ano letivo, prevalecerá o maior resultado.

Terá direito à dependência o aluno que, após submeter-se à recuperação final, obtiver média final maior ou igual a 40 (quarenta) e menor que 70 (setenta) em no máximo 02 (dois) componentes curriculares.

O discente na condição de dependência será conduzido à série seguinte, realizando as atividades previstas no Programa de Estudo de Dependência (PED), conforme cronograma estabelecido pela instituição, e deverá ocorrer de forma



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

concomitante à série seguinte a ser cursada pelo aluno, no prazo máximo de um ano.

O PED será elaborado de forma conjunta pelas coordenações pedagógicas e de cursos com o acompanhamento do Departamento de Ensino de cada *Campus*, será ofertado anualmente e terá como elementos de constituição estudos dirigidos, encontros presenciais e/ou à Distância com orientação dos docentes dos componentes curriculares, de acordo com a organização estabelecida por *Campus*.

A conclusão do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, está condicionada à integralização de todos os componentes curriculares e prática profissional, de acordo com o disposto no Projeto Pedagógico do Curso.

Neste contexto, a avaliação baseia-se na valorização do processo ensino-aprendizagem, sendo de fundamental relevância preconizar os aspectos cognitivos, afetivos e psicossociais do educando no processo educativo.

Considerando a necessidade de discussão coletiva e permanente, envolvendo docentes e equipe pedagógica, estes reunir-se-ão por curso, representados pelo Conselho de Classe, que deverá se tornar um espaço de avaliação compartilhada do processo ensino-aprendizagem a fim de estabelecer parâmetros do processo formativo. O Conselho de Classe deverá ter função apenas de acompanhamento do rendimento e não poderá mais decidir sobre a aprovação ou reprovação dos alunos.

Os estudos de recuperação de aprendizagem serão regidos pela Lei n.º 9394/96 (Art. 12. Inciso V; Art. 13, inciso IV e Art. 24, inciso V, alínea e) e pela Regulamentação 01/2016 do IFAP, constante no artigo 45, alíneas 1 a 11 desta regulamentação.

9. BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

A estrutura física necessária ao funcionamento do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma integrada, em regime integral, será descrita a seguir.

Com relação à estrutura didático-pedagógica, esta deverá contemplar:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Salas de Aula: Com 40 carteiras, quadro branco, condicionador de ar, disponibilidade para utilização de notebook com projetor multimídia.

- **Auditório:** Com Aproximadamente 180 lugares, projetor multimídia, notebook, sistema de caixas acústicas e microfones.

- **Laboratório de Pesquisa de Marketing:** Contemplará um espaço físico com um mínimo de recursos necessários para execução de pesquisas de marketing.

- **Laboratório didático de informática e Agência experimental de marketing:** Levando-se em conta a existência da Agência Experimental de Marketing e Comunicação, para a prática do aluno, o laboratório didático de informática, compreenderá o mesmo espaço físico e se utilizará dos mesmos recursos para as aulas práticas constantes neste projeto pedagógico, bem como, para a realização de trabalhos, atividades e aulas práticas que contribuirão para a formação profissional dos alunos, com a finalidade de apurar os conhecimentos teóricos adquiridos, além da sua inserção no mercado de trabalho.

- **Biblioteca:** Com espaço de estudos individual e em grupo, equipamentos específicos e acervo bibliográfico. Quanto ao acervo da biblioteca deve ser atualizado com no mínimo cinco referências das bibliografias indicadas nas ementas dos diferentes componentes curriculares do curso, sejam elas básicas ou complementares.

- A Biblioteca deverá operar com um sistema informatizado, possibilitando fácil acesso via terminal ao acervo da biblioteca. O sistema informatizado propicia a reserva de exemplares. O acervo deverá estar dividido por áreas de conhecimento, facilitando, assim, a procura por títulos específicos, com exemplares de livros e periódicos, contemplando todas as áreas de abrangência do curso. Oferecerá serviços de empréstimo, renovação e reserva de material, consultas informatizadas a bases de dados e ao acervo, orientação na normalização de trabalhos acadêmicos, orientação bibliográfica e visitas orientadas.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Laboratório de pesquisas e Agência Experimental de Marketing e Comunicação.

Com o objetivo de possibilitar aos alunos um maior contato tanto com as práticas de pesquisa científica, quanto com as demandas advindas do mercado de trabalho, o curso contará dois 02 espaços físicos destinados a esse fim, que atuarão de forma complementar entre si e às atividades de ensino, interligando, deste modo, os âmbitos de ensino, pesquisa e extensão.

O primeiro espaço consiste no Laboratório de Pesquisa de Marketing, que realizará estudos que busquem aprofundar a compreensão sobre aspectos e processos pertinentes às esferas do marketing e comunicação mercadológica, tais como: pesquisa de mercado aplicada, estudos e experimentos acerca do processo decisório no setor de produtos ou serviços, julgamento e avaliação de atributos, efeitos da propaganda a tipos de apelo de ordem emocional/racional, estudos de marca e usabilidade em sites e conteúdos mobile e comportamento do consumidor no ambiente *on-line*.

Para tanto, o espaço contará com equipamentos que estão alinhados às mais recentes demandas de pesquisa e de mercado, nacional e internacionalmente, tais como o eye-tracker e sensores de atividade motora, fisiológica e neuronal entre outras.

Abaixo, os recursos materiais e softwares mínimos necessários para implementação do Laboratório de Pesquisa de Marketing:

Laboratório de Pesquisa de Marketing		
Recursos Materiais	Especificação	QT
Mesa para computador	Escritório branco 2 gavetas	3



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Computador desktop	Tela de 21,5 polegadas LED, com tecnologia IPS, resolução de 1920 x 1080 e suporte a milhões de cores, Processador Intel Core I7-4790 Haswell, 3.6ghz, 8mb, Quad-Core; Memória RAM 16gb (2x8gb) 1600mhz DDR3; Disco rígido de 1TB (5400 rpm), Possibilidade de configuração para Fusion Drive de 2TB ou armazenamento flash de 256GB (SSD); Placa de Vídeo 2gb GDDR5 128bit; Fonte Cx430 430w, Certificado 80 Plus, Pfc Ativo; Suporte a monitor externo e espelhamento de vídeo, Alto-falantes estéreo, Conector de fone de ouvido de 3,5 mm, Saída de áudio digital óptica e de fone de ouvido (minijack), Conector de fone de ouvido de 3,5 mm Slot para cartão SDXC, Quatro portas USB 3 (compatíveis com USB 2) Duas portas Thunderbolt 2, Saída Mini DisplayPort, Compatível com HDMI, DVI, VGA e DVI dual link (adaptadores vendidos separadamente); Gigabit Ethernet 10/100/1000BASE-T (conector RJ-45), Slot para cabo de segurança, Wi-Fi Rede wireless Wi-Fi 802.11ac, compatível com IEEE 802.11a/c/g/n Bluetooth Tecnologia Bluetooth 4.0; mouse.	3
Armário	Armário de aço com três prateleiras. 1.700 mm alt. x 900 mm larg. x 475 mm prof.	1
Cadeira	Cadeira giratória com apoio para braço	3
Eyetracker fixo	Rastreamento ocular no computador	1
Eyetracker portátil	Rastreamento ocular portátil	1
Sensores fisiológicos	ECG, temperatura, GSR, EMG	1
EEG	Atividade emocional	1



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

De forma complementar, a Agência Experimental de Marketing e Comunicação terá como objetivo fomentar o desenvolvimento das aptidões práticas dos alunos e promover um maior contato destes o mercado de trabalho, de modo a subsidiar a compreensão de demandas reais, facilitar a inserção dos alunos no mercado profissional e estimular o empreendedorismo.

Por conseguinte, a referida agência atuará de modo a oferecer soluções de comunicação e marketing a empresas prioritariamente situadas no estado do Amapá, mas não somente. Dentre as soluções oferecidas, serão contempladas:

- Solução em identidade visual (*namings*, logomarca, papelaria, cartão de visita, layout de site/blog e hotsite);
- Campanhas publicitárias: cartaz, flyer, anúncio, OOH (out of home), e-mail marketing, banner, outdoor, social media.
- Análise e planejamento estratégico mercadológico.
- Consultoria empresarial para Micro e Pequenas Empresas.
- Fotografia publicitária
- Pesquisa de mercado: levantamento de atitude e hábitos de comportamento;
- Planejamento de Comunicação integrada;

Cabe salientar que as atividades realizadas pelos alunos serão de natureza voluntária (não-remunerada) mas serão contabilizadas como parte das atividades extracurriculares e também como estágio, uma vez que os mesmos realizarão na prática os conhecimentos adquiridos na teoria. Ainda, caso a quantidade de alunos exceder a capacidade operacional da agência, o ingresso nas atividades poderá ser regulado por processo seletivo interno, organizado e executado pelos próprios alunos.

No que tange à gestão, será organizado um conjunto de normas que definam as atribuições e lógica de funcionamento da agência, estando sob a coordenação de um professor responsável pelo espaço e pelas atividades da agência com carga horária estabelecida pela coordenação de curso.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Laboratório didático de informática e Agência Experimental de Marketing e Comunicação		
Recursos Materiais	Especificação	QT
Mesa para computador	Mesa para acondicionar os computadores	40
Computadores	No mínimo, Tela de 21,5 polegadas de retina (diagonal) retroiluminada por LED, com tecnologia IPS, resolução de 1920 x 1080 e suporte a milhões de cores, 2,8GHz Intel Core i5 quad core de 2,8GHz (Turbo Boost de até 3,3GHz) , 8GB de memória LPDDR3 1867MHz embarcada, Possibilidade de configuração para 16GB de memória, Disco rígido de 1TB (5400 rpm), Possibilidade de configuração para Fusion Drive de 2TB ou armazenamento flash de 256GB (SSD), chip gráfico - Intel Iris Pro Graphics 6200, com Câmera FaceTime HD, Suporte simultâneo à resolução nativa total no monitor integrado e até 4096 x 2304 pixels em um monitor externo, Suporte a monitor externo e espelhamento de vídeo, Alto-falantes estéreo, Dois microfones, Conector de fone de ouvido de 3,5 mm, Saída de áudio digital óptica e de fone de ouvido (minijack), Compatível com fone de ouvido com microfone Apple para iPhone, Conector de fone de ouvido de 3,5 mm Slot para cartão SDXC, Quatro portas USB 3 (compatíveis com USB 2) Duas portas Thunderbolt 2, Saída Mini DisplayPort, Compatível com HDMI, DVI, VGA e DVI dual link (adaptadores vendidos separadamente) Gigabit Ethernet 10/100/1000BASE-T (conector RJ-45), Slot para cabo de segurança Kensington, Wi-Fi Rede wireless Wi-Fi 802.11ac, compatível com IEEE 802.11a/c/g/n Bluetooth Tecnologia Bluetooth 4.0	40
Notebook	Tela Retina: tela de 15,4 polegadas (diagonal) retroiluminada por LED, com tecnologia IPS, resolução de 2880 x 1800 pixels com 220 pixels por polegada e compatibilidade com milhões de cores , 2,5GHz Processador Intel Core i7 quad core de 2,5GHz (Turbo Boost de até 3,7GHz) com 6MB de cache L3 compartilhado, 16GB de memória DDR3L de 160 h0MHz embarcada, Armazenamento baseado em flash PCIe de 512GB, Processador gráfico Intel Iris Pro , AMD Radeon R9 M370X com 2GB de memória GDDR5 e mudança automática de chips gráficos, aída Mini DisplayPort nativa, Compatível com saídas DVI, VGA, DVI dual link e HDMI usando adaptadores Mini DisplayPort, Suporte para resolução de até 5120 por 2880 a 60Hz em uma tela externa (somente modelo com AMD Radeon R9 M370X), com Saída de vídeo HDMI , Suporte para resolução de 1080p a até 60Hz, zuporte para resolução de 3840 x 2160 h a 30Hz,, Suporte para resolução de 4096x2160 h a 24Hz, Câmera FaceTime HD de 720p, Slot para cartão SDXC, Adaptador Apple de Thunderbolt para FireWire, Adaptador Apple de Thunderbolt para Gigabit Ethernet, Alto-falantes estéreo, Dois microfones, Porta para fone de ouvido, Compatível com fone de ouvido com controle remoto e microfone Apple para iPhone, Compatibilidade com saída de áudio (digital/analógica)	03



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Nobreak	Nobreak para falhas de luz a fim de evitar a queima do computador	40
Lousa Digital Interativa	Resolução mínima Interna 2730 pontos (linhas) por polegada Resolução de Saída 200 pontos (linhas) por polegada Taxa de Rastro 200 polegadas por segundo proporcionando resposta rápida aos comandos.	01
Projektor Wireless	Luminosidade: 4.000 lumens ANSI (máx.), Taxa de contraste: 2000:1 típica (Full On/Full Off), Resolução: XGA original 1024 x 768.	02
Suporte de Teto Para Projeto Multimídia	Capacidade: Projetores até 10 Kgs/ Ajuste de ângulo de inclinação: até 15° graus/ Peso do suporte : 1,1 Kg.	02
Tela de Projeção retrátil	Tamanho: 100" – 16:9/Área Visual AxL: 124,0 x 221,0 cm/ Área Total AxL: 154,0 x 229,0cm/ Case – cm: 8,6cm x 9,0 x241,0 cm	02
Câmera IP	Colorida fixa wireless com sensor CCD 1/3", NTSC, 420TVL	01
Controle Remoto sem Fio para PC	Com Tecnologia de raios infravermelhos – Alcance 10 metros	
Caixa Amplificada	com potência 350 W	02
Microfone Sem Fio Auricular -	Sistema sem fio UHF - Sistema sem fio para uso com microfone de cabeça (headset).	04
Mesa De Som - 6 Canais	Com 6 canais	01
Armário	Alto com duas portas de giro, tampo superior, quatro prateleiras reguláveis e rodapé metálico, medindo 90x50x162 cm.	05
Armário	Armário de aço com três prateleiras. 1.700 mm alt. x 900 mm larg. x 475 mm prof.	04
Cadeira	Cadeira giratória com apoio para braço	10
Keypad para respostas IAT	Teclado para aquisição de dados IAT	10
Câmera fotográfica	Canon EOS 60D	01
Tripé	Tripé profissional com altura até 1,62 metro para equipamentos fotográficos de até 3,175 Kg. Nivelador de bolha no topo da base do tripé. Plataforma para câmera com pino indicativo de encaixe e de rápido desacoplamento. Coluna central com trava de ajuste. Elevação de altura com ajuste manual por alavanca. Hastes em alumínio na cor preta com prolongadores divididos em três seções com travas de rápido acionamento. Braço longo para rotação da base da câmera. Pés emborrachados rosqueáveis com "spikes" nas extremidades	01
Cartão de memória	Cartão Sandisk 32gb Classe 10	45
Câmera fotográfica	Canon EOS Rebel T5i 18.0 Megapixels	40
Softwares Necessários ao Laboratório da Agência Experimental de Marketing e Comunicação		
Adobe Photoshop*	Edição e tratamento de imagens	40



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Adobe Illustrator*	Ilustração e gráficos vetoriais	40
Adobe InDesign*	Design e criação de layouts	40
Adobe Premiere*	Produção e edição de vídeos	40
Adobe After Effects*	Efeitos visuais	40
Adobe Lighroom*	Edição de imagens digitais	40
Adobe Dreamweaver*	Sites	40
Corel Draw **	Ilustração e gráficos vetoriais	40
E-Prime 2	Criação e apresentação de estímulos	1
Qualtrics	Design e coleta de dados - pesquisa on-line	5
Spss	Laboratório de pesquisa de mercado	40
Equipamentos	Especificação	Qtde
HP Color LaserJet Enterprise M750dn (D3L09A)	Impressora a laser A3 colorida para grandes formatos	1
HP Látex 360	Impressão de adesivos	1
Porta banner	Suporte de banner	05
Guilhotina	Guilhotina Manual A3 46cm Totalmente Em Aço para 10 Folhas	03
Nobreak	Para computadores e impressoras	45

** Versão CC 2015 ou superior

** X8 ou superior

10. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A tabela abaixo demonstra a disponibilidade de docentes e técnico-administrativos necessários ao funcionamento do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma integrada, em regime integral.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Pessoal Docente

NOME	FORMAÇÃO/TÍTULO	REGIME DE TRABALHO
PROFESSORES DA ÁREA ESPECÍFICA		
Alexandre Guandalini Bossa	Mestre	DE
Ana Karolina Bezerra Lima	Especialista	DE
Ângela Irene Farias de Araújo Utzig	Mestre	DE
Diogo Rógora Kawano	Mestre	DE
Eder de Oliveira Picanço	Especialista	DE
José Carlos Corrêa de Carvalho Júnior	Especialista	DE
Leidiane Vaz dos Santos	Mestre	DE
Lourdes Terezinha Picanço Paes	Especialista	DE
Marcelo Carlos Bezerra de Andrade	Especialista	DE
Marlon de Oliveira do Nascimento	Mestre	DE
Rogério Luiz da Silva Ramos	Especialista	DE
Tiago Idelfonso e Silva Pedrada	Especialista	DE
Tiza Tamiozzo Quintas Colares	Mestre	DE
Victor Hugo Laurindo	Mestre	DE
Ygor Felipe Távora da Silva	Mestre	DE
PROFESSORES DE E FORMAÇÃO GERAL		
Arnaldo Henrique Mayr	Mestre	DE
Cláudia Patrícia Nunes Almeida	Especialista	DE
Clodoaldo Duarte Aguiar	Mestre	DE
Daniel de Nazaré de Souza Madureira	Especialista	DE
Dimitri Alli Mahmud	Especialista	DE
Elys Silva Mendes	Mestre	DE
Elienai Moraes Barbosa	Especialista	DE
Givanilce Socorro Dias da Silva	Especialista	DE
Hanna Patricia da Silva Bezerra	Mestre	DE
Hilton Bruno Pereira Viana	Mestre	DE
João Morais da Costa	Especialista	DE



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

Karine Campos Ribeiro	Especialista	DE
Larissa Duarte Araújo Pereira	Mestre	DE
Leonardo Ataíde de Lima	Especialista	DE
Leticia Maria dos Santos Grangeiro	Especialista	DE
Lued Carlos Oliveira Ferreira	Especialista	DE
Marcos Vinícius Rodrigues Quinteiros	Mestre	DE
Nazaré do Socorro Santos da Costa	Especialista	DE
Patrícia de Jesus Sales	Especialista	DE
Rafaelle Dayanne Dias Barros	Especialista	DE
Romaro Antonio Silva	Especialista	DE
Romeu do Carmo Amorim da Silva Júnior	Graduação	DE
Suzamar Carreiro	Especialista	DE

Pessoal Técnico Administrativo

NOME	FUNÇÃO	FORMAÇÃO
Antônio Rodrigues do Nascimento Filho	Assistente de Alunos	Especialista
Bruna Carla da Silva Tiburcio	Assistente em Administração	Graduação
Bruno Souza de Oliveira	Assistente de Alunos	Curso Técnico
Carmem Ângela Tavares Pereira	Psicóloga	Especialista
Casper Augusto Mira Rocha	Administrador	Especialista
Elizabeth Ribeiro da Rocha	Assistente em Administração	Graduação
Jamilli Santos Martins Pereira	Técnico em Assuntos Educacionais	Especialista
Josefer Ranchel da Silva Neves	Téc. em Laboratório de Ciências	Graduação
Kelly Cristina Barbosa de Souza	Pedagoga	Especialista
Klayrlson da Costa Amaral	Administrador	Graduação
Lilia Campos dos Santos	Assistente Social	Especialista
Luandierison Marques Pereira	Técnico em Laboratório de Informática	Graduação
Maria do Desterro Sousa Rabelo	Técnica em	Especialista



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

	Contabilidade	
Mariana de Moura Nunes	Pedagoga	Mestre
Maykon Anderson de Souza Soares	Odontólogo	Graduação
Michell Santos da Fonseca	Técnico Audiovisual	Especialista
Paula Regiane Furtado Guedes	Enfermeira	Especialista
Paulo Rufino Benayhun Júnior	Técnico em Secretariado	Especialista
Quelem Suelem Pinheiro da Silva	Auxiliar de Biblioteca	Graduação
Raulian de Oliveira Borges	Tradutor e Intérprete Língua de Sinais	Ensino Médio
Reni Santos dos Anjos de Medeiros	Assistente em Administração	Graduação
Robson de Souza Sampaio	Técnico em Laboratório de Informática	Graduação
Ronan Passos dos Santos	Assistente em Administração	Graduação
Samia da Silva Cardeal	Jornalista	Especialista
Tatiane Cristina Ferreira Santos Trombim	Contadora	Especialista
Vandson Silva Pedrado	Assistente de Aluno	-
Wellington Furtado Damasceno	Técnico em Tecnologia da Informação	Graduação
Willian Dias Santos	Assistente em Administração	Ensino Médio



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

• **11. CERTIFICADOS OU DIPLOMA**

O discente estará habilitado a receber o diploma de conclusão do Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, desde que atenda as seguintes condições:

- Cursar os 3 (três) anos com aprovação e frequência mínima nos componentes curriculares que compõem a matriz curricular seguindo as normas previstas na Instituição;

- Estiver habilitado profissionalmente, após ter cursado com carga horária total do curso, necessárias para o desenvolvimento das Competências e Habilidades inerentes ao profissional Técnico em Marketing;

- Concluir Prática Profissional de no mínimo 250 (duzentas e cinquenta) horas, realizada em instituições públicas ou privadas, devidamente conveniadas com o IFAP e que apresentem condições de propiciar experiências práticas adequadas nas áreas de formação profissional do aluno;

- Não estar inadimplente com os setores do *Campus* em que está matriculado, tais como: biblioteca, laboratórios de informática e Agência Experimental de Marketing e Comunicações, apresentando à coordenação de curso um nada consta;

- Não possuir pendências de documentação no registro escolar, apresentando à coordenação de curso um nada consta.

Assim sendo, ao término do curso com a devida integralização da carga horária total prevista no Curso Técnico de Nível Médio em Marketing, na forma Integrada, em regime Integral, incluindo a conclusão da prática profissional, o aluno receberá o

Diploma de Técnico em Marketing.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

12. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei nº 9.394 de 20 de Dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm> Acesso em: 07 ago. 2017.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Ensino Médio e Tecnológico. **Diretrizes Curriculares do Ensino Médio - DCNEM**. Brasília, DF, 1998.

_____. Ministério da Educação. **Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio (PCNEM)**. Brasília, DF, 2000.

_____. **RESOLUÇÃO Nº 06 de 20 de setembro de 2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Diário Oficial da União, Brasília, 21 de setembro de 2012, Seção 1, p. 22.

_____. **DECRETO Nº 5.154 de 23 de Julho de 2004**. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 41 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5154.htm>. Acesso em: 05 ago. 2017.

_____. **Lei nº 11.788 de 25 de Setembro de 2008**. Dispõe sobre o estágio de estudantes. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11788.htm>. Acesso em: 03 ago. 2016.

_____. **RESOLUÇÃO CNE/CEB Nº 02/2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio. Diário Oficial da União, Brasília, 30 de janeiro de 2012a, Seção 1, p. 20.

CATÁLOGO NACIONAL DE CURSOS TÉCNICOS – Diretoria de Regulamentação e Supervisão da Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação, 2014. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/catalogonct/>> Acesso em: 04 dez set. 2017.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA. GUIA PRÁTICO PARA ENTENDER A NOVA LEI DE ESTÁGIO. 3 ed. atual. e rev. São Paulo: CIEE, 2008. 45p.

IFAP. **RESOLUÇÃO N. 58/2014/CONSUP/IFAP.** Realização de estágio através de projetos de pesquisa e/ou extensão dos cursos técnicos integrados. Disponível em <<http://ifap.edu.br/index.php/publicacoes>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

_____. **RESOLUÇÃO N° 01/2016/CONSUP/IFAP.** Regulamentação dos cursos técnicos de nível médio na forma integrada, com duração de 3 anos em regime integral do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá – IFAP. . Disponível em <<http://ifap.edu.br/index.php/publicacoes>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

_____. **RESOLUÇÃO N° 20/2015/CONSUP/IFAP.** Regulamentação de Estágio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá – IFAP. Disponível em <<http://ifap.edu.br/index.php/publicacoes>>. Acesso em: 02 jul. 2017.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

ANEXOS

ANEXO I – MODELO DE DIPLOMA

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ

Diploma

O Diretor Geral do Câmpus Macapá do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, no uso de suas atribuições e considerando a conclusão do *Curso Técnico de Nivel Médio em XXXXXXXX*, na forma *XXXXXXX* *eixe tecnológico XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX*, em 27 de fevereiro de 2013, confere o título de Técnico em *XXXXXXX* a

João Teixeira da Silva

Nacionalidade brasileiro, naturalidade amapaense – AP, nascido em 5 de dezembro de 2013, RG 000000000 POLITEC-AP, CPF 000000000 e outorga-lhe o presente diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Macapá, 24 de junho de 2013

Diretor Geral - Câmpus Macapá
Portaria n° XXX

Diplomado

Reitor
Portaria n° XXX



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CONSELHO SUPERIOR

ANEXO III – FORMULÁRIO PARA AVERBAÇÃO DE CERTIFICADOS

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM MARKETING				
CERTIFICADOS APRESENTADOS				
DOCUMENTOS	CH	PERÍODO DO CURSO	CATEGORIA	
TOTAL				
	ALUNO			
	COORDENADOR DO CURSO			