



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE BRASÍLIA

PROJETO PEDAGÓGICO
CURSO TÉCNICO EM MARKETING - EJAI-EPT

Eixo tecnológico: Gestão e Negócios

Forma de desenvolvimento: Articulada integrada ao Ensino Médio

BRASÍLIA/DF

2026

Reitoria

Veruska Ribeiro Machado

Reitora

Rosa Amélia Pereira da Silva

Pró-Reitora de Ensino

Cláudia Sabino Fernandes

Pró-Reitor de Administração

Diene Ellen Tavares Silva

Pró-Reitor de Extensão e Cultura

Simone Braz Ferreira Gontijo

Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação

José Anderson de Freitas Silva

Pró-Reitor de Gestão de Pessoas

Mateus Gianni Fonseca

Diretor de Desenvolvimento de Ensino

Iva Fernandes da S. M. de Jesus

Coordenadora-Geral de Ensino

Campus Brasília

Christine Rebouças Lourenço

Diretora-Geral

Marcelo Rodrigues dos Santos

Diretor de Ensino

Sylvana Karla da Silva de Lemos Santos

Diretora de Pós-graduação, Pesquisa, Inovação e Extensão

Andréia e Silva Soares

Coordenadora-Geral de Ensino

Lucélia de Almeida Silva

Coordenador de Apoio Pedagógico aos Cursos Técnicos Integrados ao Ensino Médio

Comissão de Revisão do Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing

Portaria Nº 77/2026 – DGBR/RIFB/IFBRASÍLIA

Cinthia Nepomuceno Xavier - Presidente
Carla Simone Castro
Juliana Quirino Silva Alcântara
Mirian Emília Nunes da Silva
Nancy da Luz Davidis
Patrícia Alves Rodrigues

Portaria Nº 139/2026 – DGBR/IFBRASÍLIA

Cinthia Nepomuceno Xavier - Presidente
Carla Simone Castro
Edilene Américo Silva
Fábio Ferraz Fernandez
Juliana Quirino Silva Alcântara
Mirian Emília Nunes da Silva
Nancy da Luz Davidis
Patrícia Albuquerque de Lima
Patrícia Alves Rodrigues
Sylvana Karla da Silva de Lemos Santos
Wellington Souto Pereira

Quadro 1 - Dados de Identificação da Instituição

DADOS DA UNIDADE ESCOLAR	
CNPJ: 10.791.831/0005-06	
Razão Social: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília	
Nome Fantasia: Instituto Federal de Brasília	
Unidade: Campus Brasília	
Esfera Administrativa: Federal	
Endereço da Unidade: SGAN 610, Módulos D, E, F e G – Asa Norte	
Cidade/UF/CEP: Brasília - DF, CEP 70.830-450	
E-mail de contato da Unidade: gabinete.cbra@ifb.edu.br	
Site Institucional: https://www.ifb.edu.br/brasilia	

Quadro 2 – Dados do Curso

DADOS DO CURSO	
Denominação do Curso	Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio na modalidade EJA-EPT
Eixo Tecnológico do Curso	Gestão e Negócios
Habilitação	Técnico em Marketing
Carga Horária Total	2000 horas
Carga Horária da parte profissionalizante	800 horas
Modalidade de oferta	Integrada ao Ensino Médio na modalidade EJA-EPT
Modalidade de ensino	Presencial
Regime de matrícula	Ingresso Semestral e matrícula modular
Tempo de integralização	Mínimo de 4 semestres e Máximo de 8 semestres
Ocupações CBO associadas	3541
Forma de ingresso	De acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e seu respectivo Projeto Pedagógico Institucional (PPI) vigentes, a forma de ingresso é prioritariamente por chamada pública para matrícula imediata.
Número de vagas por processo seletivo	40
Turno	Noturno
Ato legal autorizativo	Aguarda publicação
Contato da coordenação	proejamarketing.cbra@ifb.edu.br

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	6
1.1 Histórico da Instituição.....	7
1.2 Caracterização Regional.....	8
2. JUSTIFICATIVA.....	10
3. OBJETIVOS.....	13
3.1 Objetivo Geral.....	13
3.2 Objetivos Específicos.....	13
4. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO.....	13
5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....	15
5.1 Competências Gerais.....	15
5.2 Competências Específicas.....	15
5.3 Campo de Atuação Profissional.....	16
6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	16
6.1 Estrutura do Curso.....	16
6.2 Sobre percentual de carga horária em EaD.....	17
6.3 Itinerário Formativo.....	20
6.4 Fluxograma.....	20
6.5 Quadro resumo.....	21
6.5.1 Ementários.....	21
6.6 Matriz Curricular.....	65
6.7 Orientações metodológicas.....	68
7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO.....	71
7.1 Critérios e procedimentos de recuperação.....	72
7.2 Critérios e procedimentos de dependência.....	72
7.3 Conselho de Classe.....	73
7.4 Aproveitamento de Estudos e Reconhecimento de Saberes.....	73
8. INFRAESTRUTURA, EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA.....	74
8.1 Acessibilidade.....	74
8.2 Biblioteca.....	75
8.3 Escola de Negócios e Desenvolvimento Social (ENEDES).....	76
9. CORPO TÉCNICO E DOCENTE.....	77
9.1 Corpo docente.....	77
9.2 Pessoal técnico e administrativo.....	80
10. CERTIFICADOS E DIPLOMAS.....	85
11. AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO.....	86
REFERÊNCIAS.....	87

1. APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui o Plano de Curso Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio na modalidade de Educação de Jovens, Adultos e Idosos - Educação Profissional e Tecnológica (EJA-ET), oferecido pelo Campus Brasília do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB).

O IFB, de acordo com o art. 5º do seu Estatuto, tem como objetivos:

I. ministrar educação profissional técnica de nível médio, prioritariamente na forma de cursos integrados, para os concluintes do ensino fundamental e para o público da educação de jovens e adultos;

II. ministrar cursos de formação inicial e continuada de trabalhadores, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais, em todos os níveis de escolaridade, nas áreas da educação profissional e tecnológica;

III. realizar pesquisas aplicadas, estimulando o desenvolvimento de soluções técnicas e tecnológicas, estendendo seus benefícios à comunidade;

IV. desenvolver atividades de extensão de acordo com os princípios e finalidades da educação profissional e tecnológica, em articulação com o mundo do trabalho e os segmentos sociais, e com ênfase na produção, desenvolvimento e difusão de conhecimentos científicos e tecnológicos;

V. estimular e apoiar processos educativos que levem à geração de trabalho e renda e à emancipação do cidadão na perspectiva do desenvolvimento socioeconômico local e regional;

VI. estimular, fomentar e realizar a pesquisa científica, visando a consolidação de cursos de pós-graduação em diferentes áreas do conhecimento; e

VII. ministrar, em nível de educação superior, cursos:

a) superiores de tecnologia visando à formação de profissionais para os diferentes setores da economia;

b) de licenciatura, bem como programas especiais de formação pedagógica, com vistas na formação de professores para a educação básica, sobretudo nas áreas de ciências e matemática, e para a educação profissional;

c) de bacharelado e engenharia, visando à formação de profissionais para os diferentes setores da economia e áreas do conhecimento;

d) de pós-graduação lato sensu, aperfeiçoamento e especialização, visando à formação de especialistas nas diferentes áreas do conhecimento; e

e) de pós-graduação stricto sensu, mestrado e doutorado, que contribuam para promover o estabelecimento de bases sólidas em educação, ciência e tecnologia, com vistas no processo de geração e inovação tecnológica.

O IFB tem como missão :

Oferecer ensino, pesquisa e extensão no âmbito da Educação Profissional e Tecnológica, por meio da inovação, produção e difusão de conhecimentos, contribuindo para a formação cidadã e o desenvolvimento sustentável, comprometidos com a dignidade humana e a justiça social (IFB, 2021, p. 36).

Com vistas a atender à missão institucional do IFB, buscou-se junto aos governos e sociedade civil, às administrações locais, sindicatos, conselhos de classe, dentre outros, informações que apontassem as potencialidades socioeconômicas e as carências de mão de obra e as necessidades de formação profissional na região de atuação do IFB, de modo a indicar as prioridades para oferta de cursos nas diversas modalidades de ensino e áreas do conhecimento.

Sendo assim, o IFB passa a oferecer, no Campus Brasília, o Curso Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio na modalidade EJA-EPT, que se enquadra no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios”, integrante do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (MEC, 2020).

As políticas, os programas e as práticas pedagógicas do Instituto Federal de Brasília – Campus Brasília deverão propiciar condições para que os egressos da Educação Profissional integrada ao Ensino Médio (EM) apresentem um perfil caracterizado por competências básicas e profissionais que lhes permitam desenvolver com segurança suas atribuições profissionais, lidar com contextos caracterizados por mudanças, competitividade, necessidade permanente de aprendizado, revisão de posições e práticas e desenvolvimento de atitudes.

Este plano de curso está organizado conforme a Resolução nº 35/2020-RIFB/IFB (IFB, 2020) que aprova o Regulamento do Ensino Técnico de Nível Médio do IFB, de 18 de agosto de 2020, e a Resolução CNE/CP Nº 1, de 5 de janeiro de 2021, que “Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica” em seu Art. 20.

1.1 Histórico da Instituição

A Escola Técnica Federal de Brasília foi transformada em Instituto Federal no dia 29 de dezembro de 2008, por meio da Lei nº 11.892/2008. A sua origem remonta ao final da década de 50 com a criação da Escola Agrotécnica de Brasília, em Planaltina, subordinada à Superintendência do Ensino Agrícola e Veterinário do Ministério da Agricultura, tendo como objetivo ministrar os cursos regulares dos antigos Ginásio e Colegial Agrícola. A Escola de Planaltina foi criada em 17 de fevereiro de 1959 pelo Plano de Metas do Governo do Presidente Juscelino Kubitschek (Lei nº 3.552 de 16 de fevereiro de 1959 e Exposição de Motivos nº 95 – DOU de 19/02/1959) e inaugurada em 21 de abril de 1962 com a denominação de Escola Agrotécnica de Brasília, subordinada à Superintendência do Ensino Agrícola e Veterinário do Ministério da Agricultura, com o objetivo de ministrar cursos regulares dos antigos Ginásio e Colegial Agrícola.

Por meio do Decreto nº 60.731 de 19 de maio de 1967, determinou-se a

subordinação das Escolas Agrícolas do Ministério da Agricultura ao Ministério da Educação e da Cultura. Com a extinção da Escola Didática do ensino agrário, os colégios de aplicação voltaram a ter a denominação anterior de Colégio Agrícola de Brasília. O Colégio Agrícola de Brasília foi transferido para o Governo do Distrito Federal por meio do Decreto nº 82.711 de 24 de novembro de 1978, celebrado entre a Fundação Educacional do Distrito Federal (FEDF) e a Coordenação Nacional do Ensino Agropecuário do Colégio Agrícola.

A partir da Portaria nº 129 de 18 de julho de 2000, o Colégio Agrícola de Brasília passou a denominar-se Centro de Educação Profissional – Colégio Agrícola de Brasília (CEP/CAB) cujo funcionamento tinha como objetivo a qualificação e requalificação profissional, objetivando a realização de Cursos de Formação Inicial e Continuada de Trabalhadores e Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio, direcionados à demanda mercadológica, principalmente na sua área de abrangência. A transformação do Centro de Educação Profissional/CAB em Escola Técnica Federal de Brasília ocorreu em 25 de outubro de 2007, por meio da Lei nº 11.534.

Em 29 de dezembro de 2008, visando atender ao Plano Federal de Educação Tecnológica na implantação de um novo modelo de instituição de educação profissional e tecnológica, é criado, por intermédio da Lei de criação da Rede Federal (Brasil, 2008), como entidade de natureza autárquica, vinculada ao Ministério da Educação, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – IFB, com seus cinco *campi*: Brasília, Gama, Planaltina, Samambaia e Taguatinga, com posterior aumento para dez *Campi* em 2014.

Em 2026, o IFB conta com 10 *campi* localizados em 10 regiões administrativas do Distrito Federal, sendo eles: Brasília, Ceilândia, Estrutural, Gama, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo, Samambaia, São Sebastião e Taguatinga. Estão previstas as inaugurações de mais dois *campi*, nas regiões administrativas de Sobradinho II e Sol Nascente, para o ano de 2027.

1.2 Caracterização Regional

De acordo com os resultados definitivos do Censo Demográfico 2022 divulgados pelo IBGE, a população residente do Distrito Federal foi contabilizada em 2.817.381 habitantes, com projeções populacionais recentes estimando cerca de 2,98 milhões de pessoas. A estrutura etária e demográfica da capital indica predomínio do sexo feminino, representando 52,8% dos moradores, enquanto os homens totalizam 47,2%. No quesito cor ou raça, a autodeclaração parda predomina com 48,3%, seguida pela população branca (39,6%), preta (11,3%), indígena (0,4%) e amarela (0,4%). O Distrito Federal abriga a terceira capital mais populosa do país e compõe a quarta maior concentração urbana brasileira, atrás apenas das regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. A Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE/DF), instituída por lei federal e composta pelo DF, 29 municípios goianos e 4 mineiros, reúne atualmente mais de 4,6 milhões de habitantes.

A divisão político-administrativa do território distrital é constituída por 35 Regiões Administrativas (RAs), após a criação formal de Arapoanga (RA XXXIV) e Água Quente (RA XXXV), somadas às 33 RAs históricas: Plano Piloto, Gama, Taguatinga, Brazlândia, Sobradinho, Planaltina, Paranoá, Núcleo Bandeirante, Ceilândia, Guará, Cruzeiro, Samambaia, Santa Maria, São Sebastião, Recanto das Emas, Lago Sul, Riacho Fundo, Lago Norte, Candangolândia, Águas Claras, Riacho Fundo II, Sudoeste/Octogonal, Varjão,

Park Way, SCIA/Estrutural, Sobradinho II, Jardim Botânico, Itapoã, SIA, Vicente Pires, Fercal, Sol Nascente/Pôr do Sol e Arniqueira. Em termos de ordenamento territorial, o DF organiza-se em sete Unidades de Planejamento Territorial (UPTs): Central, Central Adjacente I, Central Adjacente II, Norte, Sul, Leste e Oeste.

Conforme os estudos do Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal (IPEDF), a UPT Oeste mantém a maior concentração populacional, reunindo mais de 30% dos moradores do DF, seguida pela UPT Sul, com cerca de 16%. A UPT Central, onde se localizam o Plano Piloto e o Campus Brasília, ocupa a quinta posição em volume populacional, com aproximadamente 11,8% dos habitantes, o equivalente a cerca de 355 mil pessoas. No mercado de trabalho, a População Economicamente Ativa (PEA) do DF soma cerca de 1,7 milhão de pessoas, registrando taxa de desemprego total entre 14,5% e 15,3%, patamar bem inferior aos 19% observados em períodos anteriores. Esse desemprego atinge desproporcionalmente a população negra, que representa mais de 73% dos desocupados. Quanto às posições na ocupação, 37,5% atuam como assalariados com carteira assinada no setor privado, 21,7% compõem o setor público, 19,5% atuam como autônomos, 7,5% estão no setor privado sem carteira, 6,0% exercem emprego doméstico e o restante se divide entre empregadores e ocupações não remuneradas.

A disparidade de rendimentos entre as regiões administrativas reforça a segregação socioespacial do DF. A renda média do trabalho gira em torno de R\$ 3.800 a R\$ 4.200, enquanto a média domiciliar distrital alcança cerca de R\$ 7.100. Contudo, em RAs de alta renda como Lago Sul, Park Way, Lago Norte e Sudoeste/Octogonal, a renda domiciliar média varia entre R\$ 16.000 e mais de R\$ 30.000, ao passo que nas regiões de menor renda — como SCIA/Estrutural, Fercal, Sol Nascente/Pôr do Sol e Itapoã — os valores médios domiciliares permanecem entre R\$ 2.000 e R\$ 2.600, gerando um cenário no qual os 10% mais ricos chegam a auferir mais de vinte vezes a renda dos 10% mais vulneráveis. Do ponto de vista funcional, a UPT Central centraliza a maior parte dos postos produtivos, destacando-se o Plano Piloto com 34,4% dos empregos do DF, seguido por Taguatinga (8%) e Ceilândia (7%). Por fim, os dados da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios Ampliada (PDAD-A) apontam ampla cobertura digital, com 98% a 99% dos domicílios particulares do DF conectados à internet.

Brasília

A concepção de interiorização da capital brasileira remonta a propostas dos inconfindentes mineiros no século XVIII e ganhou contornos formais em 1823, quando José Bonifácio de Andrada e Silva, o Patriarca da Independência, propôs à Assembleia Constituinte a criação de uma nova sede governamental no interior do país, tanto por motivos estratégicos de segurança nacional quanto para integração territorial. Em 1892, o governo republicano formalizou a Comissão Exploradora do Planalto Central do Brasil — a célebre Missão Cruls —, responsável pelo levantamento de topografia, clima, geologia, fauna, flora e recursos da região, delimitando inicialmente o Quadrilátero Cruls (de 14.400 km²). Décadas depois, a Comissão de Localização da Nova Capital Federal e os trabalhos chefiados pelo marechal José Pessoa em meados da década de 1950 definiram a delimitação definitiva do novo Distrito Federal, que hoje abrange uma área territorial de aproximadamente 5.760 km² a 5.780 km². A construção efetiva da cidade avançou sob a liderança do presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira e, em 21 de abril de 1960, com a infraestrutura nuclear concluída, Brasília foi solenemente inaugurada. Na data histórica, os

operários pioneiros — conhecidos como candangos — celebraram ao lado dos protagonistas do projeto, entre eles Oscar Niemeyer, Israel Pinheiro e Lúcio Costa.

Para estruturar a governança local, a Lei nº 4.545 de 1964 subdividiu inicialmente o território em oito Regiões Administrativas (RAs): Brasília, Gama, Taguatinga, Brazlândia, Sobradinho, Planaltina, Paranoá e Núcleo Bandeirante, com administradores designados pelo chefe do Executivo distrital. Com o crescimento demográfico e a expansão urbana, o Decreto nº 11.921 de 1989 formalizou mais quatro RAs (Ceilândia, Guará, Cruzeiro e Samambaia), movimento que prosseguiu em 1993 com a instituição de Santa Maria, São Sebastião, Recanto das Emas e Riacho Fundo, e em 1994 com Lago Norte, Lago Sul e Candangolândia. Posteriormente, diversas regiões foram emancipadas, como Águas Claras, Riacho Fundo II, Sudoeste/Octogonal, Varjão, Park Way, SCIA/Estrutural, Sobradinho II, Jardim Botânico, Itapoã, SIA, Vicente Pires e Fercal; em 2019, foram instituídas as RAs de Sol Nascente/Pôr do Sol e Arniqueira; e, mais recentemente, foram criadas Arapoanga (RA XXXIV) e Água Quente (RA XXXV). Atualmente, o Distrito Federal comporta 35 Regiões Administrativas, cada qual liderada por um administrador regional nomeado pelo governador do Distrito Federal. A RA I (Plano Piloto) abrange setores centrais e habitacionais como as Asas Sul e Norte, o Eixo Monumental, a Esplanada dos Ministérios, os Setores de Embaixadas Norte e Sul, Setor Militar Urbano, Vila Planalto, Granja do Torto, Vila Telebrasilândia e sedia os três Poderes da República. Em 7 de dezembro de 1987, o Conjunto Urbanístico de Brasília foi tombado pela UNESCO como Patrimônio Cultural da Humanidade, configurando o primeiro bem moderno e construído no século XX a ser agraciado com esse título internacional.

Nesse cenário, o Campus Brasília do Instituto Federal de Brasília (IFB) encontra-se estrategicamente sediado na RA I (Plano Piloto, Asa Norte). Em razão de sua localização central e da gratuidade do ensino público e técnico-científico, a unidade atrai discentes provenientes de todas as 35 Regiões Administrativas do DF e de municípios goianos e mineiros que integram o Entorno da RIDE, reforçando seu papel de integração regional e inclusão socioterritorial que transcende as fronteiras do Plano Piloto.

2. JUSTIFICATIVA

A oferta do Curso Técnico em Marketing, na forma integrada à educação básica, modalidade Educação de Jovens, Adultos e Idosos (EJAI) - campus Brasília, visa responder à exigência legal da oferta de cursos, conforme disposto no Decreto nº 5.840, de 13 de julho de 2006, que determina que as Instituições Federais de Educação Profissional devem reservar, no mínimo, 10% do total das vagas de ingresso para cursos do Programa Nacional de Integração da Educação Básica com a Educação Profissional na modalidade Educação de Jovens, Adultos e Idosos – EJAI-EPT, bem como a Lei de criação dos Institutos Federais, a Lei nº 11.892 de 29 de dezembro de 2008, que em seu artigo 7º, determina, como primeira finalidade, “ministrar educação profissional técnica de nível médio, prioritariamente na forma de cursos integrados, para os concluintes do ensino fundamental e para o público da Educação de Jovens e Adultos” (Brasil, 2008).

A proposta de um curso integrado à educação profissional técnica, como é o caso do Curso EJAI-EPT em Marketing, se apresenta como um direito na Constituição da República Federativa do Brasil, em seu art. 208, a ser efetivado mediante a garantia de: I. educação básica obrigatória e gratuita dos 4 (quatro) aos 17 (dezesete) anos de idade assegurada,

inclusive, a oferta gratuita para todos os que a ela não tiveram acesso na idade própria e, VI. Oferta de ensino noturno regular, adequado às condições do educando (Brasil, 1988).

A condição de direito é ratificada na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), Lei nº 9.394/1996, no Art. 37: “A Educação de Jovens e Adultos será destinada àqueles que não tiveram acesso ou continuidade de estudos nos ensinos fundamental e médio na idade própria e constituirá instrumento para a educação e a aprendizagem ao longo da vida” (Brasil, 1996). Adicionalmente, em 2008, a Lei nº 11.741 introduziu o § 3º: “A Educação de Jovens e Adultos deverá articular-se, preferencialmente, com a educação profissional [...]” (BRASIL, 2008).

Segundo pesquisas, após um período de recessão, principalmente devido à pandemia da Covid-19, a área de Marketing se mostra promissora e se destaca como uma das profissões que estarão em alta a partir de 2023, considerando o contexto do mercado de trabalho daquela época (SUTTO, 2022; CAVALLINI, 2023). Especialistas destacam algumas habilidades para trabalhar na área de Marketing, dentre as quais: habilidades em matemática e língua portuguesa, considerando a necessidade de interpretação de dados; domínio em outro idioma, além da língua portuguesa; conhecimentos diversos da atualidade, independente da área; ter curiosidade e praticar a improvisação, sempre que necessário (MUNDO, 2022).

Conforme o *CMO Survey* (MOORMAN, 2022), relatório publicado em 2022, apesar das condições econômicas incertas, as empresas relataram um crescimento médio do emprego de marketing de 12,2% em 2021. O mesmo documento descreve que o crescimento de empregos (26,5%) é apontado por empresas que lidam com 100% de vendas online. Além disso, as empresas pesquisadas esperavam um aumento nas contratações superior a 10,5% para 2023. Com relação ao Marketing Digital, este continua a ser uma prioridade para os profissionais de marketing, onde o investimento aumentou desde fevereiro de 2021. Esse cenário reforça a previsão de oportunidades do Técnico em Marketing para o mercado de trabalho em diferentes áreas e em expansão.

Neste sentido, o Curso EJA-EPT em Marketing busca responder à demanda social por políticas públicas voltadas à Educação de Jovens, Adultos e Idosos que envolvam ações educativas baseadas em princípios e valores institucionais, respeitando as dimensões sociais, econômicas, culturais, cognitivas e afetivas dos estudantes, buscando atender às necessidades de formação e aprimoramento do público-alvo desse curso.

Dessa maneira, a valorização da carreira em marketing no Brasil tem se tornado cada vez mais evidente nos últimos anos. Com o crescimento do mercado digital e a necessidade cada vez maior das empresas em se destacar e conquistar clientes, profissionais de marketing têm se tornado peças fundamentais nas organizações.

Diversos estudos realizados no Brasil corroboram essa valorização da carreira em marketing. Um desses estudos é o levantamento realizado pela empresa de recrutamento Page Personnel, que aponta o cargo de gerente de marketing como um dos mais valorizados e bem-remunerados no país(1). Além disso, o estudo também indica que profissionais com especialização em marketing têm maiores chances de obter salários mais altos e posições de liderança.

Outro estudo relevante é o da empresa de consultoria Michael Page, que destaca a valorização dos profissionais de marketing digital no mercado brasileiro(2). Com o aumento do uso de dispositivos eletrônicos e o crescimento do comércio virtual, profissionais especializados em marketing digital têm sido cada vez mais requisitados pelas empresas.

Além desses estudos, também é possível destacar a pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), em parceria com a consultoria Profits Consulting Group, que aponta que 80% das empresas brasileiras aumentaram seus investimentos em marketing e comunicação nos últimos anos(3). Isso indica que as organizações estão reconhecendo a importância estratégica dessa área para o sucesso dos negócios.

Outro estudo relevante, realizado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), constatou que a valorização da carreira em marketing está diretamente relacionada ao aumento da concorrência entre as empresas(4). Esse estudo aponta que quanto maior a competição em um setor, maior é a necessidade de criar estratégias de marketing que se destaquem e levem a organização a uma posição de destaque no mercado.

A valorização da carreira em marketing é também evidente nas oportunidades de formação e capacitação oferecidas no Brasil. Cada vez mais universidades e faculdades estão oferecendo cursos de graduação e pós-graduação em marketing, demonstrando a crescente demanda por profissionais qualificados nessa área(5). Além disso, diversas instituições oferecem cursos e workshops de atualização em marketing, ampliando as possibilidades de capacitação dos profissionais.

Portanto, é possível afirmar com base em estudos e pesquisas realizados no Brasil que a carreira em marketing tem sido cada vez mais valorizada no país. A demanda por profissionais especializados na área, o aumento dos investimentos das empresas em marketing e a oferta de cursos de formação são alguns dos indicadores dessa valorização.

No Distrito Federal a área é bastante promissora e oferece diversas oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional. De acordo com o estudo realizado por Oliveira (2018), a demanda por profissionais qualificados na área de marketing tem aumentado significativamente nos últimos anos, principalmente devido ao avanço das tecnologias digitais e ao aumento da competitividade entre as empresas.

A valorização da profissão de marketing tem se tornado cada vez mais evidente. Segundo Rodrigues (2019), as empresas têm reconhecido a importância do marketing para o sucesso dos negócios e têm buscado profissionais qualificados para desempenhar atividades relacionadas à gestão de marcas, estratégias de comunicação, análise de mercado e desenvolvimento de campanhas publicitárias.

Além disso, existe uma ampla gama de oportunidades para aqueles que se formam na área de marketing. De acordo com o estudo realizado por Souza (2017), os profissionais de marketing podem atuar em empresas de diversos segmentos, como indústria, comércio e serviços, além de poderem abrir seu próprio negócio ou atuar como consultores em marketing.

Uma opção interessante para os estudantes que desejam ampliar sua formação na área de marketing é realizar um curso técnico em marketing e posteriormente dar continuidade com a graduação. Segundo Silva (2020), essa sequência de cursos, como Tecnologia em Processos Gerenciais, Tecnologia em Gestão Pública e Tecnologia em Eventos, seguida de uma especialização em Gestão Pública, fortalece a perspectiva de verticalização no mesmo Campus e, principalmente, no Instituto Federal de Brasília (IFB).

Ao combinar a formação técnica com a graduação e a especialização, o estudante amplia suas possibilidades de atuação no mercado de trabalho, tornando-se um profissional mais capacitado e competitivo. Conforme apontado por Santos (2019), a formação acadêmica em marketing, aliada à experiência profissional e competências específicas, como a capacidade de análise de dados e o domínio das estratégias de marketing digital, contribuem para o crescimento e sucesso na carreira.

Em suma, o mercado de trabalho para a área de marketing no Distrito Federal oferece boas oportunidades e uma profissão valorizada. Com a realização de um curso técnico em marketing e a continuidade da formação acadêmica, por meio de uma graduação e especialização, o estudante estará ampliando suas perspectivas de atuação e fortalecendo sua trajetória profissional no IFB.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Qualificar profissionais para desempenhar as rotinas de marketing, de modo a promover a melhoria e o desenvolvimento dos negócios locais em um ambiente de constantes mudanças, bem como formar profissionais éticos, dinâmicos e criativos.

3.2 Objetivos Específicos

- Capacitar os estudantes no domínio prático das rotinas de marketing e ferramentas digitais, desenvolvendo competências voltadas à gestão de relacionamento com o cliente, mídias sociais, vendas, organização de pontos de venda e manipulação de planilhas de controle, assegurando a inclusão e o letramento digital do estudante trabalhador.
- Fomentar o desenvolvimento e a modernização de microempresas e empreendimentos da comunidade local, por meio do desenvolvimento de Projetos Integradores práticos e ações extensionistas que apliquem soluções criativas de comunicação, marketing e planejamento, aproveitando a infraestrutura de laboratórios e serviços do Campus Brasília.
- Promover uma formação profissional ética, humana e dinâmica, que estimule o trabalho cooperativo em equipes, o aprimoramento da comunicação oral e escrita (letramento geral), a responsabilidade social corporativa e a capacidade de adaptação crítica diante das constantes transformações do mercado de trabalho.

4. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

O Curso Técnico em Marketing, modalidade EJA-EPT, é oferecido aos estudantes

com idade mínima de 18 anos, que tenham concluído o ensino fundamental, mas que ainda não concluíram o ensino médio na idade regular e se interessam pelo ensino profissionalizante, de acordo com a lei vigente.

As normas, os critérios de seleção, os programas e a documentação dos processos seletivos constarão em edital normatizado pela Pró-Reitoria de Ensino (PREN), de acordo com a legislação vigente. Todas as modalidades de ingresso serão divulgadas no sítio da instituição, com o detalhamento sobre as condições e sistemática do processo, além do número de vagas oferecidas. As matrículas dos candidatos selecionados atenderão às determinações legais vigentes.

A admissão aos cursos técnicos de Ensino Médio Integrados na modalidade EJA-EPT ocorrerá por meio de entradas semestrais, garantindo o ingresso contínuo de estudantes ao longo do ano letivo, em consonância com as diretrizes da Política e do Regulamento da EJA-EPT do Instituto Federal de Brasília (IFB, 2026a; 2026b).

A organização curricular em módulos no Curso Técnico em Marketing na Modalidade EJA-EPT do *Campus* Brasília está articulada às entradas semestrais, de modo a possibilitar diferentes percursos de ingresso e favorecer a continuidade da formação. Assim, os estudantes que ingressarem no início do ano letivo realizarão o percurso formativo na sequência dos Módulos 1, 2, 3 e 4. Para os estudantes que ingressarem no segundo semestre, será possibilitado o percurso pelos Módulos 2, 3, 4 e 1, de modo a garantir a integração desses estudantes às turmas já constituídas e a continuidade de sua trajetória acadêmica.

Essa organização tem como objetivo ampliar a capacidade de acolhimento de novos estudantes ao longo do ano, contribuir para a recomposição das turmas constituídas no início do período letivo e minimizar os impactos acadêmicos e administrativos decorrentes da evasão, favorecendo a manutenção da oferta e a ocupação das vagas disponíveis. Para viabilizar essa configuração, os Módulos 1 e 2 foram estruturados sem pré-requisitos entre si e sem dependência de conhecimentos prévios oriundos de módulos anteriores, permitindo que o estudante ingresse no segundo semestre sem prejuízo à sua trajetória formativa. A organização dos componentes curriculares dos demais módulos deverá assegurar a progressão dos conhecimentos e competências necessários à conclusão do curso.

O processo de ingresso adotará, prioritariamente, o modelo de chamada pública para matrícula imediata, conforme estabelece o art. 26, § 3º do Regulamento EJA-EPT (IFB, 2026b). Para tanto, será garantida a utilização de editais e chamadas simplificadas, redigidos em linguagem cidadã e de fácil acesso à comunidade.

Para além da espera passiva, o ingresso será resultado de um processo de busca ativa, incentivando-se parcerias com movimentos sociais, órgãos públicos e a sociedade civil para localizar e engajar o público-alvo, conforme os arts. 13 e 14 da Política EJA-EPT (IFB, 2026a). O IFB garantirá um atendimento acolhedor e humanizado aos candidatos, oferecendo a possibilidade de realização das inscrições e matrículas de forma presencial, on-line ou híbrida.

Visando a real democratização do ensino, o processo de acesso adota a flexibilização documental. Fundamentado no art. 5º, inciso II, da Política (IFB, 2026a) e no

art. 29 do Regulamento EJAI-EPT (IFB, 2026b), é assegurado ao estudante o direito à matrícula condicional caso não possua a documentação escolar completa no momento do ingresso, sendo possível solicitar o reconhecimento de saberes em leitura, escrita e raciocínio lógico. O acesso também será facilitado para imigrantes, refugiados e apátridas, sendo vedados mecanismos discriminatórios em decorrência de situação migratória irregular ou da ausência de tradução juramentada de escolaridade, nos termos dos arts. 35 e 36 do Regulamento (IFB, 2026b).

O processo de ingresso deve prever ações afirmativas (legais e institucionais) para o preenchimento de vagas. Aos candidatos com deficiência (PcD), amparados pela Lei Brasileira de Inclusão, são asseguradas as condições e adaptações necessárias à realização de todas as etapas do processo seletivo e da matrícula (IFB, 2026b). Nos formas de acesso, o ingresso também poderá ocorrer por reingresso, transferências internas ou externas, condicionadas à existência de vagas e seguindo os trâmites do regulamento da instituição.

5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O profissional concluinte da Educação Profissional Técnica de Nível Médio em Marketing, na forma de Educação de Jovens, Adultos e Idosos, oferecida pelo IFB – Campus Brasília deverá ser capaz de atender ao perfil descrito para a função de Técnicos em Marketing, representado pelo código de família no 3541 na CBO.

Os egressos do Curso estarão habilitados para exercer funções de Agente de vendas de Serviços; Assistente de Vendas; Promotor de Vendas Especializado; Técnico de Vendas; Técnico de Atendimento e vendas; Vendedor Pracista; e Técnico em Marketing. Os egressos do curso técnico em Marketing na modalidade EJAI-EPT poderão atuar em grande parte das empresas públicas e privadas de publicidade e Marketing do Distrito Federal e regiões vizinhas.

5.1 Competências Gerais

O IFB, em seus cursos, prioriza a formação de profissionais que:

- a. Tenham competência técnica e tecnológica em sua área de atuação;
- b. Sejam capazes de se inserir no mundo do trabalho de modo comprometido com o desenvolvimento regional sustentável;
- c. Tenham formação humanística e cultura geral integrada à formação técnica, tecnológica e científica;
- d. Atuem com base em princípios éticos e de maneira sustentável;
- e. Saibam interagir e aprimorar continuamente seus aprendizados a partir da convivência democrática com culturas, modos de ser e pontos de vista divergentes;
- f. Sejam cidadãos críticos, propositivos e dinâmicos na busca de novos conhecimentos.

5.2 Competências Específicas

A partir das competências gerais, o egresso do Curso Técnico em Marketing na

forma Articulada Integrada ao Ensino Médio na Modalidade EJA-EPT deverá ser capaz de (MEC, 2020):

- Projetar e implementar planos de marketing.
- Realizar análises de vendas, preços e produtos.
- Desenvolver projetos de comunicação, fidelização de clientes e relação com fornecedores ou outras entidades.
- Desenvolver, implementar e gerenciar estratégias de marketing digital.
- Operacionalizar apresentação dos serviços e produtos no ponto de venda.
- Elaborar estudos de mercado.

5.3 Campo de Atuação Profissional

Os cargos que o profissional Técnico em Marketing poderá exercer são, segundo o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (MEC, 2020): Técnico em Atendimento e Vendas e Promotor de Vendas Especializado, ambos com CBO 3541.

O Técnico em Marketing é um profissional capaz de projetar e implementar planos de marketing, realizar análises de vendas, preços e produtos, desenvolver projetos de comunicação, fidelização de clientes e relação com fornecedores ou outras entidades, desenvolver, implementar e gerenciar estratégias de marketing digital, operacionalizar apresentação dos serviços e produtos no ponto de venda, elaborar estudos de mercado recebendo honorários, com ampla autonomia de atuação profissional, podendo atuar como:

- Empregado: com vínculo empregatício, regido pela consolidação das leis trabalhistas - CLT, sendo remunerado pelo trabalho prestado dentro das organizações empresariais;
- Servidor público: com vínculo estatutário, regido por leis próprias para o funcionalismo público, sendo contratado através de concurso público e remunerado pelos governos federal, estaduais ou municipais.
- Trabalhador de Organização Não Governamental (ONG).

As atribuições profissionais do Técnico em Marketing, respeitados os limites de sua formação, constituem em: atuar em empresas da área de Marketing Digital, Gestão de Mídias Sociais, Comunicação Integrada; em empresas de Agências de Publicidade e Marketing, Instituições de Ensino; Setor Público; Organizações Não Governamentais (ONG).

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

6.1 Estrutura do Curso

De acordo com os objetivos deste Curso, o seu Currículo é considerado como um processo constituído pelas experiências, atividades, objetivos e pela diversidade e singularidade dos participantes do Curso.

Pretende-se que o Currículo seja fundamentado no trabalho específico pelo qual o Curso capacita os estudantes e nas suas devidas atribuições profissionais. O trabalho é considerado como um princípio educativo. Já na pesquisa, a estrutura curricular se fundamenta no princípio pedagógico, oferecendo ao estudante a oportunidade de refletir sobre sua prática a partir da observação de um objeto pesquisado.

Tem como pressuposto metodológico norteador a interdisciplinaridade e a integração entre as áreas do saber, visando a superação da fragmentação de conhecimentos e da segmentação da organização curricular.

O Curso se estrutura no diálogo permanente entre os conhecimentos da formação geral e profissional. Com o objetivo de construir um perfil profissional que articule a compreensão crítica do mundo do trabalho e sua transformação, o Curso apresenta como eixos para a definição dos conteúdos programáticos o processo de trabalho, a ciência, a tecnologia e a cultura.

Os conhecimentos das áreas do saber são materializados na matriz curricular do curso na forma de componentes curriculares. A constituição das componentes curriculares, considerando a integração entre os conhecimentos, a complexidade dos conteúdos e a relação entre a formação geral e a formação profissional, proporciona o agrupamento, o ordenamento e a distribuição dos conhecimentos na matriz curricular do Curso.

Atividades de pesquisa devem ser incentivadas e desenvolvidas pelo estudante com o apoio do corpo docente e de forma voluntária, a partir da proposição de projetos de pesquisa, ou por meio de seleção em editais específicos da Pró-reitoria de Pesquisa e Inovação (PRPI), com possibilidade de oferta de bolsa de iniciação científica de nível médio (PIBIC-EM). O Campus Brasília, por meio de sua Coordenação de Pesquisa e Inovação, promove anualmente eventos para divulgar e fomentar a pesquisa por meio do Pesquisa Day e da Jornada Interdisciplinar de Pesquisa.

De modo semelhante, a participação do estudante em atividades de extensão pode ocorrer por meio de incentivo no planejamento e desenvolvimento de ações de extensão, a partir de projetos, programas e atividades, sob orientação docente, submetidos a editais de extensão com possibilidade de financiamento e/ou bolsa ou ainda em eventos internos e externos, como o ConectaIF, realizado anualmente desde 2016.

Para além dessas iniciativas, a curricularização da extensão e a prática profissional ganham protagonismo estratégico no curso por meio dos Projetos Integradores. Nesses projetos haverá a proposta de vinculação direta a espaços de trabalho relacionados à área do curso. Esses espaços serão utilizados como laboratórios reais e vetores principais da extensão no projeto pedagógico, configurando-se como o local onde os estudantes consolidarão a fundamentação teórica por meio da prática do marketing aplicado. Desse modo, os estudantes atuarão como agentes de desenvolvimento local, desenvolvendo projetos e prestando atendimento direto a microempreendedores individuais (MEIs), associações de bairro, pequenos negócios e arranjos produtivos locais. Essa vivência profissional realimenta o currículo, consolidando a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão e promovendo impacto socioeconômico direto na comunidade do Distrito Federal.

6.2 Sobre percentual de carga horária em EaD

O presente curso é ministrado no formato presencial e obedece ao Regulamento dos cursos de Educação de Jovens, Adultos e Idosos integrados à Educação Profissional e Tecnológica - EJAI-EPT (IFB, 2026b), ofertando 30% da sua carga horária por meio da

Educação a Distância - EaD. Tal modalidade é conceituada como processo educacional planejado, em que professores e estudantes estão em ambientes físicos e tempos distintos e cujo processo de aprendizagem se dá por meio da tecnologia da informação e comunicação, com políticas de acesso, acompanhamento e avaliações compatíveis, além de docentes preparados e ações pedagógicas intencionais (BRASIL, 2017).

A carga horária a distância terá como norte os Referenciais de Qualidade para a EaD, elaborado pelo Conselho Nacional de Educação, segundo essa diretriz, as atividades em EaD devem ser balizadas pela "natureza do curso e pelas reais condições do cotidiano e necessidades dos estudantes" (BRASIL, 2007). Assim, como o público deste curso são adultos trabalhadores, primou-se por estruturar o seu planejamento de tal forma que parte da sua carga horária seja a distância para que os estudantes possam ter a flexibilidade necessária própria dos processos de aprendizagem andragógicos - ciência que estuda a aprendizagem dos adultos - procurando orientar-se nas necessidades de aprendizagem e de desenvolvimento oriundas das experiências e na vida dos estudantes adultos.

Dessa forma, por meio da EaD, pretende-se criar possibilidades metodológicas que preveem o fomento da autonomia e da flexibilidade, onde o educando possa percorrer o seu processo formativo a partir do seu ritmo, podendo conciliar trabalho, estudo e vida familiar.

A concepção de EaD, que baliza este PPC, se assenta na importância da mediação pedagógica como propulsora do desenvolvimento humano. Portanto, a carga horária a distância contará com a mediação do próprio professor da disciplina, que elaborará o planejamento dos momentos presenciais e a distância de forma articulada e conectada com os momentos presenciais. O percentual de 30% da carga horária será planejado por meio do Mapa de Desenho Educacional - MDE, que expressará os objetos de aprendizagem alinhados aos objetivos do curso e às competências do egresso que os quais se perseguem.

Os materiais didáticos poderão ser textos de autoria própria ou que tenham passado pela curadoria dos docentes, além de vídeos e *Podcasts*, *questionários*, *entre* outros recursos. Portanto, as estratégias de ensino-aprendizagem serão estruturadas visando à construção ativa e autônoma do conhecimento. Esses materiais didáticos serão preparados e constarão nos Planos de Curso, os quais serão distribuídos no início do semestre letivo. Neste sentido, os alunos saberão, desde o início, o que se espera e o que deverá fazer em se tratando da carga horária EaD.

O desenho educacional do curso seguirá o Modelo ADDIE, que é composto por cinco fases:

I) Análise: tópico em que se delineia os objetivos de aprendizagem, as características do público alvo, o contexto, a plataforma que será utilizada, entre outras. II) Design: elabora-se, nessa fase, os MDE's, documento de planejamento da carga horária a distância das disciplinas. Neste documento, constarão: i) Objetivos; ii) Conteúdos, iii) Atividades; iv) Ferramentas; v) Duração; vi) Avaliação. III) Desenvolvimento: engloba a produção do conteúdo e dos objetos de aprendizagem os quais foram planejados e materializados por meio dos MDE's. IV) Implementação: passa-se, assim, à organização da sala de aula no AVA - Ambiente Virtual de Aprendizagem, com todos os recursos que foram planejados no MDE. V) Avaliação: por último, passa-se a avaliar a eficácia e a eficiência do processo de aprendizagem. Tal avaliação refere-se à aprendizagem dos alunos como,

também, a própria oferta da carga horária a distância conforme PPC do curso.

A operacionalização da carga horária a distância das disciplinas do curso será orientada, ainda, pelos Normativos dispostos na Resolução 32/2019 - RIFB/IFB e na Nota Técnica 01/ 2022 do IFB, de tal forma que o suporte tecnológico, o atendimento qualificado ao estudante e as avaliações presenciais sejam permeadas pela qualidade e pela experimentação ativa dos discentes. Nesse diapasão, a produção e a disponibilização dos materiais didáticos na plataforma, o acompanhamento das atividades pedagógicas e o atendimento e o apoio ao estudante serão feitos pelo docente que ministra a disciplina.

A carga horária em EaD de cada disciplina será disponibilizada no AVA institucional do IFB, que é o NEaD. Neste ambiente, os professores organizam e disponibilizam vídeos, vídeo-aulas, *Podcasts*, fóruns, *chats*, material de leitura e atividades propostas para verificação da aprendizagem.

Quanto à acessibilidade, o NEaD possui recursos, ferramentas e *plugins* que aumentam a fonte ou realizam leitura dos materiais textuais, para os usuários com baixa visão e cegos. Para os discentes surdos, o NEaD disponibiliza o VLibras. Ainda, os docentes têm acesso ao repositório da EaD no CBRA, com gravações de treinamentos e tutoriais relativos a como legendar vídeos e produzir materiais acessíveis.

A equipe multidisciplinar que prevê o Art. 19, inciso II da Resolução 32/2019 - RIFB/IFB, será disponibilizada, sendo formada, preferencialmente, pelos seguintes profissionais: I. Coordenador de curso: responsável pela gerência e apoio aos docentes quanto ao desenvolvimento dos componentes curriculares do curso. II. Docente: conjunto de docentes responsáveis pela produção e disponibilização dos materiais didáticos na plataforma e pelo acompanhamento das atividades pedagógicas desenvolvidas. III. Técnico (preferencialmente pedagogo): responsável pelo suporte aos docentes, coordenadores e discentes quanto aos aspectos pedagógicos. IV. Técnico (preferencialmente da área de TI): responsável pela gerência da plataforma, pelo suporte aos docentes, coordenadores e discentes quanto aos aspectos técnicos e tecnológicos.

Em todo o processo de planejamento, execução e avaliação da carga horária em EaD deste curso contar-se-á com a ASIP - Assessoria para a Implantação de Projetos Especiais e EaD do CBRA e pela Comissão para a Institucionalização da EaD no campus Brasília e da equipe multidisciplinar supra mencionada.

A avaliação da aprendizagem será contínua e processual e será construída com base nos objetivos do componente curricular e em consonância com os princípios andragógicos, os quais primam por situações reais e aplicadas ao cotidiano do educando. As avaliações principais serão presenciais. No entanto, atividades avaliativas complementares serão realizadas no NEaD, como, por exemplo, o professor poderá planejar a participação dos alunos em *chats*, fóruns e o envio de atividades por meio do recurso Tarefa do NEaD ou, mesmo, a resposta a questionários.

Neste sentido, a carga horária em EaD foi prevista para que esteja alinhada com os princípios pedagógicos do curso EJA em Marketing, visando, primordialmente, a diversificação dos objetos de aprendizagem e a flexibilização metodológica, sem prescindir da mediação dos professores, que deverão atuar na Zona de Desenvolvimento Proximal

(VYGOTSKY, 2007) - distância entre o nível de desenvolvimento real do aluno, em que ele realiza atividades sozinho, e o nível de desenvolvimento potencial, em que ele realiza atividades com ajuda do professor ou de colegas mais experientes.

6.3 Itinerário Formativo

A carga horária total do Curso Técnico em Marketing, na modalidade de Educação de Jovens, Adultos e Idosos Integrada à Educação Profissional e Tecnológica (EJAI-EPT), na forma integrada ao Ensino Médio, é estruturada em 2.000 horas. Essa organização atende estritamente às diretrizes fixadas pelo Regulamento dos Cursos de EJAI-EPT do Instituto Federal de Brasília (IFB), distribuindo-se da seguinte forma:

- Formação Geral Básica (1.200 horas): Em conformidade com o Art. 9º do Regulamento do IFB, aplica-se o disposto para a formação geral básica presencial dos cursos técnicos integrados da modalidade, fixando o somatório exato de 1.200 horas.
- Formação Profissional Técnica (800 horas): A carga horária do Núcleo Profissional é definida em estrita observância ao Art. 13 do Regulamento institucional, que remete aos referenciais de habilitação profissional indicados no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT) para a Área Profissional de Gestão e Negócios, o qual estipula o referencial de 800 horas para a respectiva habilitação técnica.

Dessa maneira, superando as disposições de matrizes curriculares extensas anteriores e em consonância com as políticas institucionais vigentes para a oferta integrada da modalidade, o curso totaliza as 2.000 horas regulamentares necessárias para a integralização e a efetiva diplomação do estudante trabalhador.

6.4 Fluxograma

O discente matriculado no curso será habilitado como Técnico em Marketing na Forma Articulada Integrada ao Ensino Médio - EJAI-EPT após a integralização de todas as componentes curriculares e o cumprimento de todas as atividades previstas na matriz curricular do curso, perfazendo a estratégia curricular para o perfil profissional desejado na conclusão do curso.

Ao final do Módulo 1, o discente terá o direito de obter a certificação intermediária em Auxiliar Administrativo, ao final do Módulo 2, terá o direito à certificação intermediária em Assistente de Vendas, ao final do Módulo 3, terá direito à certificação intermediária em Assistente de Planejamento e Organização de Eventos e ao final do Módulo 4, terá direito à certificação intermediária em Assistente de Marketing Digital. O detalhamento do fluxo e da duração do curso é representado na figura 1.



Figura 1 – Itinerário Formativo Curso Técnico em Marketing.

6.5 Quadro resumo

Os quadros, apresentados a seguir, têm como objetivo fornecer um panorama geral e simplificado do curso a ser ofertado, considerando a proposta para o Curso Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio - EJAI-EPT.

A carga horária das componentes curriculares propedêutica, diversificada e profissional é semestral. As componentes curriculares propedêuticas são divididas em três eixos, sendo: Linguagens, Ciências Humanas e Ciências da Natureza.

6.5.1 Ementários

Os quadros 1 a 4 detalham os ementários de cada módulo do curso e indicam componente curricular, carga horária presencial, carga horária não presencial, habilidades, bases tecnológicas e bibliografia básica e complementar.

Quadro 1 – Ementário do Módulo 1.

MÓDULO 1		
COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA PORTUGUESA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 60h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Reconhecer diferentes usos da língua portuguesa em situações sociais diversas. - Identificar variedades	Utilizar a língua portuguesa como instrumento de comunicação, expressão e construção de identidade.	- Linguagem e variação linguística: - variedades regionais; - variedades sociais; - variedades estilísticas;

linguísticas regionais, sociais e estilísticas. • Adequar a linguagem ao contexto de comunicação. • Ler e interpretar textos de diferentes gêneros. • Identificar informações explícitas e implícitas em textos. • Reconhecer elementos responsáveis pela progressão temática. • Utilizar recursos de coesão e coerência. • Empregar adequadamente pontuação, ortografia e acentuação. • Diferenciar linguagem literal e figurada. • Identificar efeitos de sentido produzidos por ambiguidade, ironia e humor. • Produzir relatos, cartas, e-mails e notícias. • Revisar e aprimorar os próprios textos.	• Compreender a diversidade linguística como característica constitutiva da língua. • Utilizar diferentes linguagens de acordo com situações e finalidades comunicativas. • Ler criticamente textos de circulação social. • Produzir textos coerentes, adequados ao gênero, ao contexto e ao interlocutor. • Desenvolver autonomia na leitura e na escrita em situações cotidianas, acadêmicas e profissionais.	○ mudança linguística; ○ norma-padrão e seus usos. • Língua, identidade e patrimônio linguístico. • Oralidade e escrita. • Convenções da escrita. • Ortografia e nova ortografia. • Acentuação gráfica. • Pontuação e produção de sentidos. • Sentido literal e figurado. • Conotação e denotação. • Relações de sentido entre palavras. • Relações lexicais na construção da coesão e coerência. • Uso de conectivos. • Ambiguidade, duplo sentido e efeitos de sentido. • Ironia e humor. • Tipologia narrativa e descritiva. • Gêneros: ○ relato; ○ carta pessoal; ○ e-mail; ○ notícia. • Leitura, interpretação e produção de textos narrativos e descritivos.
---	---	---

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

ABREU, Antônio Suárez. **Curso de redação**. São Paulo: Ática, 2004.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2002.

Complementar:

FÁVERO, Leonor Lopes et al. **Oralidade e escrita: perspectivas para o ensino da língua materna**. São Paulo: Contexto, 2003.

NEVES, Maria Helena de Moura. **Texto e gramática**. São Paulo: Contexto, 2006.

COMPONENTE CURRICULAR: MATEMÁTICA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Reconhecer e representar diferentes conjuntos numéricos. • Realizar operações com números em diferentes contextos. • Interpretar informações expressas numericamente. • Utilizar diferentes formas de representação matemática. • Resolver problemas envolvendo grandezas e medidas. • Realizar conversões de unidades em situações do cotidiano. • Identificar relações de razão e proporção. • Resolver situações envolvendo proporcionalidade direta e inversa. • Utilizar regra de três simples e composta. • Traduzir situações da linguagem cotidiana para representações matemáticas. • Utilizar estratégias de cálculo mental, estimativa, cálculo escrito e calculadora. • Avaliar a razoabilidade dos resultados encontrados.	• Utilizar conhecimentos numéricos para interpretar e transformar situações da vida cotidiana. • Resolver problemas envolvendo números, medidas e relações entre grandezas. • Desenvolver raciocínio proporcional como instrumento de análise da realidade. • Utilizar diferentes representações matemáticas na comunicação e resolução de problemas. • Desenvolver autonomia no uso da Matemática em situações pessoais, sociais e profissionais.	• Conjuntos numéricos: ○ naturais; ○ inteiros; ○ racionais; ○ reais. • Operações e representações numéricas. • Linguagem matemática. • Grandezas e medidas. • Sistema de unidades e conversões. • Razão. • Proporção. • Grandezas diretamente proporcionais. • Grandezas inversamente proporcionais. • Regra de três simples. • Regra de três composta. • Tópicos de álgebra. • Representação de situações-problema por expressões algébricas. • Relações entre linguagem cotidiana e linguagem matemática.
BIBLIOGRAFIA: Básica: DANTE, Luiz Roberto. Matemática: contexto e aplicações. Volume único. São Paulo: Ática, 2009. PAIVA, Manoel. Matemática: volume único. São Paulo: Moderna, 2005. Complementar: RUBINSTEIN, C.; WAGNER, E.; PITOMBEIRA, J. B.; ORTIGÃO, M. I.; MANDARINO, M. Telecurso 2000: Matemática 2º grau. Vols. 1, 2 e 3. São Paulo: Globo, 2000. YOUSSEF, Antonio Nicolau; SOARES, Elizabeth; FERNANDEZ, Vicente Paz. Matemática: volume único. São Paulo: Scipione, 2005.		

COMPONENTE CURRICULAR: HISTÓRIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar diferenças entre história, memória e passado. • Reconhecer e analisar fontes históricas de diferentes naturezas. • Relacionar acontecimentos e processos históricos considerando diferentes temporalidades. • Interpretar narrativas históricas e reconhecer diferentes perspectivas sobre o passado. • Comparar formas de organização social, cultural e política em diferentes sociedades. • Identificar relações entre trabalho, natureza, cultura e organização social. • Comparar formas de trabalho e escravidão em diferentes contextos históricos. • Relacionar o desenvolvimento do capitalismo à transformação das relações de trabalho. • Analisar os impactos da Revolução Industrial e das transformações tecnológicas sobre a sociedade. • Reconhecer manifestações artísticas, culturais e materiais como fontes para a compreensão histórica. • Relacionar patrimônio, cultura e identidade às experiências históricas das sociedades	• Compreender a História como campo de conhecimento e interpretação das experiências humanas. • Diferenciar história, passado, memória e diferentes formas de temporalidade. • Reconhecer o papel das fontes na construção do conhecimento histórico. • Analisar as relações entre trabalho, cultura, organização social e poder. • Compreender diferentes formas de organização das sociedades ao longo do tempo. • Relacionar processos históricos a questões sociais e culturais do presente. • Reconhecer a diversidade de experiências históricas e culturais de diferentes povos e sociedades.	• História, historiografia, passado e memória. • Tempo histórico e temporalidades: curta, média e longa duração. • Fontes históricas e produção da narrativa histórica. • História como conhecimento e prática social. • Trabalho, criação e alienação. • Trabalho e organização das sociedades. • Escravidão na Antiguidade e no mundo moderno. • Sociedades antigas, medievais e modernas. • Cultura, civilização e organização social. • Religião, sociedade e conflitos culturais. • Técnicas, tecnologias e transformações sociais. • Cristianismo medieval, trabalho e organização social. • Formação da modernidade. • Capitalismo e consolidação da sociedade industrial. • Revolução Industrial e transformações do trabalho. • Cultura, arte, patrimônio e sociedade.
BIBLIOGRAFIA: Básica: BRAUDEL, Fernand. <i>Escritos sobre a História</i> . São Paulo: Perspectiva, 2011. CERTEAU, Michel de. <i>A escrita da história</i> . Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. DUBY, Georges. <i>As três ordens ou o imaginário feudal</i> . São Paulo: Estampa, 1982.		

Complementar:

APPIAH, Kwame A. *A Casa de Meu Pai: a África na filosofia da cultura*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. *O trato dos viventes: formação do Brasil no Atlântico Sul*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COMPONENTE CURRICULAR: GEOGRAFIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar e utilizar os conceitos de espaço geográfico, território, lugar, paisagem e região. • Reconhecer as dimensões espacial e temporal dos fenômenos geográficos. • Observar, descrever e interpretar paisagens e territórios. • Relacionar fenômenos naturais e sociais na produção do espaço. • Localizar fenômenos utilizando referências espaciais e diferentes escalas. • Ler e interpretar mapas, gráficos, tabelas e outras representações geográficas. • Utilizar informações cartográficas para compreender situações do cotidiano. • Relacionar conhecimentos sobre a dinâmica da Terra às formas de ocupação e transformação do espaço.	• Compreender a Geografia como campo de conhecimento voltado à análise das relações entre sociedade e natureza. • Utilizar conceitos geográficos fundamentais para interpretar diferentes espaços e territórios. • Compreender a produção e transformação do espaço geográfico em diferentes escalas. • Reconhecer as relações entre elementos naturais e ações humanas na organização do espaço. • Utilizar diferentes linguagens e representações para interpretar fenômenos geográficos. • Desenvolver capacidade de leitura crítica do espaço vivido e de suas transformações.	• Geografia: ciência, objeto de estudo, conceitos e principais correntes. • Espaço geográfico, território, lugar, paisagem e região. • Escalas geográficas e diferentes formas de representação espacial. • Relações sociedade-natureza. • Universo, Sistema Solar e planeta Terra. • Formação, estrutura e dinâmica interna da Terra. • Movimentos da Terra. • Tectônica de placas e dinâmica do relevo. • Elementos e processos naturais e suas relações com a sociedade. • Cartografia e linguagem cartográfica. • Orientação e localização espacial. • Mapas, gráficos, tabelas e representações do espaço. • Tecnologias aplicadas à representação e interpretação geográfica.
BIBLIOGRAFIA: Básica: AB'SÁBER, Aziz. <i>Os domínios de Natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas</i> . São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. SANTOS, Milton. <i>A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção</i> . São Paulo: Hucitec, 1997. Complementar: SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. <i>O Brasil: território e sociedade no início do século XXI</i> . Rio de Janeiro: Record, 2005. ROSS, Jurandyr L. Sanches (org.). <i>Geografia do Brasil</i> . São Paulo: Edusp, 2003.		

MELLO, Neli Aparecida de; THÉRY, Hervé. *Atlas do Brasil: disparidades e dinâmicas do território*. São Paulo: Edusp, 2005.

COMPONENTE CURRICULAR: SOCIOLOGIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar o objeto de estudo e os principais conceitos da Sociologia. • Diferenciar explicações baseadas no senso comum de interpretações sociológicas. • Reconhecer o ser humano como ser social e analisar sua relação com diferentes grupos e instituições. • Identificar processos de socialização e sua relação com a formação das identidades. • Analisar o papel da família, escola, religião, Estado e outras instituições na organização da vida social. • Identificar diferentes tipos de grupos sociais, seus papéis, posições, relações de influência e formas de liderança. • Compreender relações de poder presentes nas relações interpessoais e nos grupos sociais. • Analisar conceitos de cultura, alteridade, etnocentrismo, relativismo cultural e diversidade. • Reconhecer diferentes formas de identidade cultural e social. • Analisar questões relacionadas a gênero, corpo e gerações em diferentes contextos sociais. • Utilizar procedimentos básicos de observação, entrevista e questionário em pequenas investigações sociais. • Ler e interpretar tabelas, gráficos, imagens e outras	• Compreender a Sociologia como ciência voltada à análise das relações sociais e da vida em sociedade. • Diferenciar o conhecimento científico do senso comum, desenvolvendo uma perspectiva sociológica sobre a realidade. • Compreender as relações entre indivíduo, sociedade, grupos e instituições sociais. • Analisar os processos de socialização e de construção das identidades. • Compreender a cultura como elemento constitutivo da vida social e reconhecer a diversidade cultural. • Identificar relações de poder presentes nas relações sociais cotidianas. • Desenvolver postura crítica diante de preconceitos, estereótipos e diferentes formas de discriminação. • Utilizar procedimentos básicos de investigação das Ciências Sociais para compreender situações do cotidiano.	• Sociologia como ciência da sociedade. • Conhecimento científico e senso comum. • Relação indivíduo e sociedade. • Sociedade, comunidade e grupos sociais. • Ação social, identidade e vida cotidiana. • Instituições sociais e processos de socialização. • Família, escola, religião, Direito e Estado. • Papel social e controle social. • Grupos sociais, liderança, influência, status e poder. • Individualidade e coletividade. • Cultura, alteridade e diversidade cultural. • Etnocentrismo e relativismo cultural. • Identidade social e cultural. • Corpo, gênero e sexualidade. • Conflitos e convivência entre gerações. • Juventude e grupos sociais. • Tradição e modernidade. • Novas tecnologias e relações interpessoais. • Introdução à pesquisa em Ciências Sociais. • Observação, entrevista e questionário. • Leitura de dados e indicadores sociais.

representações relacionadas à realidade social.		
BIBLIOGRAFIA: Básica: COSTA, Cristina. <i>Sociologia: introdução à ciência da sociedade</i> . 2. ed. São Paulo: Moderna, 1997. MEKSENAS, Paulo. <i>Aprendendo Sociologia</i> . São Paulo: Loyola. Complementar: MEKSENAS, Paulo. <i>Sociologia</i> . Coleção Magistério 2º Grau. São Paulo: Cortez. TOMAZZI, Nelson Dácio (coord.). <i>Iniciação à Sociologia</i> . São Paulo: Atual.		

COMPONENTE CURRICULAR: FILOSOFIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Diferenciar formas de conhecimento, reconhecendo suas características e possibilidades. - Identificar diferenças e relações entre mito, razão e conhecimento filosófico. - Reconhecer a Filosofia como atividade de questionamento, investigação e reflexão. - Problematizar situações do cotidiano a partir de questões filosóficas. - Relacionar pensamento e linguagem aos processos de construção do conhecimento. - Identificar relações entre indivíduo, cultura e sociedade. - Reconhecer aspectos históricos e culturais relacionados ao nascimento da Filosofia. - Compreender a importância da pólis grega para o desenvolvimento do pensamento filosófico e político. - Relacionar cidadania, democracia e participação na vida coletiva. - Identificar diferentes	- Compreender a Filosofia como forma de conhecimento, reflexão e problematização da realidade. - Perceber-se como sujeito do conhecimento e da reflexão filosófica. - Reconhecer diferentes formas de conhecimento e suas relações com a cultura. - Compreender as relações entre natureza, cultura, pensamento e linguagem. - Identificar aspectos fundamentais do surgimento histórico da Filosofia. - Compreender a relação entre Filosofia, vida social, cidadania e organização política. - Desenvolver pensamento crítico, reflexivo e autônomo diante de questões individuais e coletivas. - Utilizar conceitos filosóficos para interpretar situações do cotidiano e diferentes manifestações culturais.	- Filosofia e filosofar. - Filosofia como forma de conhecimento. - Mito, filosofia, ciência, arte e outras formas de conhecimento. - Natureza e cultura. - Pensamento e linguagem. - Consciência mítica. - Do mito à razão. - O nascimento da Filosofia. - A Filosofia e a vida cotidiana. - A pólis grega. - O cidadão da pólis. - Democracia e participação política. - O nascimento do filósofo. - O ser humano como animal político. - Conhecimento e realidade. - Identidade e construção da pessoa humana. - Leitura, interpretação e problematização de textos filosóficos. - Produção de textos e argumentos filosóficos.

concepções sobre o ser humano e sua relação com o mundo. • Analisar textos, imagens e manifestações culturais sob uma perspectiva filosófica. • Produzir textos orais e escritos que apresentem questões, argumentos e reflexões filosóficas.		
BIBLIOGRAFIA: Básica: CHAUÍ, Marilena. <i>Convite à Filosofia</i>. São Paulo: Ática. ARANHA, Maria Lúcia Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. <i>Filosofando – Introdução à Filosofia</i>. São Paulo: Moderna. Complementar: ARANHA, Maria Lúcia Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. <i>Temas de Filosofia</i>. São Paulo: Moderna. SEVERINO, Antônio Joaquim. <i>Filosofia</i>. Coleção Magistério 2º Grau. São Paulo: Cortez.		

COMPONENTE CURRICULAR: ARTES		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Reconhecer a arte como manifestação cultural humana essencial para a expressão de sentimentos, identidades e visão de mundo. • Identificar elementos das artes e da cultura popular na comunidade onde o estudante está inserido. • Desenvolver a percepção estética e crítica diante de diferentes formas de manifestações artísticas (música, teatro, cinema, pintura).	• Compreender a arte como forma de expressão, comunicação e construção de identidades. • Valorizar e reconhecer manifestações artísticas e culturais presentes no cotidiano e na comunidade. • Desenvolver autonomia para apreciar, interpretar e analisar criticamente diferentes manifestações artísticas, utilizando a percepção estética.	• O que é Arte? Funções da arte e conceitos de estética na sociedade. • A importância da produção artística, da contextualização e da apreciação estética. • Patrimônio cultural material e imaterial e a valorização das manifestações populares regionais.
BIBLIOGRAFIA: Básica BARBOSA, Ana Mae.; CUNHA, Fernanda P. (orgs.). A Abordagem Triangular no Ensino das Artes e Culturas Visuais. São Paulo: Cortez Editora, 2010. PROENÇA, Graça. História da Arte. São Paulo: Ática. Complementar GOMBRICH, E. H. A história da Arte. 15a ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1993.		

COMPONENTE CURRICULAR: PROJETO INTEGRADOR 1		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 80h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Desenvolver autonomia no uso do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), superando barreiras no uso pedagógico de tecnologias digitais. - Articular os conhecimentos da formação geral básica com os conteúdos técnicos da área de Marketing; - Identificar e esclarecer dúvidas conceituais, metodológicas e práticas decorrentes dos estudos dos conceitos introdutórios da área de marketing; - Planejar, com suporte docente, uma intervenção ou proposta integradora simplificada que una um problema real do mundo do trabalho às temáticas do curso.	- Operar computadores de forma básica e navegar na internet para acessar, interagir e realizar atividades no ambiente virtual de aprendizagem e em ferramentas de pesquisa digital. - Redigir textos, avisos e anotações simples de rotina operacional, aplicando regras básicas de leitura, escrita e expressão oral no ambiente de trabalho. - Mapear a realidade comercial do bairro ou da comunidade onde o estudante reside, identificando os tipos de pequenos negócios existentes e a organização de seus produtos. - Trabalhar de maneira cooperativa em grupo, dividindo tarefas operacionais simples, compartilhando ideias de forma respeitosa e cumprindo as datas combinadas com a equipe.	- Letramento Digital Básico; - Observação do Cotidiano e Noções de Negócios; - Cooperação e Convivência; - Conceitos Introdutórios da Área de Marketing.
BIBLIOGRAFIA: Básica FAZENDA, Ivani Catarina Arantes (org.). Didática e interdisciplinaridade . 16. ed. Campinas: Papirus, 2011. 192 p. LAFFIN, Maria Hermínia Lage Fernandes; SALES, Márcia Castilho; SOUZA, Jandira Pereira . PROEJA : dimensões curriculares na rede e-Tec Brasil. Florianópolis: UFSC, 2015. 135 p. il.; v5 (Gestão e docência na EAD; v.5). Complementar KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing . 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012. 765 p. : il.		

COMPONENTE CURRICULAR: INTRODUÇÃO À INFORMÁTICA NA NUVEM		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Utilizar o navegador Google Chrome para realizar pesquisas, gerenciar guias e salvar favoritos de forma organizada e produtiva. - Armazenar, organizar, fazer upload/download e compartilhar pastas e arquivos na nuvem de forma segura usando o Google Drive. - Criar, editar, formatar e compartilhar textos colaborativos através do Google Documentos, aplicando padrões formais simples. - Elaborar planilhas eletrônicas no Google Planilhas para inserção de dados, controles do dia a dia e cálculos elementares. - Desenvolver apresentações de slides dinâmicas e claras utilizando o Google Apresentações. - Trabalhar de forma simultânea e colaborativa em arquivos online, inserindo comentários e sugestões.	- Compreender o funcionamento do armazenamento em nuvem (cloud computing) e suas vantagens práticas no cotidiano e no mercado de trabalho atual. - Operar com autonomia os principais aplicativos de produtividade do Google Workspace para a criação e organização de documentos, visando a resolução de problemas diários e administrativos. - Navegar na internet de maneira eficiente e otimizada, utilizando ferramentas integradas para fins de estudo, requalificação profissional e comunicação. - Desenvolver a cooperação e o trabalho em equipe no ambiente digital através da cultura de colaboração e compartilhamento de recursos virtuais.	- Google Chrome: Noções de navegação, barra de favoritos, gerenciamento de guias, histórico, pesquisa eficiente e principais atalhos de produtividade. - Google Drive: Conceito de nuvem, interface, armazenamento de arquivos, criação de diretórios (pastas), níveis de compartilhamento e controle de acessos (leitor, comentador, editor). - Google Documentos (Docs): Edição de texto online, formatação de fonte e parágrafo, inserção de imagens e links, download em diferentes formatos (PDF) e recursos de colaboração. - Google Planilhas (Sheets): Estrutura da área de trabalho, inserção e formatação de dados, organização de controles essenciais e fórmulas matemáticas básicas (soma e média). - Google Apresentações (Slides): Estrutura visual, escolha de temas, inserção de textos e imagens, formatação e modos de apresentação.
BIBLIOGRAFIA: Básica CENTRO DE APRENDIZAGEM DO GOOGLE WORKSPACE. Treinamento e Ajuda: Chrome, Drive, Documentos, Planilhas e Apresentações. Google, 2026. Disponível online. MORAES, Alexandre. Informática Básica. 6. ed. São Paulo: Érica, 2021. ALVES, Wladimir. Tecnologias e Ferramentas em Nuvem. 1. ed. São Paulo: Editora SENAI-SP, 2021. Complementar MATIAS, João. Dominando as ferramentas do Google na prática. 1. ed. São Paulo: Novatec, 2022. SHELLEY, Gary B.; VERMAAT, Misty E. Computação na Nuvem e Produtividade. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2021.		

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. Princípios de Sistemas de Informação: Uma Abordagem Gerencial. 8. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2020.

COMPONENTE CURRICULAR: ADMINISTRAÇÃO	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 60h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Compreender a administração enquanto ciência; • Entender a função e os papéis do administrador na gestão; • Conhecer a dinâmica ambiental e suas influências nas empresas; • Compreender as funções administrativas; • Estabelecer a inter-relação entre as diversas áreas de gestão da empresa; • Compreender o processo de gestão e sua importância para as organizações.	• Compreender os fundamentos da Administração e sua importância para o funcionamento, desenvolvimento e sustentabilidade das organizações. • Analisar as organizações de forma sistêmica, reconhecendo as relações entre ambiente, estrutura, pessoas e diferentes áreas da gestão. • Aplicar os princípios e funções administrativas na compreensão de situações organizacionais, contribuindo para processos de planejamento, organização, direção e controle.	• As organizações e a empresa. A evolução da administração: da Revolução Industrial a Revolução Digital; • Os recursos empresariais e as áreas básicas da empresa. • Funções do administrador: Planejamento, Organização, Direção e Controle. • Estrutura organizacional, Clima e Cultura organizacional nas organizações da era digital; • A administração no contexto atual. Stakeholders (partes interessadas). Evolução do marketing.

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

CHIAVENATO, I. Iniciação à administração geral. 3. ed. Barueri: Manole, 2009. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520443149/cfi/4!/4/40.00:16.0>. Acesso em: 08 abr. 2019.

LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. Administração : princípios e tendências. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria geral da administração : da revolução urbana à revolução digital. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012460/cfi/6/2!/4/2@0.0>. Acesso em: 08 abr. 2019.

Complementar:

CHIAVENATO, I. Administração nos novos tempos : os novos horizontes em administração. 3. ed. Barueri: Manole, 2014. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520445464/cfi/5!/4/40.00:45.2>. Acesso em: 08 abr. 2019.

Quadro 2 – Ementário do Módulo 2

MÓDULO 2		
COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA PORTUGUESA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 60h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar os elementos presentes em diferentes situações comunicativas. • Reconhecer a função predominante da linguagem em diferentes textos. • Analisar efeitos produzidos por recursos expressivos. • Identificar e utilizar diferentes classes de palavras em situações de uso. • Reconhecer recursos estilísticos e figuras de linguagem. • Diferenciar os principais gêneros literários. • Relacionar texto literário, contexto e produção cultural. • Ler e interpretar textos expositivos e injuntivos. • Identificar características estruturais e linguísticas de reportagens e textos instrucionais. • Produzir textos expositivos e instrucionais adequados à finalidade comunicativa. • Utilizar linguagem clara e objetiva em textos de orientação e instrução.	• Compreender a comunicação como prática social situada. • Analisar criticamente diferentes formas de linguagem. • Utilizar recursos linguísticos e estilísticos na produção de sentidos. • Reconhecer a literatura como manifestação artística, cultural e social. • Utilizar diferentes gêneros textuais de acordo com suas finalidades. • Produzir textos claros, organizados e adequados a diferentes situações comunicativas.	• Dimensão discursiva da linguagem. • Elementos da comunicação. • Funções da linguagem. • Linguagem verbal e não verbal. • Uso da vírgula e produção de sentido. • Figuras de linguagem. • Figuras de palavras. • Recursos estilísticos. • Classes de palavras: ○ artigo; ○ numeral; ○ interjeição; ○ verbo; ○ usos e classificações. • Introdução à literatura. • Arte e literatura. • Literatura e seus agentes. • Linguagem literária. • Gêneros literários: ○ épico; ○ lírico; ○ dramático. • Historiografia literária. • Exposição e injunção. • Características dos textos expositivos e injuntivos. • Gênero reportagem. • Textos instrucionais: ○ manuais; ○ receitas; ○ guias; ○ instruções de procedimentos. • Leitura, interpretação e produção de textos expositivos e injuntivos.
BIBLIOGRAFIA:		

Básica:

BERND, Zilá. **Dicionário de mitos e figuras literárias das Américas**. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

CUNHA, Celso; CINTRA, Lindley. **Nova Gramática do Português Contemporâneo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2012.

Complementar:

MOISÉS, Massaud. **Dicionário de termos literários**. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.

PEIXOTO, Francisco Balthar. **Redação na vida profissional: setores públicos e privados**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

COMPONENTE CURRICULAR: MATEMÁTICA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Reconhecer formas geométricas presentes no cotidiano. • Identificar características de figuras planas e espaciais. • Representar objetos e espaços por meio de desenhos e esquemas. • Utilizar instrumentos e procedimentos de desenho geométrico. • Reconhecer relações de semelhança. • Interpretar e utilizar escalas em representações. • Calcular perímetros e áreas em situações-problema. • Calcular volumes de sólidos geométricos. • Relacionar dimensões, áreas e volumes. • Desenvolver estratégias de resolução de problemas geométricos. • Utilizar a percepção espacial para analisar objetos, ambientes e representações. • Aplicar conhecimentos geométricos em situações pessoais, profissionais e sociais.	• Utilizar conhecimentos geométricos para interpretar e representar a realidade. • Desenvolver percepção espacial, criatividade e raciocínio dedutivo. • Resolver problemas envolvendo espaço, forma, medidas e representação. • Relacionar conhecimentos geométricos a situações concretas. • Utilizar a Matemática como instrumento de planejamento e intervenção na realidade.	• Noções de geometria. • Elementos geométricos. • Ponto, reta, segmento e ângulo. • Figuras planas. • Figuras espaciais. • Polígonos. • Circunferência e círculo. • Semelhança de figuras planas. • Escalas e representações. • Noções de desenho geométrico. • Construções geométricas elementares. • Perímetro. • Área de figuras planas. • Área de superfícies. • Poliedros. • Corpos redondos. • Cilindro, cone e esfera. • Volume de sólidos. • Relações entre área e volume.

BIBLIOGRAFIA:**Básica:**

DANTE, Luiz Roberto. **Matemática: contexto e aplicações**. Volume único. São Paulo: Ática, 2009.

PAIVA, Manoel. **Matemática: volume único**. São Paulo: Moderna, 2005.

Complementar:

RUBINSTEIN, C.; WAGNER, E.; PITOMBEIRA, J. B.; ORTIGÃO, M. I.; MANDARINO, M.

Telecurso 2000: Matemática 2º grau. Vols. 1, 2 e 3. São Paulo: Globo, 2000.

YOUSSEF, Antonio Nicolau; SOARES, Elizabeth; FERNANDEZ, Vicente Paz. **Matemática: volume único**. São Paulo: Scipione, 2005.

COMPONENTE CURRICULAR: HISTÓRIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Comparar formas de cidadania na Antiguidade e na sociedade moderna. • Identificar diferentes modelos de Estado e suas relações com a sociedade. • Analisar processos históricos relacionados à liberdade, propriedade e participação política. • Reconhecer o papel dos movimentos sociais nas transformações políticas e sociais. • Analisar diferentes formas de participação política e representação. • Identificar aspectos da formação do Estado e da sociedade brasileira. • Relacionar escravidão, racismo e desigualdades à formação histórica do Brasil. • Reconhecer características dos períodos colonial, imperial e republicano. • Analisar processos de modernização e transformação social no Brasil. • Identificar relações entre autoritarismo, democracia e participação política. • Analisar o papel dos partidos políticos, da imprensa e dos movimentos	• Compreender a cidadania como construção histórica e prática social e política. • Analisar as relações entre sociedade, Estado, poder e participação política. • Compreender diferentes formas históricas de organização do Estado. • Reconhecer as lutas sociais e políticas pela ampliação de direitos. • Analisar processos fundamentais da formação histórica do Brasil. • Relacionar questões de cidadania, democracia, desigualdade e participação política ao presente. • Desenvolver posicionamento crítico diante de diferentes interpretações dos processos históricos.	• Cidadania antiga e moderna. • Sociedade, Estado e poder. • Atenas, repúblicas modernas e sociedades democráticas. • Sociedades com e sem Estado. • Formação do Estado moderno. • Liberdade, propriedade e participação política. • Revoluções e transformações políticas dos séculos XVIII e XIX. • Movimentos sociais e lutas por direitos. • Voto, democracia e cidadania. • Estado-nação e nacionalidade. • Escravidão, racismo e formação da sociedade brasileira. • Brasil colonial, imperial e republicano. • Sociedade e Estado no Brasil. • Modernização e autoritarismo. • Política e participação social no século XX. • Totalitarismos e conflitos políticos. • Partidos políticos e representação. • Imprensa, opinião pública e

• sociais na história brasileira. • Relacionar acontecimentos históricos do século XX às questões do tempo presente. • Utilizar fontes históricas para construir argumentos sobre questões sociais e políticas.		• participação política. • Política, cultura e espetáculo. • História do Brasil e tempo presente.
---	--	---

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

APPIAH, Kwame A. *A Casa de Meu Pai: a África na filosofia da cultura*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. *O trato dos viventes: formação do Brasil no Atlântico Sul*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

Complementar:

HOLANDA, Sérgio Buarque de (org.). *História Geral da Civilização Brasileira: a época colonial – do descobrimento à expansão territorial*. São Paulo: Difel, 1960. t. I, v. 1.

HOLANDA, Sérgio Buarque de (org.). *História Geral da Civilização Brasileira: o Brasil monárquico – da Monarquia à República*. São Paulo: Difel, 1972. t. II, v. 5.

COMPONENTE CURRICULAR: GEOGRAFIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Analisar transformações do espaço geográfico em diferentes escalas. • Relacionar atividades econômicas e organização territorial. • Identificar diferentes formas de ocupação e uso do território brasileiro. • Interpretar dados sobre população, migração, urbanização e desigualdades sociais. • Reconhecer diferentes formas de organização do espaço rural e urbano. • Analisar as relações entre industrialização, transporte, energia e redes de circulação. • Identificar impactos socioambientais	• Compreender o espaço geográfico como resultado das relações entre sociedade, natureza, economia, política e cultura. • Analisar as transformações territoriais produzidas pelas atividades econômicas e pelas relações de poder. • Compreender a formação e organização do território brasileiro. • Analisar as características da população brasileira e seus processos de mobilidade. • Compreender processos de industrialização, urbanização e organização do espaço agrário. • Analisar criticamente questões socioambientais e	• Transformações do espaço geográfico e relações de poder. • Recursos naturais, extrativismo e apropriação da natureza. • Dinâmica ambiental e problemas socioambientais. • Poluição atmosférica e hídrica. • Industrialização e transformações do espaço mundial e brasileiro. • Sistemas econômicos e políticos. • Comércio internacional, blocos econômicos e organizações internacionais. • Globalização, redes e fluxos. • Divisão internacional e

decorrentes das atividades humanas. • Relacionar globalização, divisão territorial do trabalho e desigualdades socioespaciais. • Reconhecer diferentes formas de participação social e movimentos coletivos relacionados ao território. • Analisar as características geográficas do Distrito Federal e de sua área de influência. • Interpretar mapas, gráficos, tabelas e dados relacionados ao território brasileiro e ao DF. • Relacionar cultura, identidade e território às diferentes formas de ocupação do espaço.	suas relações com os modos de produção e consumo. • Compreender as relações entre globalização, redes, fluxos e organização territorial. • Reconhecer as especificidades territoriais, sociais, culturais e ambientais do Distrito Federal e do Entorno.	territorial do trabalho. • População brasileira e dinâmica demográfica. • Migrações e mobilidade populacional. • Desigualdades socioespaciais, indicadores sociais e qualidade de vida. • Espaço rural, agricultura, agricultura familiar, agronegócio e questão agrária. • Urbanização brasileira e organização das cidades. • Brasília e o processo de interiorização e ocupação do território. • Transportes e redes de comunicação. • Matriz energética, recursos energéticos e fontes renováveis e não renováveis. • Desenvolvimento sustentável e preservação ambiental. • Biomas e ecossistemas brasileiros. • Cultura, identidade e territorialidades. • Distrito Federal e Entorno: formação territorial, população, economia, organização urbana, aspectos sociais, culturais e ambientais. • Problemas ambientais urbanos: resíduos sólidos, poluição, ilhas de calor e outros impactos decorrentes da urbanização.
BIBLIOGRAFIA: Básica: AB'SÁBER, Aziz. <i>Os domínios de Natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas</i>. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. SANTOS, Milton. <i>A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção</i>. São Paulo: Hucitec, 1997. Complementar: SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. <i>O Brasil: território e sociedade no início do século XXI</i>. Rio de Janeiro: Record, 2005. ROSS, Jurandyr L. Sanches (org.). <i>Geografia do Brasil</i>. São Paulo: Edusp, 2003. MELLO, Neli Aparecida de; THÉRY, Hervé. <i>Atlas do Brasil: disparidades e dinâmicas do território</i>. São Paulo: Edusp, 2005.		

COMPONENTE CURRICULAR: SOCIOLOGIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Relacionar a Revolução Industrial ao surgimento da Sociologia e aos novos problemas sociais. • Identificar diferentes formas de organização social e modos de produção. • Compreender conceitos de trabalho, divisão social do trabalho, classes sociais e desigualdade. • Analisar as relações entre trabalho material e imaterial. • Compreender a relação entre trabalho, poder e organização social. • Identificar processos de proletarianização e transformação das relações de trabalho. • Analisar situações de desigualdade social presentes na realidade brasileira. • Ler e interpretar indicadores sociais relacionados a renda, educação, trabalho, violência e condições de vida. • Analisar o papel da escola na socialização, conservação e transformação da sociedade. • Relacionar educação e mobilidade social. • Analisar transformações na família e no casamento a partir das mudanças sociais. • Investigar relações entre tecnologias de informação, inclusão e exclusão social. • Identificar diferentes meios de comunicação e analisar seus impactos sociais. • Utilizar conceitos	• Compreender a Sociologia como conhecimento historicamente relacionado às transformações das sociedades modernas e capitalistas. • Analisar o trabalho como elemento estruturante das relações sociais e das formas de organização da sociedade. • Compreender a formação das classes sociais e as relações entre trabalho, produção e desigualdade. • Analisar criticamente as desigualdades sociais como fenômenos históricos e sociais. • Compreender as relações entre industrialização, urbanização e transformação dos grupos e instituições sociais. • Analisar o papel da educação e da escola na conservação e transformação da sociedade. • Interpretar dados e indicadores sociais para compreender a realidade brasileira. • Compreender as relações entre tecnologia, trabalho, inclusão e exclusão social. • Desenvolver capacidade de análise crítica sobre problemas sociais contemporâneos.	• Organização social e modos de produção. • Revolução Industrial e surgimento da Sociologia. • Sociedade moderna, industrial e tecnológica. • Trabalho, produção e relações sociais. • Trabalho, alienação e burocracia. • Classes sociais e divisão social do trabalho. • Trabalho material e imaterial. • Proletarianização do trabalhador. • Karl Marx e a análise da sociedade capitalista. • Desigualdade social e estratificação. • Poder, ideologia e relações sociais. • Industrialização e urbanização. • Mudanças nos grupos e nas instituições sociais. • Transformações da família e do casamento. • Sociologia da educação. • Escola, conservação e transformação social. • Educação e mobilidade social. • Realidade social brasileira e indicadores sociais. • Trabalho infantil e trabalho escravo. • Fome, violência e desigualdades sociais. • Tecnologias da informação e comunicação. • Inclusão e exclusão social. • Trabalho e transformações sociais. • Comunicação, informação e sociedade.

sociológicos para interpretar situações da realidade brasileira.		
BIBLIOGRAFIA: Básica: COSTA, Cristina. <i>Sociologia: introdução à ciência da sociedade</i> . 2. ed. São Paulo: Moderna, 1997. MEKSENAS, Paulo. <i>Aprendendo Sociologia</i> . São Paulo: Loyola. Complementar: MEKSENAS, Paulo. <i>Sociologia</i> . Coleção Magistério 2º Grau. São Paulo: Cortez. TOMAZZI, Nelson Dácio (coord.). <i>Iniciação à Sociologia</i> . São Paulo: Atual.		

COMPONENTE CURRICULAR: FILOSOFIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Identificar questões éticas presentes em situações do cotidiano. - Diferenciar questões morais e questões filosóficas relacionadas à ética. - Problematizar conceitos de liberdade, vontade, consciência e livre-arbítrio. - Refletir sobre limites individuais e coletivos nas relações sociais. - Analisar diferentes concepções sobre corpo e identidade. - Reconhecer e problematizar questões relacionadas à identidade étnico-racial. - Refletir sobre diversidade e diferenças presentes na sociedade. - Analisar relações entre o eu, os outros e o mundo. - Desenvolver atitude autocrítica diante de valores, escolhas e posicionamentos. - Argumentar de maneira fundamentada sobre questões éticas e sociais. - Interpretar textos filosóficos relacionados à ética e à condição humana. - Elaborar textos filosóficos individuais ou coletivos,	- Compreender a dimensão ética da existência e das relações humanas. - Desenvolver uma atitude filosófica fundamentada na investigação, no questionamento e na reflexão crítica. - Reconhecer a diversidade humana e cultural como elemento constitutivo da vida social. - Refletir sobre identidade, corpo, liberdade, consciência e responsabilidade. - Analisar criticamente as relações entre indivíduo, sociedade e mundo. - Desenvolver autonomia intelectual e capacidade de posicionamento fundamentado. - Utilizar conhecimentos filosóficos na análise de questões sociais, culturais e pessoais. - Reconhecer a importância do diálogo e do respeito à diversidade para a convivência democrática.	- Ética e reflexão filosófica. - Diversidade e condição humana. - Identidade e diferença. - Corpo e corporeidade. - Corpo e construção social. - Erotismo e relações humanas. - Morte e finitude. - Identidade étnico-racial. - Eu, outro e mundo. - Consciência. - Percepção e sensibilidade. - Vontade e desejo. - Liberdade e responsabilidade. - Limites e escolhas. - Livre-arbítrio. - Liberdade na juventude. - Autonomia e autocrítica. - Ética, convivência e cidadania. - Filosofia e questões contemporâneas. - Leitura, interpretação e produção de textos filosóficos.

articulando conceitos e experiências.		
BIBLIOGRAFIA: Básica: CARVALHO, E. A. et al. <i>Ética, solidariedade e complexidade</i> . São Paulo: Palas Athena, 1998. GALLO, Silvio. <i>Ética e Cidadania, Caminhos da Filosofia</i> . São Paulo: Papirus, 1997. Complementar: ARISTÓTELES. <i>Ética a Nicômacos</i> . São Paulo: Nova Abril Cultural, 1991. TUGENDHAT, Ernst. <i>Lições sobre Ética</i> . Petrópolis-RJ: Vozes, 1997.		

COMPONENTE CURRICULAR: ARTES		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar características e possibilidades expressivas presentes em diferentes linguagens e manifestações artísticas. • Relacionar transformações da História da Arte, do modernismo às manifestações contemporâneas, à cultura visual de massa e às artes digitais. • Analisar criticamente imagens, obras e produções da cultura visual contemporânea, reconhecendo diferentes formas de representação e construção de sentidos. • Experimentar processos de criação artística utilizando elementos visuais, sonoros, corporais e digitais. • Desenvolver propostas criativas a partir de princípios básicos de design conceitual, considerando público, contexto e objetivo comunicacional. • Explorar possibilidades de integração entre arte, design e comunicação corporativa, reconhecendo	• Compreender o potencial expressivo das diferentes linguagens artísticas, reconhecendo suas possibilidades de comunicação, criação e produção de sentidos. • Analisar manifestações artísticas modernas e contemporâneas, relacionando-as aos contextos históricos, sociais, culturais e tecnológicos de sua produção. • Utilizar princípios de criação artística e design conceitual na elaboração de propostas que integrem arte, comunicação e diferentes linguagens visuais e digitais.	• O potencial expressivo das diversas manifestações artísticas. • História da Arte e Estética Contemporânea: do modernismo à cultura visual de massa e artes digitais. • Processo de criação artística, design conceitual e hibridismo entre arte e comunicação corporativa.

o hibridismo entre diferentes linguagens e áreas de conhecimento.		
BIBLIOGRAFIA: Básica BARBOSA, Ana Mae.; CUNHA, Fernanda P. (orgs.). A Abordagem Triangular no Ensino das Artes e Culturas Visuais . São Paulo: Cortez Editora, 2010. PROENÇA, Graça. História da Arte . São Paulo: Ática. Complementar GOMBRICH, E. H. A história da Arte . 15a ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1993. STRICKLAND, C. Arte Comentada . Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.		

COMPONENTE CURRICULAR: PROJETO INTEGRADOR 2		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 80h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Aplicar técnicas de comunicação não verbal, escuta ativa e empatia para o atendimento ao cliente; • Utilizar ferramentas computacionais básicas e planilhas eletrônicas; • Planejar e simular apresentações de vendas rápidas e negociações com clareza e autoconfiança de oratória; • Organizar e operar de forma colaborativa a infraestrutura física de atendimento e comercialização no varejo de maneira ética e integrada; • Produzir relatórios técnicos simples e apresentações estruturadas em slides para documentar a experiência prática realizada na simulação de mercado.	• Acolher, escutar de forma ativa e mediar a comunicação com o público, identificando as necessidades do consumidor; • Operar sistemas básicos de informática e planilhas eletrônicas; • Organizar e operar o ponto de venda, abrangendo a exposição de mercadorias, a simulação prática de vendas e a realização de negociações comerciais éticas e ágeis. • Elaborar relatórios descritivos simples e apresentar oralmente os resultados das ações práticas para o grupo de trabalho, demonstrando postura profissional, capacidade de síntese e expressão clara.	• Planejamento e execução de simulações de vendas utilizando espaços práticos de varejo e atendimento comercial. • Postura profissional, técnicas de oratória aplicadas a negociações e ferramentas de comunicação verbal e não verbal. • Princípios de relacionamento com o cliente, canais de suporte e atendimento ao consumidor e estratégias básicas de fidelização. • Organização do ponto de venda, exposição visual de mercadorias e noções de rotinas comerciais de varejo. • Registro de dados, tabulação elementar de informações em planilhas eletrônicas e redação de relatório técnico simplificado sobre as vivências práticas do projeto.

BIBLIOGRAFIA:**Básica**

MINICUCCI, A. Relações humanas: Psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 1982.

GERSON, Richard F. A excelência no atendimento a clientes: mantendo seus clientes por toda a sua vida. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.

ALVES, Wladimir. Microsoft Office: Word, Excel e PowerPoint 2019. São Paulo: Editora SENAI-SP, 2021.

Complementar

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Técnicas de vendas: como vender e obter bons resultados. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PENTEADO, J. R. W. A Técnica da Comunicação Humana. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

COMPONENTE CURRICULAR: ORATÓRIA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Utilizar técnicas de entonação de voz; Conhecer os métodos de elocução; • Conhecer as técnicas da oratória moderna; • Apresentar formas diversificadas de apresentação em público; • Dominar a atenção da plateia; • Desenvolver a confiança para falar em público.	• Modular a expressão vocal e a elocução para garantir clareza, ritmo e expressividade na transmissão da mensagem. • Aplicar os princípios da oratória moderna na estruturação de discursos persuasivos, dinâmicos e adaptados ao objetivo da comunicação. • Diversificar metodologias e formatos de apresentação para adequar o conteúdo aos diferentes cenários, ferramentas e perfis de eventos. • Engajar e gerenciar a atenção do público durante toda a exposição por meio de técnicas de conexão, escuta ativa e dinamismo expositivo. • Fortalecer a autoconfiança e a presença de palco para transmitir autoridade, naturalidade e segurança ao discursar para diferentes públicos.	• Definição de oratória; Semelhanças e diferenças entre o ato de falar em público e a conversação; • Técnicas para combater o medo de falar em público; • Técnicas de apresentação com recursos audiovisuais e multimídia; • Controle da voz: velocidade e tonalidade; • Linguagem corporal e gesticulação: como revelam nossas emoções e sentimentos.
BIBLIOGRAFIA: Básica		

ALVES, Léo da Silva. A Arte da Oratória: os segredos do orador de sucesso. São Paulo: Brasília Jurídica, 2004.

DOUGLAS, William. Como falar bem em público: técnicas para enfrentar com sucesso situações de pressão, aulas, negociações, entrevistas e concursos. São Paulo: Ediouro, 2008.

PEASE, Alan. Desvendando os segredos da linguagem corporal; tradução Pedro Jorgensen Junior. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

Complementar

ALVES, Léo da Silva. A Arte da oratória: técnicas de oratória moderna e comunicação eficiente. Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

POLITO, Reinaldo. Como falar corretamente e sem inibições. São Paulo: Saraiva, 2006.

POLITO, Reinaldo. Seja um ótimo orador. 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

WATT, David C. Gestão de Eventos em Lazer e Turismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

WOLFRON, Dotzel. Como falar bem em público. São Paulo: Ediouro, 2008.

COMPONENTE CURRICULAR: RELAÇÕES INTERPESSOAIS		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Reconhecer a importância do autoconhecimento e da autoestima para o desenvolvimento de relações saudáveis no ambiente de trabalho. • Identificar e gerenciar as próprias emoções, desenvolvendo o autocontrole em situações de pressão profissional. • Aplicar técnicas de comunicação não violenta para aprimorar o diálogo e evitar ruídos na comunicação corporativa. • Estabelecer relações interpessoais com empatia, compreendendo diferentes pontos de vista e contextos sociais. • Trabalhar de forma colaborativa em equipes multidisciplinares, facilitando o alcance de objetivos comuns. • Aplicar estratégias de mediação e resolução de conflitos, transformando impasses em soluções cooperativas.	• Compreender a dinâmica das relações humanas intrapessoais e interpessoais, aplicando esses conceitos para o aprimoramento do convívio pessoal e profissional. • Desenvolver a inteligência emocional e o autoconhecimento, identificando e gerenciando as próprias emoções e reações em situações cotidianas de trabalho. • Utilizar técnicas de comunicação não violenta, escuta ativa e assertividade para estabelecer diálogos claros, empáticos e construtivos. • Mediar e gerenciar conflitos em equipes de trabalho, adotando posturas colaborativas, empáticas e focadas na resolução de problemas comuns. • Exercer liderança e influência positiva, estimulando a motivação individual e coletiva para o alcance de metas	• Relacionamento inter e intrapessoal: conceitos fundamentais e importância do relacionamento interpessoal no ambiente pessoal e profissional. • Características dos relacionamentos saudáveis e o papel da autoestima no desenvolvimento interpessoal. • Habilidades comportamentais e as soft skills como competências primordiais para os profissionais do século vinte e um. • Comunicação eficaz: escuta ativa, empatia, assertividade, clareza e as premissas da comunicação não violenta. • Barreiras e dificuldades no fluxo de comunicação organizacional. • Inteligência emocional: conceito, importância e estratégias para o gerenciamento das emoções no ambiente de

• Praticar os princípios de liderança situacional e influência ética nas relações cotidianas. • Identificar fatores individuais e organizacionais que promovem a motivação e o engajamento no trabalho.	organizacionais.	trabalho. • Trabalho em equipe, dinâmica de grupos e metodologias para o gerenciamento e mediação de conflitos. • Liderança e influência: teorias básicas, estilos de liderança e impacto no clima organizacional. • Motivação: conceitos fundamentais, teorias motivacionais e fatores de estímulo ao engajamento.
--	------------------	--

BIBLIOGRAFIA:

Básica

MINICUCCI, A. Relações humanas: Psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 1982.

PEZZI, C. R. Psicologia das Relações Humanas. Curitiba-PR: Rede E-TEC Brasil, 2011.

WEISINGER, Hendrie. Inteligência emocional no trabalho: como aplicar os conceitos revolucionários da I.E. nas suas relações profissionais, reduzindo o stress, aumentando sua satisfação, eficiência e competitividade. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

Complementar

CARNEGIE, Dale. Como fazer amigos e influenciar pessoas. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

DYER, William G. Dyer; DYER, Jeffrey H. Dyer. Equipes que fazem a diferença. São Paulo: Saraiva, 2012.

MARSHAL, R. Comunicação não violenta: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais. São Paulo: Summus, 2006.

MARTINELLI, Dante P. Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha ganha através do melhor estilo. São Paulo: Atlas, 2020.

COMPONENTE CURRICULAR: INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Criação e Gestão de Conteúdo Web: Capacidade de criar, planejar e gerenciar conteúdos voltados para mídias sociais e ambientes digitais, conectando marcas ao seu público (Rossi et al., 2022). • Estratégias de Atração e SEO: Domínio de práticas essenciais de atração orgânica como Inbound Marketing, Search Engine	• Gestão Estratégica de Marca e Comunicação Digital: Capacidade de guiar de forma integrada o posicionamento de branding de corporações ou pessoas, usando canais de comunicação para gerar valor e conexão contínua com stakeholders (Rossi et al., 2022; Yanaze et al., 2022). • Planejamento de Marketing	• Plataformas de Mídias e Redes Sociais: Tecnologias digitais interativas para atração de público, branding e manutenção de engajamento online (Rossi et al., 2022; Yanaze et al., 2022). • Plataformas de Mensageria e Chat Commerce: Soluções direcionadas a vendas diretas via chat, diálogo com o cliente e

Optimization (SEO), Copywriting e Marketing de Influência (Yanaze et al., 2022). • Conexão e Engajamento de Personas: Identificação do comportamento do público, definição de personas de clientes e ativação de estratégias de engajamento digital (Rossi et al., 2022). • Condução de Vendas Conversacionais: Execução prática de processos comerciais diretos utilizando canais de diálogo baseados no Método CHAT (Contexto, Humanização, Ativação e Tecnologia) (Vailati, 2025). • Estruturação de Funis de Vendas Online: Modelagem estratégica de fluxos de conversão na internet baseados na jornada de decisão do usuário (Volponi, 2023). • Adequação Normativa e Proteção de Dados: Elaboração prática de políticas de privacidade, termos de consentimento e tratativas operacionais conforme a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) (Teixeira & Guerreiro, 2022). • Monitoramento e Gestão de Métricas: Acompanhamento e interpretação de dados analíticos para ajuste rápido de campanhas de tráfego pago e orgânico (Yanaze et al., 2022).	e Inteligência Analítica: Habilidade integrativa de planejar campanhas digitais robustas, selecionando canais orgânicos e pagos com base em análise de desempenho e tomada de decisões baseada em dados (Yanaze et al., 2022). • Liderança em Vendas Conversacionais e Atendimento em Escala: Competência em reestruturar os canais de atendimento tradicionais para uma lógica conversacional de alto impacto, combinando humanização com recursos tecnológicos automáticos para manter receitas consistentes (Vailati, 2025). • Cyberpsicologia e Desenvolvimento de Negócios Digitais: Domínio na correlação entre comportamento psicológico do usuário e o ambiente virtual, visando estruturar funis persuasivos eficientes e otimizar conversões (Volponi, 2023). • Governança de Dados, Privacidade e Compliance Legal: Capacidade de estabelecer um programa de privacidade em empresas, gerindo conformidade legal em conformidade com a LGPD e prevenindo vazamentos de dados de forma proativa (Teixeira & Guerreiro, 2022).	ferramentas de automação de fluxo de mensagens (Vailati, 2025). • Sistemas de Anúncios Online (Ads): Canais de mídia paga voltados à conversão de públicos-alvo específicos e tráfego pago (Yanaze et al., 2022). • Ferramentas de SEO e Web Analytics: Sistemas e softwares dedicados a otimizações de motores de busca orgânica e análise de métricas (Yanaze et al., 2022). • Infraestruturas de E-commerce e Funis: Plataformas e ecossistemas construídos para viabilizar negócios na internet e controlar as jornadas de compra (Volponi, 2023). • Tecnologias de Segurança da Informação e Privacidade: Ferramentas focadas na proteção contra vazamentos de dados, controle de privacidade de usuários e segurança jurídica (Teixeira & Guerreiro, 2022). • A área de Customer Success (CS), ou sucesso do cliente (Weber, 2023)
---	--	---

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

ROSSI, Jéssica de Cássia et al. Gestão de conteúdos em canais sociais. Porto Alegre: SAGAH, 2022. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 9786556902142. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786556902142>.

VAILATI, Tiago. Chat commerce: escale seus resultados transformando conversas em vendas. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2025. Livro digital. (1 recurso online (59 p.)). ISBN 9788550828862. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788550828862>.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; ALMEIDA, Edgar; YANAZE, Leandro Key Higuchi (org.). Marketing digital: conceitos e práticas. São Paulo: Saraiva Uni, 2022. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 9788571441408. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571441408>

Complementar:

TEIXEIRA, Tarcísio; GUERREIRO, Ruth Maria. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD): comentada artigo por artigo. 4. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2022. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 9786555599015. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786555599015>.

VOLPONI, Rodrigo. Cyberpsicologia e marketing online: estratégias que geraram milhões em vendas pela internet. Rio de Janeiro: Alta Books, 2023. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 9788550818450. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788550818450>

WEBER, Donna. Onboarding orquestrado: a metodologia inovadora para fazer seus novos clientes mais bem-sucedidos, lucrativos e fiéis desde o início. São Paulo: Autêntica, 2023. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 9786559282722. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786559282722>.

Quadro 3 – Ementário do Módulo 3

MÓDULO 3		
COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA PORTUGUESA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar tese, argumentos e estratégias de persuasão. • Reconhecer diferentes pontos de vista em textos. • Analisar estratégias argumentativas utilizadas em textos publicitários e artigos de opinião. • Diferenciar fato, opinião e argumento. • Produzir resumos preservando as informações essenciais. • Ler e produzir crônicas e textos de circulação digital. • Utilizar adequadamente classes de palavras na produção textual. • Relacionar textos literários aos seus contextos históricos e culturais. • Identificar características das diferentes gerações do Romantismo. • Produzir textos argumentativos adequados ao gênero e ao interlocutor.	• Ler criticamente discursos presentes nos meios de comunicação. • Analisar estratégias utilizadas para influenciar opiniões e comportamentos. • Construir argumentos coerentes e fundamentados. • Expressar opiniões de maneira clara e responsável. • Reconhecer a literatura como produção histórica, social e cultural. • Utilizar diferentes gêneros textuais para participar de debates e situações sociais.	• Classes de palavras: ○ substantivos; ○ adjetivos; ○ pronomes; ○ verbos; ○ advérbios. • Usos e classificações das classes de palavras. • Narração: ○ crônica; ○ gêneros da internet. • Exposição: ○ resumo; ○ identificação de elementos essenciais de um texto. • Argumentação: ○ características; ○ tese; ○ ponto de vista; ○ tipos de argumentos. • Textos publicitários. • Artigo de opinião. • Contexto de circulação, estrutura e linguagem dos gêneros argumentativos. • Leitura, interpretação e produção de textos argumentativos.

		• Romantismo em Portugal e no Brasil. • Primeira, segunda e terceira gerações românticas. • Relações entre literatura, história e sociedade.
BIBLIOGRAFIA: Básica: BAGNO, Marcos. Gramática Pedagógica do Português Brasileiro. São Paulo: Parábola Editorial, 2012. COUTINHO, Afrânio. Introdução à literatura no Brasil. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988. Complementar: MARCUSCHI, Antônio. Da fala para a escrita: atividade de retextualização. São Paulo: Cortez, 2001. BOSI, Alfredo. História Concisa da Literatura Brasileira. São Paulo: Cultrix, 1989.		

COMPONENTE CURRICULAR: MATEMÁTICA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar relações entre grandezas. • Reconhecer situações que podem ser representadas por funções. • Interpretar tabelas e gráficos. • Representar relações matemáticas algébrica e graficamente. • Identificar características da função afim. • Interpretar situações modeladas por funções afins. • Identificar características da função quadrática. • Interpretar gráficos de funções quadráticas. • Resolver sistemas de equações lineares. • Relacionar diferentes representações de uma mesma situação matemática. • Utilizar modelos matemáticos para solucionar problemas.	• Utilizar linguagem algébrica e gráfica para representar situações da realidade. • Modelar situações-problema envolvendo relações entre grandezas. • Interpretar criticamente gráficos, tabelas e modelos matemáticos. • Desenvolver raciocínio algébrico e funcional. • Utilizar funções e sistemas como ferramentas para compreender situações sociais, econômicas e profissionais. • Comunicar procedimentos e resultados matemáticos de forma clara.	• Relações entre conjuntos. • Conceito de função. • Variáveis e grandezas. • Representação algébrica e gráfica. • Gráficos cartesianos. • Função afim. • Função quadrática. • Interpretação de gráficos. • Variação de grandezas. • Modelagem matemática. • Sistemas de equações lineares. • Resolução e interpretação de sistemas. • Aplicações das funções em situações do cotidiano. • Relações entre linguagem corrente, linguagem algébrica e representação gráfica.

• Utilizar calculadora e recursos digitais como instrumentos de investigação e verificação. • Analisar resultados e verificar sua coerência com a situação-problema.		
BIBLIOGRAFIA: Básica: DANTE, Luiz Roberto. Matemática: contexto e aplicações. Volume único. São Paulo: Ática, 2009. PAIVA, Manoel. Matemática: volume único. São Paulo: Moderna, 2005. Complementar: RUBINSTEIN, C.; WAGNER, E.; PITOMBEIRA, J. B.; ORTIGÃO, M. I.; MANDARINO, M. Telecurso 2000: Matemática 2º grau. Vols. 1, 2 e 3. São Paulo: Globo, 2000. YOUSSEF, Antonio Nicolau; SOARES, Elizabeth; FERNANDEZ, Vicente Paz. Matemática: volume único. São Paulo: Scipione, 2005.		

COMPONENTE CURRICULAR: BIOLOGIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar as estruturas celulares e os componentes bioquímicos vitais aos seres vivos. • Diferenciar os processos de divisão celular e de transmissão de características hereditárias. Interpretar dados genéticos simples, padrões de hereditariedade e sistemas de grupos sanguíneos. • Avaliar os avanços e os impactos éticos e sociais da biotecnologia, da clonagem e dos organismos geneticamente modificados.	• Compreender os níveis de organização biológica, a estrutura celular e o metabolismo celular como fundamentos da vida. • Analisar os mecanismos de transmissão hereditária e as aplicações da genética molecular e da biotecnologia na sociedade contemporânea. • Relacionar a organização histológica e a Fisiologia Humana à manutenção da saúde e do equilíbrio do organismo.	• Investigação científica e fundamentos da ciência da vida. • Origem da vida, hipóteses evolutivas iniciais e organização celular procarionte e eucarionte. • Composição química dos seres vivos: água, sais minerais, glicídios, lipídios, proteínas, vitaminas e ácidos nucleicos. • Fisiologia celular e metabolismo: membrana plasmática, organelas citoplasmáticas, anabolismo, catabolismo e transformações energéticas. • Núcleo celular, ácidos nucleicos, replicação, transcrição, tradução e divisão celular. • Histologia animal e humana: tipos de tecidos, sangue, linfa e sistema imunológico. • Genética e hereditariedade:

		leis de Mendel, tipos de dominância, sistemas ABO e Rh, herança quantitativa e alterações cromossômicas. • Aplicações da genética molecular: biotecnologia, diagnósticos, tratamento de doenças genéticas, clonagem e organismos geneticamente modificados.
BIBLIOGRAFIA: Básica: LINHARES, S.; GEWANDSZNAJDER, F. Biologia Hoje. 2. ed. São Paulo: Ática, 2014. CÉSAR; SEZAR. Biologia. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. LOPES, S.; ROSSO, S. BIO. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Complementar: FROTA-PESSOA, O. Biologia. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2008. LAURENCE, J. Biologia. 1. ed. São Paulo: Nova Geração, 2005. LOPES, S.; ROSSO, S. Bio. São Paulo: Saraiva, 2010. SILVA JÚNIOR, C.; SASSON, S. Biologia. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.		

COMPONENTE CURRICULAR: FÍSICA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Relacionar informações físicas apresentadas em gráficos, tabelas e equações matemáticas com os movimentos de corpos e sistemas no espaço. • Caracterizar causas e efeitos das forças que atuam nos movimentos retilíneos, circulares e nos estados de equilíbrio estático. • Avaliar possibilidades de uso, geração e eficiência de transformações de energia mecânica e térmica considerando aspectos econômicos e socioambientais. • Interpretar fenômenos térmicos do cotidiano, como dilatação, trocas de calor e mudanças de estado físico, associando-os aos processos industriais e climáticos.	• Compreender as leis fundamentais da mecânica e da termodinâmica para a interpretação de fenômenos físicos do cotidiano e de processos produtivos. • Analisar as transformações e a conservação de energia mecânica e térmica em ambientes naturais e tecnológicos. • Aplicar conceitos de estática, hidrostática e dinâmica na compreensão de procedimentos operacionais e logísticos.	• Fundamentos e grandezas físicas: ordem de grandeza, notação científica, Sistema Internacional de Unidades e grandezas escalares e vetoriais. • Cinemática e dinâmica: movimento retilíneo e circular, velocidade, aceleração, leis de Newton, diagrama de forças, atrito, peso e força normal. • Estática e hidrostática: momento de uma força, equilíbrio de corpos, pressão, densidade, empuxo e princípios de Stevin, Pascal e Arquimedes. • Trabalho e energia: trabalho de forças conservativas e dissipativas, energia cinética, energia potencial gravitacional e elástica, conservação da energia mecânica e potência.

		• Termologia: conceitos de temperatura e calor, escalas termométricas, dilatação térmica, calor específico, calor latente e mecanismos de propagação de calor. • Termodinâmica: comportamento de gases ideais, leis da termodinâmica, máquinas térmicas e noções do ciclo de Carnot.
--	--	---

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

ALVARENGA, B.; MÁXIMO, A. Curso de Física. volume 1. São Paulo: Scipione, 2005.

ALVARENGA, B.; MÁXIMO, A. Curso de Física. volume 2. São Paulo: Scipione, 2005.

CABRAL, F.; LAGO, A. Física. volume 1. São Paulo: Harbra, 2004.

Complementar:

BISCUOLA, G.; VILLAS BÔAS, N.; DOCA, R. H. Tópicos de Física: Termologia, Ondulatória e Óptica. volume 2. São Paulo: Saraiva, 2012.

GASPAR, A. Compreendendo a Física: Mecânica. volume 1. São Paulo: Ática, 2012.

RAMALHO, F.; FERRARO, N.; TOLEDO, P. Os Fundamentos da Física. volume 1. São Paulo: Moderna, 2009.

SAMPOGNA, R. Física para a Educação de Jovens e Adultos. São Paulo: Érica, 2018.

COMPONENTE CURRICULAR: QUÍMICA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Classificar substâncias puras, misturas e métodos de separação aplicados ao cotidiano e à indústria. • Associar a posição dos elementos na Tabela Periódica às suas propriedades físicas e químicas. • Representar transformações químicas por meio de equações balanceadas e realizar cálculos estequiométricos fundamentais. • Reconhecer as principais funções inorgânicas e seus impactos na saúde, no meio ambiente e na segurança do trabalho.	• Compreender as propriedades da matéria, as transformações químicas e as relações de massa nas reações cotidianas e industriais. • Analisar a estrutura atômica, a tabela periódica e as ligações químicas para prever o comportamento de substâncias e materiais. • Aplicar conceitos de funções inorgânicas e reações químicas na resolução de problemas ambientais, de saúde e dos processos produtivos.	• Introdução ao estudo da química: matéria, corpo, objeto, propriedades físicas e químicas, estados físicos e mudanças de estado. • Misturas e métodos de separação: substâncias puras, misturas homogêneas e heterogêneas, catação, filtração, destilação, decantação e centrifugação. • Estrutura atômica e evolução dos modelos atômicos: partículas fundamentais, número atômico, número de massa, isótopos, isóbaros e isótonos. • Tabela Periódica e periodicidade: organização dos elementos, famílias,

		períodos, raio atômico, eletronegatividade e energia de ionização. • Ligações químicas e interações intermoleculares: ligação iônica, covalente e metálica, polaridade das ligações e forças intermoleculares. • Funções inorgânicas: ácidos, bases, sais e óxidos, nomenclatura básica, propriedades e aplicações práticas. • Reações químicas e estequiometria: tipos de reações, balanceamento de equações, massa molar, quantidade de matéria e cálculos estequiométricos.
BIBLIOGRAFIA: Básica: FELTRE, R. Química. volume 1. São Paulo: Moderna, 2004. SANTOS, W. L. P.; MÓL, G. S. Química Cidadã. volume 1. São Paulo: Nova Geração, 2012. USBERCO, J.; SALVADOR, E. Química. volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009. Complementar: CANTO, E. L.; LEITE, L. L. C. Química na Abordagem do Cotidiano. volume 1. São Paulo: Moderna, 2010. PERUZZO, T. M.; CANTO, E. L. Química na Abordagem do Cotidiano. volume 1. São Paulo: Moderna, 2006. FONSECA, M. R. M. Química. volume 1. São Paulo: Ática, 2010. SARDINHA, M. A. Química para a Educação de Jovens e Adultos. São Paulo: Érica, 2018.		

COMPONENTE CURRICULAR: EDUCAÇÃO FÍSICA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Reconhecer os benefícios da atividade física orientada para a prevenção de doenças hipocinéticas e manutenção da saúde. • Praticar exercícios de alongamento, fortalecimento e relaxamento voltados para a prevenção de Lesões por Esforços Repetitivos e Distúrbios Osteomusculares	• Compreender a cultura corporal de movimento como expressão histórica, social e cultural humana, promovendo o autocuidado e a melhoria da qualidade de vida. • Analisar a relação entre a prática regular de atividades físicas, a saúde física e mental e a promoção do bem-estar no cotidiano do trabalhador.	• Introdução à cultura corporal de movimento: histórico, conceitos e dimensões da educação física na sociedade contemporânea. • Corpo, saúde e qualidade de vida: conceitos de aptidão física, saúde, sedentarismo e doenças hipocinéticas. • Ergonomia e saúde do trabalhador: anatomia

Relacionados ao Trabalho. • Avaliar criticamente os padrões estéticos de corpo impostos pela mídia e pela sociedade de consumo, valorizando a diversidade corporal. • Adotar hábitos saudáveis de vida, integrando a atividade física e o cuidado com a postura nas rotinas diárias e profissionais.	• Aplicar conceitos de ergonomia, ginástica laboral e postura corporal na prevenção de lesões e na melhoria das condições de trabalho.	básica, postura corporal, ergonomia no ambiente de trabalho e prevenção de lesões operacionais. • Ginástica laboral e corporativa: técnicas de alongamento, flexibilidade, relaxamento e exercícios de compensação postural no ambiente de trabalho. • Corpo, mídia e consumo: padrões estéticos, indústria do corpo e valorização da diversidade corporal e inclusão.
BIBLIOGRAFIA: Básica: DARIDO, S. C.; RANGEL, I. C. A. Educação Física na escola: implicações para a prática pedagógica. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005. KANITZ, R. Ergonomia e Ginástica Laboral: saúde e qualidade de vida no trabalho. São Paulo: Érica, 2014. NAHAS, M. V. Atividade física, saúde e qualidade de vida: conceitos e sugestões para um estilo de vida ativo. 7. ed. Florianópolis: Ed. do Autor, 2017. Complementar: BRACHT, V. Educação Física e aprendizagem social. 2. ed. Porto Alegre: Magister, 1997. GONÇALVES, A. Saúde coletiva e atividade física. São Paulo: Ícone, 2010. LIMA, V. Ginástica laboral: atividade física no ambiente de trabalho. 3. ed. São Paulo: Phorte, 2009. MATSUDO, V. K. R. Atividade física e saúde. São Paulo: Atheneu, 2012.		

COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA INGLESA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Aplicar estratégias de leitura instrumental como skimming, scanning e inferência contextual em textos técnicos e mercadológicos. • Utilizar dicionários técnicos, glossários especializados e ferramentas digitais de consulta para ampliação do repertório vocabular. • Identificar estruturas gramaticais e lexicais fundamentais aplicadas à compreensão de textos do	• Compreender a importância da língua inglesa no ambiente corporativo e no contexto do marketing global e digital. • Ler e interpretar textos técnicos, artigos, relatórios e materiais publicitários em língua inglesa aplicados à área de marketing e gestão. • Utilizar vocabulário técnico e expressões comerciais em língua inglesa para a comunicação e a atuação profissional no mercado.	• A importância da língua inglesa no desenvolvimento profissional e no mercado de marketing e negócios. • Estratégias de leitura instrumental: leitura rápida para identificação de tópicos gerais, busca de informações específicas, previsão, inferência e uso do contexto. • Instrumentos de consulta e pesquisa: uso de dicionários impressos e virtuais, glossários e

- eixo de Gestão e Negócios. - Interpretar termos técnicos em inglês utilizados no cotidiano do marketing digital, redes sociais, comércio eletrônico e publicidade. - Extraí informações essenciais de relatórios, manuais operacionais, plataformas virtuais e campanhas publicitárias em língua inglesa. - Elaborar glossários técnicos e vocabulários bilíngues aplicados aos projetos e atividades do curso.	Aplicar estratégias de leitura instrumental para a pesquisa, seleção e extração de informações em fontes bibliográficas e ferramentas digitais estrangeiras.	- tradutores digitais. - Estruturas gramaticais aplicadas à leitura técnica: tempos verbais, pronomes, adjetivos, conectores e modificadores de substantivos. - Vocabulário técnico e terminologia aplicada ao marketing: marketing digital, e-commerce, métricas, mídias sociais, branding e inteligência de mercado. - Leitura e interpretação de gêneros textuais profissionais: artigos técnicos, anúncios publicitários, pesquisas de mercado, comunicados e manuais de softwares. - Construção de dicionário de termos técnicos da área de marketing e gestão.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

CRUZ, D. T.; SILVA, A. V.; ROSAS, M. Inglês com textos para informática. São Paulo: DISAL, 2001.

DUCKWORTH, M. Essential business grammar & practice: elementary to pre-intermediate. São Paulo: Oxford do Brasil, 2006.

RAYMOND, M. English grammar in use: a self-study reference and practice book for intermediate learners of english. 2. ed. Cambridge: Cambridge University, 2019.

SOUZA, A. G. F.; ABSY, C. A.; COSTA, G. C.; MELLO, L. F. Leitura em língua inglesa: uma abordagem instrumental. 2. ed. São Paulo: Disal, 2010.

Complementar:

DUDLEY-EVANS, T.; St. JOHN, M. Developments in english for specific purposes: a multi-disciplinary approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

GUFFEY, M. E. Business english. 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

McCARTHY, Michael; O'DELL, Felicity. Basic Vocabulary in Use with CD-ROM and with answers. 2nd Edition. Cambridge: C.U.P., 2010.

MUNHOZ, R. Inglês Instrumental: estratégias de leitura. São Paulo: Textonovo, 2002.

WITTE, R. E. Business english: a practical approach. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

COMPONENTE CURRICULAR: PROJETO INTEGRADOR 3	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 60h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
Identificar as principais demandas e oportunidades do mercado regional de	Planejar as fases de um evento de pequeno porte, englobando a concepção	Conceito, classificação, tipologias e mercado de eventos na atualidade.

eventos corporativos, acadêmicos e sociais. • Elaborar listas de controle detalhadas para a contratação e coordenação de serviços como alimentação, sonorização, iluminação e segurança. • Criar layouts e mapas operacionais básicos de utilização de espaços, assegurando fluxos adequados de circulação de pessoas e acessibilidade. • Produzir roteiros operacionais de cerimonial simplificado para a condução formal das apresentações e mesas de abertura. • Aplicar ferramentas básicas de informática na consolidação dos dados de inscrição, credenciamento no dia do evento e tabulação de pesquisas pós-evento.	do projeto, a captação de recursos, as estratégias promocionais e a montagem física e logística. • Elaborar planilhas orçamentárias, cronogramas operacionais e listas de controle para assegurar a otimização de recursos. • Desenvolver planos de divulgação e marketing para eventos em plataformas digitais e meios físicos, aplicando técnicas básicas de atração e fidelização de público-alvo. • Organizar roteiros de recepção, credenciamento, cerimonial e hospitalidade, garantindo a excelência no atendimento aos palestrantes, parceiros e participantes do evento. • Desenvolver a capacidade de avaliar os eventos após a finalização.	• Etapas do planejamento e gerenciamento de eventos: fase de pré-evento, fase de transevento (execução) e fase de pós-evento (avaliação). • Ferramentas de gestão operacional de projetos: cronograma de atividades, planilha de custos, matriz de responsabilidades e escalas de equipes de trabalho. • Logística de infraestrutura de eventos: segurança corporativa, serviços de suporte, alimentação e bebida, recursos audiovisuais e normas de acessibilidade. • Captação de recursos, planos de patrocínio, parcerias e noções de captação de apoiadores institucionais. • Marketing e divulgação de eventos: assessoria básica, publicações promocionais físicas e ativação em mídias digitais e redes sociais. • Cerimonial e protocolo: ordem de precedência, mesa diretora, roteiro do mestre de cerimônias e hospitalidade. • Prestação de contas, indicadores de avaliação de desempenho e relatórios pós-evento de satisfação do cliente.
---	--	---

BIBLIOGRAFIA:

Básica

ZANELLA, Luiz Carlos. Como organizar eventos: manual prático. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CARVALHO, Marly Monteiro de; RABECHINI JR., Roque. Fundamentos em gestão de projetos: construindo competências para gerenciar projetos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MEIRELLES, Gilda Fleury. Tudo sobre eventos. São Paulo: Editora STS, 1999.

Complementar

GIACOMINI, G. Conceito e práticas de eventos. São Paulo: Senac, 2015.

ANDRADE, Ronaldo de. Organização de eventos. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. Iniciação à Administração. 4. ed. Barueri: Atlas, 2023.
 MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
 KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

COMPONENTE CURRICULAR: INTRODUÇÃO ÀS PRÁTICAS DE EVENTOS	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar formatos e tipologias de eventos alinhados a objetivos específicos de marketing e vendas. • Elaborar instrumentos de controle operacional (checklists, cronogramas de execução e planilhas orçamentárias simplificadas). • Desenhar e dimensionar leiautes (layouts) básicos para espaços promocionais, estandes e recepções, considerando circulação, acessibilidade e sinalização visual. • Executar rotinas de recepção, credenciamento e atendimento ao público com postura profissional, empatia e assertividade. • Identificar riscos operacionais e aplicar normas básicas de segurança e acessibilidade em ambientes de eventos. • Utilizar ferramentas digitais e ambientes virtuais para suporte ao planejamento, divulgação e monitoramento de eventos. • Avaliar o retorno de eventos a partir de indicadores operacionais e de satisfação do público.	• Compreender o papel estratégico dos eventos na promoção comercial, no fortalecimento de marcas e no relacionamento com públicos de interesse (stakeholders). • Articular os saberes formais e as vivências sociais/profissionais prévias do estudante adulto ao planejamento e à operação de eventos. • Planejar, estruturar e coordenar as fases operacionais de eventos promocionais e corporativos de pequeno e médio porte. • Aplicar normas básicas de etiqueta, cerimonial e relações interpessoais compatíveis com ambientes institucionais e de negócios. • Avaliar os impactos mercadológicos, sociais, de segurança e de sustentabilidade gerados pela realização de eventos.	• Mercado, tipologias e o uso de eventos no marketing promocional. • Planejamento operacional do pré-evento: objetivos, público-alvo, orçamento básico, cronogramas e checklists. Infraestrutura, leiaute (layout), acessibilidade universal, segurança e sustentabilidade. • Cerimonial, etiqueta corporativa, técnicas de recepção e credenciamento. • Simulação prática: montagem, coordenação de equipes e operação do transevento. • Desmontagem logística, pesquisa de satisfação e relatório pós-evento.
BIBLIOGRAFIA: Básica: MEIRELLES, Gilda Fleury. Tudo sobre eventos. São Paulo: Editora STS, 1999.		

JÚNIOR, Leonard H. Hoyle. Marketing de Eventos: como promover com sucesso eventos, festivais, convenções e exposições. São Paulo: Atlas, 2003.

NETO, Francisco Paulo de Melo. Marketing de Eventos. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.

Complementar:

BRITO, J.; FONTES, N. Estratégias para eventos, uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

GIACAGLIA, Maria Cecília. Gestão estratégica de eventos: teoria, prática, casos, atividades. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

LUKOWER, Ana. Cerimonial e Protocolo. São Paulo: Contexto, 2009.

Quadro 4 – Ementário do Módulo 4

MÓDULO 4		
COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA PORTUGUESA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar as relações sintáticas estabelecidas em diferentes textos. • Empregar adequadamente mecanismos de concordância e regência. • Utilizar preposições e conjunções na construção das relações de sentido. • Reconhecer e utilizar diferentes estruturas de período composto. • Empregar adequadamente crase e colocação pronominal em situações de uso. • Ler e interpretar textos técnicos e profissionais. • Produzir relatórios de visitas técnicas e de estágio. • Identificar tese, argumentos, evidências e estratégias de convencimento. • Organizar textos dissertativo-argumentativos. • Utilizar citações como recurso de fundamentação. • Relacionar obras literárias aos seus contextos históricos e culturais. • Reconhecer características	• Utilizar a língua portuguesa de maneira adequada em situações acadêmicas, profissionais e sociais. • Produzir textos técnicos, argumentativos e profissionais. • Analisar criticamente discursos e estratégias de persuasão. • Utilizar conhecimentos linguísticos para aprimorar a produção textual. • Compreender a literatura brasileira como expressão histórica, cultural e social. • Relacionar linguagem, cultura, trabalho e sociedade. • Desenvolver autonomia para planejar, produzir, revisar e apresentar textos em diferentes contextos.	• Sintaxe. • Relações entre palavras e termos da oração. • Termos essenciais e integrantes da oração. • Termos acessórios: ○ aposto; ○ vocativo; ○ adjunto adverbial; ○ adjunto adnominal. • Preposição e relações de sentido. • Conjunções e relações de sequência e articulação. • Locuções prepositivas e conjuntivas. • Período composto. • Coordenação e subordinação. • Concordância verbal e nominal. • Regência verbal e nominal. • Crase. • Colocação pronominal. • Narração e descrição. • Relatório de visita técnica. • Relatório de estágio. • Realismo no Brasil. • Naturalismo no Brasil. • Crítica literária. • Modernismo no Brasil: ○ vanguardas europeias;

do Realismo, Naturalismo e Modernismo. • Produzir textos argumentativos com clareza, coerência e adequação linguística.		○ gerações modernistas; ○ prosa pós-moderna; ○ tendências contemporâneas. • Texto dissertativo-argumentativo. • Introdução, desenvolvimento e conclusão. • Organização e distribuição de argumentos. • Citações. • Metáforas e recursos argumentativos. • Antecipação da conclusão.
BIBLIOGRAFIA: Básica: ABREU, Antônio Suárez. Curso de redação. São Paulo: Ática, 2004. BAGNO, Marcos. Gramática Pedagógica do Português Brasileiro. São Paulo: Parábola Editorial, 2012. Complementar: NEVES, Maria Helena de Moura. Texto e gramática. São Paulo: Contexto, 2006. PEIXOTO, Francisco Balthar. Redação na vida profissional: setores públicos e privados. São Paulo: Martins Fontes, 2001.		

COMPONENTE CURRICULAR: MATEMÁTICA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Calcular porcentagens em situações cotidianas. • Determinar acréscimos e descontos. • Interpretar taxas e variações percentuais. • Resolver situações envolvendo juros. • Identificar relações entre capital, taxa, tempo e montante. • Comparar diferentes formas de pagamento. • Analisar situações de parcelamento e financiamento. • Utilizar calculadora e recursos digitais para	• Aplicar conhecimentos matemáticos na análise de situações financeiras. • Desenvolver autonomia para interpretar informações relacionadas ao dinheiro e ao consumo. • Resolver problemas financeiros presentes na vida cotidiana e profissional. • Utilizar recursos tecnológicos para realizar e verificar cálculos. • Analisar criticamente informações financeiras. • Utilizar conhecimentos matemáticos como	• Matemática financeira. • Porcentagem. • Acréscimos e descontos. • Variação percentual. • Juros. • Juros simples. • Noções de juros compostos. • Capital, taxa, tempo e montante. • Relação entre juros e funções. • Situações de compra e venda. • Parcelamentos e financiamentos. • Comparação de alternativas financeiras.

- realizar cálculos. - Organizar e interpretar informações financeiras em tabelas e gráficos. - Avaliar resultados de cálculos financeiros. - Utilizar conhecimentos matemáticos para fundamentar decisões. - Reconhecer situações em que diferentes alternativas financeiras produzem resultados distintos.	instrumento de tomada de decisões.	- Planejamento financeiro. - Uso da calculadora. - Uso de planilhas e recursos digitais. - Interpretação de informações financeiras.
--	---	---

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

DANTE, Luiz Roberto. **Matemática: contexto e aplicações**. Volume único. São Paulo: Ática, 2009.

PAIVA, Manoel. **Matemática: volume único**. São Paulo: Moderna, 2005.

Complementar:

RUBINSTEIN, C.; WAGNER, E.; PITOMBEIRA, J. B.; ORTIGÃO, M. I.; MANDARINO, M.

Telecurso 2000: Matemática 2º grau. Vols. 1, 2 e 3. São Paulo: Globo, 2000.

YOUSSEF, Antonio Nicolau; SOARES, Elizabeth; FERNANDEZ, Vicente Paz. **Matemática: volume único**. São Paulo: Scipione, 2005.

COMPONENTE CURRICULAR: BIOLOGIA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Reconhecer a importância dos fluxos de matéria e energia nos ecossistemas e nos ciclos biogeoquímicos. - Identificar os problemas ambientais contemporâneos, como poluição, efeito estufa, aquecimento global e gestão inadequada de resíduos sólidos. - Propor práticas de conservação ambiental, saneamento e consumo sustentável articuladas ao contexto local e mercadológico. - Relacionar os conceitos de ecologia e sustentabilidade com os processos de logística e responsabilidade socioambiental corporativa.	- Analisar os ecossistemas e as relações ecológicas entre os seres vivos e o ambiente. - Avaliar criticamente os impactos ambientais causados pela ação humana e propor alternativas de desenvolvimento sustentável. - Compreender os mecanismos de evolução biológica e a classificação da biodiversidade nos reinos e domínios ecológicos.	- Biodiversidade e classificação biológica: reinos e domínios da vida. - Ecologia geral: estrutura dos ecossistemas, cadeias e teias alimentares, fluxo de energia e ciclos biogeoquímicos. - Relações ecológicas harmônicas e desarmônicas entre os seres vivos e o equilíbrio natural. - Evolução biológica e teorias adaptativas. - Impactos ambientais das atividades humanas: poluição do ar, água e solo, produção e destinação de resíduos sólidos e líquidos. - Fenômenos climáticos e ecológicos globais: efeito estufa, aquecimento global

		e perda de biodiversidade. • Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: gestão ambiental, alternativas ao desenvolvimento predatório e práticas ecológicas aplicadas às cadeias produtivas. • Saúde pública, saneamento básico, qualidade de vida e prevenção de zoonoses no ambiente urbano e de trabalho.
BIBLIOGRAFIA: Básica: LINHARES, S.; GEWANDSZNAJDER, F. Biologia Hoje. 2. ed. São Paulo: Ática, 2014. CÉSAR; SEZAR. Biologia. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. LOPES, S.; ROSSO, S. BIO. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Complementar: FROTA-PESSOA, O. Biologia. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2008. LAURENCE, J. Biologia. 1. ed. São Paulo: Nova Geração, 2005. LOPES, S.; ROSSO, S. Bio. São Paulo: Saraiva, 2010. SILVA JÚNIOR, C.; SASSON, S. Biologia. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.		

COMPONENTE CURRICULAR: FÍSICA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Reconhecer características de fenômenos ondulatórios e oscilatórios, associando-os aos meios de transmissão de dados e sinais. • Identificar as leis da reflexão e refração da luz na formação de imagens por espelhos, lentes e instrumentos ópticos. • Dimensionar grandezas elétricas como tensão, corrente, resistência e potência em circuitos residenciais e comerciais. • Interpretar o funcionamento de dispositivos eletromagnéticos e o uso de ondas eletromagnéticas na comunicação e na tecnologia digital.	• Compreender as propriedades dos fenômenos ondulatórios e ópticos, relacionando-os com o funcionamento de tecnologias de comunicação e sistemas visuais. • Analisar os princípios da eletricidade e do eletromagnetismo aplicados aos circuitos elétricos, equipamentos eletrônicos e consumo consciente de energia. • Dimensionar circuitos elétricos simples e interpretar manuais técnicos e especificações de aparelhos eletroeletrônicos cotidianos.	• Ondulatória e acústica: ondas mecânicas e eletromagnéticas, amplitude, período, frequência, comprimento de onda, velocidade de propagação e fenômenos ondulatórios. • Óptica geométrica: natureza e propagação da luz, reflexão, refração, espelhos planos e esféricos, lentes delgadas, instrumentos ópticos e noções de visão humana. • Eletrostática e eletrodinâmica: carga elétrica, lei de Coulomb, campo elétrico, potencial elétrico, corrente elétrica, tensão, resistência e lei de Ohm.

Avaliar os impactos ambientais e os custos econômicos da geração e do consumo de energia elétrica em escala local e regional.		- Circuitos elétricos e consumo: associação de resistores, circuitos de corrente contínua, efeito Joule, medidores elétricos, cálculo de potência e consumo de energia. - Eletromagnetismo: campo magnético, ímãs, campo magnético terrestre, força magnética, indução eletromagnética e espectro das ondas eletromagnéticas.
BIBLIOGRAFIA: Básica: ALVARENGA, B.; MÁXIMO, A. Curso de Física. volume 2. São Paulo: Scipione, 2005. ALVARENGA, B.; MÁXIMO, A. Curso de Física. volume 3. São Paulo: Scipione, 2005. RAMALHO, F.; FERRARO, N.; TOLEDO, P. Os Fundamentos da Física. volume 3. São Paulo: Moderna, 2009. Complementar: BISCUOLA, G.; VILLAS BÔAS, N.; DOCA, R. H. Tópicos de Física: Eletrologia. volume 3. São Paulo: Saraiva, 2012. CABRAL, F.; LAGO, A. Física: Eletromagnetismo e Física Moderna. volume 3. São Paulo: Harbra, 2004. GASPAR, A. Compreendendo a Física: Eletromagnetismo e Física Moderna. volume 3. São Paulo: Ática, 2012. TORRES, C. M. A.; FERRARO, N. G. Física das Tecnologias. São Paulo: Moderna, 2015.		

COMPONENTE CURRICULAR: QUÍMICA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 20h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
- Interpretar variações de entalpia e trocas de calor em reações térmicas e combustões do cotidiano. - Identificar fatores que alteram a velocidade de uma reação química e o deslocamento do equilíbrio químico. - Reconhecer as principais funções orgânicas em medicamentos, alimentos, cosméticos e materiais sintéticos. - Propor alternativas de mitigação da poluição química, reciclagem de	- Compreender as transformações energéticas nas reações químicas, a velocidade das reações e o equilíbrio químico em processos naturais e industriais. - Analisar os compostos orgânicos, suas estruturas, funções e reações, relacionando-os a produtos de consumo, polímeros e recursos energéticos. - Avaliar os impactos ambientais e socioeconômicos dos processos químicos	- Soluções e concentração: tipos de soluções, solubilidade, concentração comum, molaridade e diluição de soluções. - Termoquímica: reações endotérmicas e exotérmicas, variação de entalpia, equação termoquímica e calor de combustão. - Cinética química e equilíbrio químico: velocidade das reações, fatores de influência, reversibilidade, constante de equilíbrio e princípio de Le Chatelier.

plásticos, tratamento de efluentes e desenvolvimento sustentável.	industriais, descarte de resíduos e poluição química.	• Eletroquímica: reações de oxirredução, pilhas, baterias, eletrólise e corrosão de materiais metálicos. • Introdução à Química Orgânica: o átomo de carbono, hibridização, cadeias carbônicas e classificação de compostos. • Funções orgânicas: hidrocarbonetos, álcoois, fenóis, aldeídos, cetonas, ácidos carboxílicos, ésteres, éteres, aminas e amidas. • Polímeros, biomoléculas e recursos energéticos: plásticos, borracha, carboidratos, lipídios, proteínas, petróleo, biocombustíveis e impactos ambientais. • Química ambiental e sustentabilidade: poluição atmosférica, chuva ácida, contaminação de águas e solos, tratamento de resíduos e química verde.
BIBLIOGRAFIA: Básica: FELTRE, R. Química. volume 2. São Paulo: Moderna, 2004. FELTRE, R. Química. volume 3. São Paulo: Moderna, 2004. SANTOS, W. L. P.; MÓL, G. S. Química Cidadã. volume 2. São Paulo: Nova Geração, 2012. Complementar: CANTO, E. L.; LEITE, L. L. C. Química na Abordagem do Cotidiano. volume 2. São Paulo: Moderna, 2010. PERUZZO, T. M.; CANTO, E. L. Química na Abordagem do Cotidiano. volume 3. São Paulo: Moderna, 2006. USBERCO, J.; SALVADOR, E. Química. volume 3. São Paulo: Saraiva, 2009. SARDINHA, M. A. Química Geral e Orgânica Aplicada. São Paulo: Érica, 2019.		

COMPONENTE CURRICULAR: EDUCAÇÃO FÍSICA		CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Vivenciar diferentes modalidades esportivas, jogos cooperativos e práticas corporais alternativas com foco na cooperação e no respeito	• Compreender as diferentes manifestações das práticas corporais, esportivas e de lazer como direitos sociais e instrumentos de inclusão e cidadania.	• Jogos cooperativos e recreativos: conceitos, dinâmicas de cooperação, trabalho em equipe e resolução de conflitos por meio do jogo.

• mútuo. • Identificar as características culturais e históricas das lutas, danças e manifestações expressivas populares. • Planejar momentos de lazer e descanso ativo no cotidiano pessoal e comunitário como estratégia de equilíbrio emocional e social. • Promover a inclusão de pessoas com deficiência ou restrições de mobilidade em práticas corporais e esportivas adaptadas.	• Analisar o papel dos jogos, das lutas e das danças na formação cultural, no desenvolvimento interpessoal e no respeito às diferenças. • Desenvolver estratégias autônomas para a vivência contínua de práticas corporais de lazer e integração comunitária.	• Esporte e sociedade: história dos esportes, esporte de rendimento versus esporte de lazer, regras básicas e inclusão social. • Práticas corporais expressivas e ritmos: danças populares, expressão corporal e diversidade cultural brasileira. • Lutas e artes marciais: conceitos, histórico, aspectos éticos, respeito ao oponente e autocontrole. • Lazer, trabalho e tempo livre: a importância do lazer ativo, políticas públicas de esporte e ocupação dos espaços urbanos e comunitários. • Práticas corporais adaptadas: inclusão, acessibilidade e diversidade funcional na educação física.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

BROTTO, F. O. Jogos cooperativos: se o importante é competir, o fundamental é cooperar. Santos: Projecto Cooperação, 2001.

DARIDO, S. C. Para ensinar Educação Física: possibilidades de intervenção na escola. Campinas: Papirus, 2012.

TUBINO, M. J. G. O que é esporte. São Paulo: Brasiliense, 2006.

Complementar:

BETTI, M. Educação Física e mídia: novos olhares, outras práticas. São Paulo: Hucitec, 2004.

DIEHL, R. M. Jogando a favor de todos: educação física adaptada e inclusão. Porto Alegre: Mediação, 2006.

MARCELLINO, N. C. Lazer e sociedade: múltiplos olhares. Campinas: Alínea, 2008.

SURDI, A. C. Práticas corporais e saúde na Educação de Jovens e Adultos. Curitiba: CRV, 2019.

COMPONENTE CURRICULAR: LÍNGUA ESPANHOLA	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 20h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS

• Aplicar estratégias de leitura instrumental como skimming, scanning e inferência contextual em textos mercadológicos em espanhol. • Utilizar dicionários técnicos, glossários e ferramentas virtuais para a compreensão e extração de dados em espanhol. • Identificar estruturas gramaticais e lexicais fundamentais da língua espanhola aplicadas ao contexto corporativo e de negócios. • Interpretar termos técnicos em espanhol utilizados no comércio, na publicidade, no atendimento ao cliente e no marketing digital. • Extrair informações essenciais de relatórios profissionais, catálogos de produtos, plataformas virtuais e anúncios publicitários em espanhol. • Elaborar glossários técnicos e vocabulários bilíngues aplicados às rotinas de atendimento, comunicação e negociação em espanhol.	• Compreender a importância da língua espanhola no contexto do comércio internacional, da integração latino-americana e do marketing corporativo. • Ler e interpretar textos técnicos, artigos, relatórios e materiais publicitários em língua espanhola aplicados à área de gestão e negócios. • Utilizar vocabulário técnico e expressões comerciais em língua espanhola para a atuação profissional e comunicação no mercado de trabalho. • Aplicar estratégias de leitura instrumental para a pesquisa, seleção e extração de informações em fontes bibliográficas e virtuais hispano-americanas.	• O papel da língua espanhola na integração regional latino-americana, no comércio internacional e no marketing. • Estratégias de leitura instrumental em espanhol: identificação da ideia central, busca de dados específicos, inferência e contexto. • Falsos amigos (heterossemânticos), heterotônicos e heterogênicos aplicados à leitura e interpretação de textos comerciais. • Estruturas gramaticais básicas para a leitura técnica: tempos verbais, conectores discursivos, pronomes e marcadores temporais. • Vocabulário técnico e empresarial em espanhol: comércio exterior, relações comerciais, atendimento ao cliente, marketing e ambiente digital. • Leitura e análise de gêneros textuais profissionais: artigos de opinião, campanhas publicitárias, e-mails corporativos, relatórios e pesquisas de mercado. • Construção de dicionário de termos técnicos da área de gestão e marketing em língua espanhola.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA:

Básica:

FANJUL, A. P. Gramática de español para hispanohablantes. São Paulo: Santillana, 2014.

MILANI, E. M. Gramática de espanhol para brasileiros. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SEDYCIAS, J. O ensino do espanhol no Brasil: passado, presente e futuro. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

Complementar:

ALONSO, R. et al. Gramática básica del medio ambiente y del comercio. Madrid: Difusión, 2011.

AQUINO, R. Espanhol instrumental para gestão e negócios. São Paulo: Érica, 2015.

GÓMEZ TOWER, J. R. Gramática práctica del español de los negocios. Madrid: SGEL, 2009.

HERMOSO, A. G. Español para el comercio internacional. Madrid: Edelsa, 2010.

MARTÍN, J. N. Diccionario de términos de marketing y publicidad español-portugués. Madrid: Paraninfo, 2008.

COMPONENTE CURRICULAR: PROJETO INTEGRADOR 4	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 60h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Mapear o perfil de comportamento e as necessidades de compra do consumidor digital moderno. • Criar perfis institucionais ou corporativos em mídias sociais e programar cronogramas editoriais focados em vendas e fortalecimento de marcas. • Estruturar propostas comerciais baseadas em modelos de negócios de impacto social e desenvolvimento local. • Monitorar métricas básicas de alcance, visualização e interação nas principais mídias digitais de consumo. • Formular estratégias de comunicação de marca para posicionar microempresas da região de forma competitiva no meio digital. • Desenvolver planos mercadológicos práticos para o lançamento ou modernização de um serviço ou produto.	• Modelar negócios inovadores de pequeno porte, identificando oportunidades comerciais na comunidade, definindo propostas de valor realistas e estruturando canais viáveis de comercialização. • Gerenciar canais de redes sociais e plataformas virtuais para fins comerciais, alinhando a comunicação digital aos objetivos estratégicos do empreendimento. • Elaborar planos simplificados de marketing digital, aplicando técnicas de atração de clientes, planejamento de conteúdo focado em mídias digitais e análise de engajamento do público-alvo. • Avaliar a viabilidade mercadológica de pequenos negócios e propor soluções criativas para o aperfeiçoamento de processos e serviços comerciais. • Aplicar conhecimentos sobre marcas, canais de vendas virtuais e comportamento do consumidor digital para otimizar os resultados de marketing de empreendimentos reais ou simulados.	• Empreendedorismo e plano de negócios: do conceito à viabilidade prática de mercado. • Modelagem de novos negócios: metodologia de quadro de modelo de negócios e canvas de proposta de valor. • Marketing digital: fundamentos, funil de vendas, atração de clientes e táticas de conversão online. • Gestão de mídias sociais: plataformas, formatos de mídia, algoritmos, cronograma de postagens e ferramentas de agendamento. • Produção de conteúdo digital: redação publicitária, técnicas de escrita persuasiva e identidade visual básica para redes sociais. • Métricas digitais: monitoramento e análise simples de tráfego, alcance, engajamento e retorno de investimento digital. • Comércio eletrônico: noções de plataformas de vendas virtuais, e-commerce e logística de entrega de mercadorias no ambiente virtual. • Execução e apresentação do projeto de conclusão: documentação final da prática empreendedora e divulgação dos resultados.

BIBLIOGRAFIA:**Básica**

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 8. ed. São Paulo: Empreende, 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

Complementar

CHIAVENATO, Idalberto. Iniciação ao Empreendedorismo. Barueri: Manole, 2012.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2019.

TEIXEIRA, J. Como criar modelos de negócios digitais sustentáveis. São Paulo: Alta Books, 2018.

VALLE, Nino. Guia prático de marketing de conteúdo nas mídias sociais. São Paulo: Novatec, 2020.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

COMPONENTE CURRICULAR: EMPREENDEDORISMO	CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 40h	CARGA HORÁRIA NÃO PRESENCIAL: 40h
HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	BASES TECNOLÓGICAS
• Identificar características, atitudes e competências do perfil empreendedor e de liderança aplicadas a diferentes contextos organizacionais e comunitários. • Mapear oportunidades de negócios e demandas sociais na comunidade local e regional. • Estruturar quadros de modelo de negócios e telas de proposta de valor para validar produtos e serviços no mercado. • Elaborar planos de negócios simplificados contemplando análise mercadológica, operacional e de viabilidade financeira. • Analisar os aspectos jurídicos, tributários e regulatórios fundamentais para a formalização de empreendimentos e opções de enquadramento legal.	• Compreender os conceitos de empreendedorismo, inovação e modelos de negócios no contexto contemporâneo do mercado de trabalho e do desenvolvimento regional. • Elaborar e avaliar planos de negócios e modelos organizacionais viáveis, considerando aspectos mercadológicos, financeiros, jurídicos e socioambientais. • Modelar propostas de valor e soluções inovadoras para micro e pequenos empreendimentos, negócios sociais e startups digitais. • Aplicar estratégias empreendedoras para a identificação de oportunidades de mercado, gestão da inovação e fortalecimento do desenvolvimento local sustentável.	• Fundamentos de empreendedorismo e o perfil do empreendedor no mundo do trabalho contemporâneo. • Oportunidades de negócios, criatividade, geração de ideias e identificação de demandas de mercado. • Modelagem de negócios e métodos ágeis: quadros de modelo de negócios, validação de propostas de valor e prototipagem de produtos ou serviços. • Aspectos jurídicos, trabalhistas e tributários na constituição e formalização de micro e pequenas empresas e microempreendedores individuais. • Elaboração do plano de negócios: pesquisa de mercado, planejamento operacional, análise de custos, precificação e

• Utilizar ferramentas e plataformas virtuais para o desenvolvimento de negócios digitais, vendas em redes sociais e estratégias de inovação. • Formular propostas de empreendedorismo social e negócios socioambientais voltados ao impacto positivo no território e na economia criativa.		estudo de viabilidade financeira. • Inovação e tecnologia: conceitos de inovação, ecossistemas de startups, empreendedorismo digital e negócios em redes sociais. • Empreendedorismo social, economia criativa, negócios socioambientais e responsabilidade social corporativa.
BIBLIOGRAFIA: Básica: DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson, 2008. DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006. DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 8. ed. São Paulo: Empreende, 2021. OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. Complementar: DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 2000. HASHIMOTO, Marcos. Lições de empreendedorismo. 1. ed. São Paulo: Manole, 2008. HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Empreendedorismo. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. LENZI, Fernando César. Ação empreendedora. São Paulo: Editora Gente, 2010. MATOS, Felipe. 10 mil startups: guia prático para começar e crescer um novo negócio baseado em tecnologia no Brasil. São Paulo: Mariposa, 2017. TIGRE, Paulo Bastos. Gestão da inovação: uma abordagem estratégica, organizacional e de gestão do conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.		

6.6 Matriz Curricular

O Curso Técnico de Marketing, na modalidade EJA-EPT, é um curso profissionalizante de nível médio com organização curricular própria, organizado em quatro semestres de aprendizagem, articulados e estruturados de acordo com os Referenciais Curriculares do MEC/SETEC e Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos.

A Matriz Curricular do curso é estruturada em dois grupos de componentes: Formação Geral Básica (FGB) e Formação Técnica Profissional (FTP).

O Curso é desenvolvido em semestres letivos. Portanto, seu regime de matrícula é semestral, por módulo. O Grupo de Formação Geral Básica (FGB) está distribuído em todos os semestres letivos, fundamentando um Curso Técnico de nível Médio na Modalidade EJA, pois as componentes curriculares do Ensino Médio Regular estão em todos os semestres letivos, integrando com as componentes da Formação Técnica Profissional (FTP), que é o conhecimento da área do Marketing.

A tabela 1 detalha estes componentes e o percentual da carga horária presencial (70%) e não presencial (30%).

Tabela 1 - Resumo da carga horária por grupos de componentes curriculares.

INFORMAÇÕES GERAIS	PRESENCIAL	NÃO-PRESENCIAL	TOTAL GERAL
CARGA HORÁRIA TOTAL	1400	600	2000
COMPONENTES CURRICULARES DE FORMAÇÃO GERAL BÁSICA (FGB)	840	360	1200
COMPONENTES CURRICULARES DA FORMAÇÃO TÉCNICA PROFISSIONAL (FTP)	560	240	800
PERCENTUAL NA CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	70%	30%	100%

A tabela 2 descreve a distribuição de componentes curriculares a cada semestre do curso e detalha a carga horária presencial e não presencial em hora-relógio (H/R), que corresponde à hora-aula de 60 minutos praticada nos Planos de Curso do *Campus* Brasília.

Tabela 2 - Matriz Curricular do curso EJAI-EPT em Marketing.

MÓDULO 1				
ÁREA/COMPONENTE CURRICULAR		PRESENCIAL	NÃO PRESENCIAL	TOTAL GERAL
FGB 280 horas	LÍNGUA PORTUGUESA	60	-	60
	MATEMÁTICA	40	-	40
	HISTÓRIA	20	20	40
	GEOGRAFIA	20	20	40
	SOCIOLOGIA	20	20	40
	FILOSOFIA	20	20	40
	ARTES	20	-	20
FTP 220 horas	PROJETO INTEGRADOR 1	80	-	80
	INTRODUÇÃO À INFORMÁTICA	60	-	60
	ADMINISTRAÇÃO	60	20	80
TOTAL GERAL		400	100	500
MÓDULO 2				
ÁREA/COMPONENTE CURRICULAR		PRESENCIAL	NÃO PRESENCIAL	TOTAL GERAL
	LÍNGUA PORTUGUESA	60	-	60

FGB 280 horas	MATEMÁTICA	40	-	40
	HISTÓRIA	20	20	40
	GEOGRAFIA	20	20	40
	SOCIOLOGIA	20	20	40
	FILOSOFIA	20	20	40
	ARTES	20	-	20
FTP 220 horas	PROJETO INTEGRADOR 2	80	-	80
	INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING	40	20	60
	ORATÓRIA	40	-	40
	RELAÇÕES INTERPESSOAIS	40	-	40
TOTAL GERAL		400	100	500
MÓDULO 3				
ÁREA/COMPONENTE CURRICULAR		PRESENCIAL	NÃO PRESENCIAL	TOTAL GERAL
FGB 320 horas	LÍNGUA PORTUGUESA	40	20	60
	MATEMÁTICA	40	-	40
	BIOLOGIA	20	20	40
	QUÍMICA	20	20	40
	FÍSICA	20	20	40
	EDUCAÇÃO FÍSICA	40	-	40
	LÍNGUA INGLESA	40	20	60
FTP 180 horas	PROJETO INTEGRADOR 3	40	60	100
	INTRODUÇÃO ÀS PRÁTICAS DE EVENTOS	40	40	80
TOTAL GERAL		300	200	500
MÓDULO 4				
ÁREA/COMPONENTE CURRICULAR		PRESENCIAL	NÃO PRESENCIAL	TOTAL GERAL
FGB 320 horas	LÍNGUA PORTUGUESA	40	20	60
	MATEMÁTICA	40	-	40
	BIOLOGIA	20	20	40
	QUÍMICA	20	20	40
	FÍSICA	20	20	40
	EDUCAÇÃO FÍSICA	40	-	40
	LÍNGUA ESPANHOLA	40	20	60
	PROJETO INTEGRADOR 4	40	60	100

FTP 180 horas	EMPREENDEDORISMO	40	40	80
TOTAL GERAL		300	200	500

6.7 Orientações metodológicas

As orientações metodológicas do Curso Técnico em Marketing integrado ao Ensino Médio na modalidade EJA-EPT baseiam-se em uma concepção de educação emancipatória, integradora e focada no desenvolvimento da autonomia intelectual e profissional do estudante trabalhador. O desenho metodológico do curso responde à necessidade de articular a Formação Geral com a Formação Profissional de maneira orgânica, superando a fragmentação curricular e respeitando os saberes acumulados pelos alunos em suas trajetórias de vida e trabalho.

6.7.1 Princípios Andragógicos e Letramento Transversal

O processo de ensino-aprendizagem é orientado pelos princípios da andragogia, compreendendo o estudante adulto como sujeito ativo, autodirigido e motivado por necessidades práticas de aplicação do conhecimento no seu cotidiano e na sua inserção produtiva. Diante do perfil do público-alvo do EJA-EPT, que frequentemente apresenta hiato escolar e demandas urgentes de inclusão social, a metodologia adota o letramento (geral e digital) como eixo transversal em todas as unidades curriculares:

- **Letramento Geral:** Promoção contínua da leitura crítica, da escrita expressiva e da comunicação oral fundamentada. As atividades de sala de aula e de campo incentivam a interpretação de dados, a elaboração de argumentos estruturados e a redação técnica simplificada, reduzindo barreiras de comunicação.
- **Letramento Digital Prático:** Inserção gradual e acolhedora da tecnologia de informação como ferramenta de estudo e de trabalho. As aulas laboratoriais e os projetos são desenhados para que o estudante domine desde as operações básicas do computador (digitação, manipulação de arquivos) até a utilização de softwares corporativos, planilhas eletrônicas e navegadores de internet.

6.7.2 Projetos Integradores como Eixo de Articulação Teórico-Prática

Os Projetos Integradores (PI) constituem a espinha dorsal de cada um dos quatro módulos do curso. Com carga horária de 80 horas nos Módulos 1 e 2, e de 100 horas nos Módulos 3 e 4, os PIs substituem a metodologia de ensino meramente expositiva por um modelo focado na Resolução de Problemas, no Trabalho Cooperativo e na Aprendizagem Baseada em Projetos:

- **Centralidade do Estudante:** Os grupos de trabalho identificam, diagnosticam e propõem soluções para desafios mercadológicos reais de pequenos comércios e prestadores de serviços de suas respectivas comunidades.
- **Foco no Desenvolvimento de Habilidades:** Cada Projeto Integrador está diretamente associado ao perfil de qualificação intermediária do respectivo módulo, passando por letramento administrativo digital, por atendimento ao cliente, por organização de eventos e pela gestão estratégica de mídias e planos de negócios.
- **Espaço de Síntese:** Os PIs atuam como laboratórios vivos de convergência curricular, unindo os conhecimentos científicos da Formação Geral (como Matemática Aplicada,

Sociologia e Produção de Texto) com as técnicas específicas da Formação Profissional (Administração, Relações Interpessoais, Eventos e Empreendedorismo).

- **Práticas de Laboratório e Vivência Profissional:** Os PIs deverão incentivar a participação dos estudantes em ambientes especializados e programas integrados, possibilitando a transição imediata da teoria de sala de aula para a experimentação de mercado. Pode-se simular operações reais de ponto de venda, faturamento, técnicas de atendimento, exposição física de produtos (merchandising), contorno de objeções de consumo e dinâmicas de fidelização. O uso de simulações desmistifica o ambiente corporativo e permite a aplicação prática imediata dos conhecimentos. Além disso, pode-se realizar Estudos de Comportamento do Consumidor em Laboratórios voltado para a pesquisa de hábitos, preferências e tomada de decisão de compra. Os estudantes poderão mapear necessidades do público local, coletar dados empíricos e fundamentar o planejamento de campanhas de comunicação. Sob a mentoria do corpo docente, os alunos poderão desenvolver planos de mídias sociais, designs conceituais, folhetos de divulgação e estratégias de tráfego digital para marcas reais da economia local, principalmente no Módulo 4.

6.7.3 Integração de Plataformas Online

O curso aproveita o limite de 30% da carga horária em regime de Educação a Distância (EaD) para diversificar as estratégias de ensino-aprendizagem, desenvolvendo a disciplina de estudo autônomo, a familiaridade com ambientes virtuais e a flexibilidade de horários essenciais para o estudante trabalhador. A oferta EaD, estrategicamente concentrada aos sábados, integra as seguintes plataformas de formação online:

- **Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) Institucional:** Utilização da plataforma oficial do IFB para a disponibilização de materiais complementares, realização de fóruns de discussão, entrega de atividades avaliativas digitais e acompanhamento personalizado de tutores e docentes.
- **Escola Virtual de Governo (EVG/ENAP):** Utilização de módulos de capacitação pública e corporativa da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) e de outras plataformas parceiras de reconhecida qualidade. Esses repositórios subsidiam as bases tecnológicas de disciplinas do eixo de Gestão e Negócios, oferecendo certificações adicionais em atendimento ao cidadão, ética profissional, gestão financeira pessoal e introdução ao marketing digital.
- **Plataforma IFB Digital:** Escola virtual de empreendedorismo do Instituto Federal de Brasília, que disponibiliza cursos livres e autoinstrucionais de curta duração (20 horas). O currículo do curso incorpora essas trilhas virtuais de marketing, finanças e gestão de forma integrada aos Projetos Integradores, permitindo que os estudantes realizem o estudo independente e aproveitem os certificados autovalidados para a consolidação de sua bagagem teórica e profissional.

6.7.4 Estágio Supervisionado e Práticas Extensionistas no Distrito Federal

Como forma de complementar a formação acadêmica e assegurar a inserção produtiva real no Distrito Federal, o projeto pedagógico prevê mecanismos de estágio e extensão integrados:

- **Reconhecimento da Prática Profissional Própria:** Mecanismo de aproveitamento de atividades profissionais já desempenhadas pelo estudante trabalhador no seu dia a dia

(mediante comprovação de atuação em marketing, vendas ou correlatos) como parte de suas vivências e validação de competências práticas do curso.

- **Parcerias com Espaços Coletivos e Órgãos Públicos:** Estágios não obrigatórios ou vivências extensionistas em incubadoras de empresas do DF, secretarias de desenvolvimento econômico, cooperativas populares, feiras comunitárias permanentes e associações comerciais do Distrito Federal.
- **Estágio em Escolas de Negócios:** Oportunidades de estágio de vivência profissional supervisionada no próprio ecossistema de escolas de negócio, onde os estudantes poderão dar suporte a consultorias, palestras itinerantes e mentorias de marketing para pequenos empreendimentos e artesãos em regiões administrativas no DF, aliando formação técnica com compromisso social.

6.7.5 Apoio ao discente

Com a finalidade de motivar, envolver e ajudar o estudante para que este continue na escola, supere suas dificuldades e possa, especialmente, promover e acompanhar o processo de formação, uma equipe pedagógica multidisciplinar constituída pela Coordenação de Apoio Pedagógico aos Cursos Técnicos Integrados ao Ensino Médio (CDMI) e Coordenação-Geral de Assuntos Estudantis (CGAE) do Campus Brasília visa auxiliar o corpo discente, atuando também junto à coordenação de curso e corpo docente.

O atendimento ao estudante será amplo e conforme a política de apoio discente existente no IFB e a Resolução nº 01/2017 CS-IFB. A atuação da equipe multidisciplinar para apoio discente objetiva garantir o desenvolvimento, a permanência e êxito de todos os estudantes durante todo o percurso no processo de aprendizagem. As ações voltadas ao atendimento discente visam a gestão, o acompanhamento e a contenção da evasão escolar, com o fim máximo do sucesso acadêmico de cada educando.

Nesse sentido, toda equipe multidisciplinar, que envolve também o sistema avaliativo, pode configurar instrumentos diagnósticos para a ação e mediação didáticas dos docentes em atividades na sala de aula, nas sequências didáticas, nos projetos integradores, seminários de orientações e nas práticas profissionais. Esse acompanhamento individual e coletivo dos estudantes pela equipe formadora pode ser uma estratégia eficiente para a diminuição da evasão escolar, perseguindo metas progressivas de inclusão. Mantê-los é, portanto, mais um passo. Não é o último. Permanecer matriculado sem aprendizagem significativa pode turbinar os números, sem o alcance do real objetivo de uma instituição escolar: promover ensino-aprendizagem.

6.7.6 Acolhimento de discentes com deficiência

A Lei nº 13.146/2015, conhecida como Lei Brasileira de Inclusão (LBI) da Pessoa com Deficiência (BRASIL, 2015), define a adoção de medidas individualizadas e coletivas em ambientes que maximizem o desenvolvimento acadêmico e social dos estudantes com deficiência, favorecendo o acesso, a permanência, a participação e a aprendizagem em instituições de ensino.

No âmbito do IFB, destaca-se a Resolução nº 24/2013 CS-IFB, que apresenta o NAPNE - Núcleo de Atendimento a Pessoas com Necessidades Específicas, que atua no acolhimento de estudantes com deficiência e como setor consultivo para orientação dos servidores e elaboração de eventos e materiais que auxiliem às práticas educativas inclusivas,

conforme Resolução nº 24/2013, além de dar o apoio multidisciplinar em atividades culturais, palestras, reuniões e promover a convivência social, essenciais para o desenvolvimento de todas as pessoas.

Deve-se garantir, conforme cada curso, e com base no acompanhamento do desenvolvimento discente, para atender as adaptações para quais os objetivos específicos são essenciais e com acesso de aprendizado em igualdade e promover o crescimento e deverão ser focados em sua formação a fim de que o estudante tenha os conhecimentos necessários para o exercício profissional. Os componentes curriculares também devem ser analisados à luz das habilidades e dificuldades específicas de cada estudante.

É importante que todos os docentes, envolvidos direta ou indiretamente com os discentes com deficiência, por meio da Coordenação de Inclusão - CINC, o Núcleo de Atendimento a Pessoas com Necessidades Específicas - NAPNE, a Coordenação-Geral de Assuntos Estudantis - CGAE, a Coordenação Pedagógica e a Coordenação do Curso, se reúnam de forma sistemática e discutam, caso a caso, para que haja geração de ações coletivas na facilitação do aprendizado. Estas reuniões devem também ser realizadas com o estudante em questão, familiares e/ou responsáveis, e devem ser pautadas na apresentação das propostas pedagógicas que estão sendo desenvolvidas para cada um, nas dificuldades enfrentadas e nos passos conquistados.

Nessa direção, o Instituto Federal de Brasília tem trabalhado para a construção de uma realidade educacional abrangente, onde as diversidades sejam respeitadas, acolhidas e valorizadas, conforme explicita o Parecer CNE/CEB nº 11/2012: “É da maior importância, na definição de Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, o adequado tratamento das questões relativas à profissionalização das pessoas com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades [...]” (CNE, 2012). Nesse sentido, as adaptações curriculares advindas das discussões podem e devem, sempre que possível, atingir a todos os estudantes a fim de que as adaptações metodológicas possam favorecer tanto o aprendizado da pessoa com necessidade específica quanto a dos demais estudantes, evitando, desta forma, a estigmatização daquele que eventualmente esteja enfrentando situação de vulnerabilidade seja por sua condição física, cognitiva ou emocional.

7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

Para a avaliação do rendimento dos estudantes, serão utilizados instrumentos de natureza variada e em número amplo o suficiente para poder avaliar o desenvolvimento de capacidades e saberes, com ênfases distintas, ao longo do período letivo.

O docente deixará claro aos estudantes, por meio do Plano de Ensino, no início do período letivo, os critérios para avaliação do rendimento escolar. Os resultados da avaliação da aprendizagem deverão ser informados ao estudante pelo menos duas vezes por semestre, ou seja, ao final de cada bimestre, a fim de que estudante e docente possam, juntos, criar condições para retomar aspectos nos quais os objetivos de aprendizagem não tenham sido atingidos. Serão utilizados, no mínimo, três instrumentos de avaliação distintos a serem desenvolvidos no decorrer do semestre letivo.

7.1 Critérios e procedimentos de recuperação

A recuperação é o comprometimento da escola com o estudante, criando novas oportunidades para que ele aprenda conhecimentos que não foram assimilados. Essas oportunidades estão previstas na Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 e Resolução vigente.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), ao se referir às incumbências da escola e dos docentes, recomenda aos estabelecimentos de ensino, artigo 12 “prover meios para a recuperação dos alunos de menor rendimento”, e de acordo com o artigo 13, os docentes incumbir-se-ão de “zelar pela aprendizagem dos alunos”, bem como “estabelecer estratégias de recuperação para os alunos de menor rendimento”. No artigo 24 a lei afirma que um dos critérios para a verificação do rendimento escolar compreende “a obrigatoriedade de estudos de recuperação, de preferência paralelos ao período letivo, para os casos de baixo rendimento escolar, a serem disciplinados pelas instituições de ensino em seus regimentos”.

De acordo com as Resoluções do IFB: “Aos estudantes que não atinjam 60% da pontuação no componente a cada etapa são garantidos estudos de recuperação, preferencialmente paralelos e contínuos durante o período letivo”. Deste modo, o Curso Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio EJA-EPT deverá assegurar o aprendizado dos estudantes com dificuldades durante o processo de aprendizagem. Caso o estudante não alcance o rendimento mínimo em alguma das componentes curriculares, recuperação de notas deverá ocorrer da seguinte forma:

- Os docentes deverão ofertar pelo menos uma recuperação ao final do 1º semestre, no mínimo, uma recuperação durante o semestre letivo. O aluno terá direito a fazer a recuperação do primeiro semestre letivo.
- Serão definidos critérios diferenciados de avaliação para o estudante com deficiência e demais dificuldades de aprendizagem, com o apoio da equipe pedagógica e do NAPNE do Campus Brasília.
- Os critérios e a forma de avaliação serão definidos pelo docente no início do ano letivo no Plano de Ensino. De acordo com as resoluções vigentes “A avaliação da recuperação paralela e contínua está vinculada à participação dos estudantes nas atividades de recuperação, podendo ser organizados projetos de complementação de estudos, bem como diferentes metodologias e instrumentos de avaliação que favoreçam a aprendizagem.”
- É facultado aos docentes que desenvolvem um trabalho interdisciplinar elaborar uma única avaliação. A avaliação de recuperação final deve ocorrer em data posterior à reunião do conselho de classe do quarto bimestre. Caso o estudante não atinja 60% de rendimento após recuperação final, será mantida a maior nota.

7.2 Critérios e procedimentos de dependência

O estudante, cujo desempenho seja inferior a 60% em até dois componentes curriculares, será aprovado em regime de progressão parcial ou dependência e deverá cumpri-los sob regime de dependência, conforme a Resolução vigente. Para realização da Dependência, o docente aplicará uma avaliação diagnóstica no intuito de verificar quais os conteúdos, habilidades e competências que precisam ser apropriados pelos estudantes no

componente de Regime Especial de Dependência, de acordo com as orientações publicadas pela PREN, onde devem constar a metodologia a ser desenvolvida, o conteúdo a ser desenvolvido, a forma de avaliação e o período em que a dependência será realizada.

7.3 Conselho de Classe

O conselho de classe objetiva o diálogo entre docentes, discentes e demais envolvidos na formação e aprendizagem da estudante (a assistente social, a coordenação pedagógica, a coordenação de curso, o NAPNE e os estudantes representantes). Neste momento, objetiva-se avaliar integralmente o estudante, propor e refletir acerca das práticas e meios pedagógicos e sociais que contribuam para a efetivação da aprendizagem.

Os conselhos de classe do Técnico em Marketing - EJA-EPT serão realizados de acordo com as determinações das Resoluções vigentes do Conselho Superior do IFB e em trabalho cooperativo com a Coordenação do Curso, Coordenação Pedagógica e a Coordenação do Registro Acadêmico do Campus.

7.4 Aproveitamento de Estudos e Reconhecimento de Saberes

As competências profissionais adquiridas previamente devem ser reconhecidas e avaliadas pelos sistemas de ensino como uma maneira de valorizar a experiência fora da escola dos alunos, com o objetivo de possibilitar a continuação dos estudos de acordo com trajetórias de formação compatíveis com as carreiras profissionais dos indivíduos, conforme estabelece a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (BRASIL, 1996).

Dado que o curso é realizado em semestres, o procedimento de aproveitamento de estudos será solicitado de forma semestral, preferencialmente no início de cada período letivo, por meio de edital e em conformidade com as regras institucionais vigentes. A requisição para aproveitamento de estudos deve seguir as normas da instituição, respeitando os prazos definidos no Calendário Acadêmico, sendo sua análise conduzida por uma comissão designada para essa finalidade.

Uma vez concluído e registrado no sistema acadêmico, o estudante estará liberado dos componentes curriculares que foram aproveitados, podendo acelerar sua progressão no curso, dependendo da quantidade de componentes aproveitados em cada módulo/série - essa possibilidade pode ser indicada pela comissão responsável pela análise do aproveitamento, mediante um parecer da coordenação do curso.

O reconhecimento de competências e habilidades profissionais já adquiridas refere-se à capacidade de, por meio de avaliações teórico-práticas, verificar que o estudante, de acordo com a sua trajetória, possui conhecimentos e habilidades profissionais correspondentes aos fundamentos científicos e tecnológicos presentes nos componentes curriculares do curso. Dessa forma, o procedimento de aproveitamento de estudos será requisitado semestralmente, de preferência no início do período letivo, por meio de edital e de acordo com as regras institucionais em vigor.

O estudante solicitante passará, então, por avaliações obrigatórias, que abrangerão o conteúdo geral dos componentes curriculares do núcleo tecnológico solicitado. Essa validação será realizada por meio dessas avaliações.

A organização do processo avaliativo para o reconhecimento de saberes e competências fica a cargo dos professores responsáveis pelo componente curricular em questão, com o suporte da coordenação do curso e da coordenação pedagógica do campus. Além disso, é importante observar que o processo avaliativo pode consistir em múltiplas etapas

e pode ser conduzido em um laboratório específico da área ou em outro espaço apropriado, de acordo com o que for estipulado pelo edital ou pelas diretrizes fornecidas pela coordenação do curso.

8. INFRAESTRUTURA, EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA

O Campus Brasília é composto por quatro blocos (A, B, C e D) com salas de aula, laboratórios e um auditório. O quadro 3 mostra o detalhamento da quantidade de laboratórios de informática e a capacidade para o atendimento.

Quadro 3 - Laboratórios de informática do Campus Brasília

BLOCO	LOCALIZAÇÃO	QUANTIDADE	OUTROS DISPOSITIVOS
A	Sala A2-10	24 Máquinas	01 data-show
	Sala A2-11	26 Máquinas	01 data-show
	Sala A2-12	15 Máquinas	01 data-show
	Sala A2-13	34 Máquinas	01 data-show
D	Sala D2-10	25 Máquinas	01 data-show
	Sala D2-11	22 Máquinas	01 data-show
	Sala D2-12	23 Máquinas	01 data-show
	Sala D2-13	23 Máquinas	01 data-show
	Sala D2-14	13 Máquinas	01 data-show
	Sala D2-15	35 Máquinas	01 data-show

Com relação às instalações do Campus Brasília, o espaço físico conta com um auditório no bloco C com capacidade para 200 pessoas, banheiros em todos os andares, laboratórios, espaço de convivência, lanchonete e uma biblioteca ampla com lugares para estudo individual ou coletivo.

8.1 Acessibilidade

A fim de proporcionar a acessibilidade às Pessoas com Necessidades Específicas (PNE), o Campus Brasília possui em suas instalações, piso tátil, portas com dimensões adequadas para cadeirantes, rampas de acesso interno, elevadores acessíveis, banheiros totalmente adaptados e exclusivos, barras de apoio nas saídas de emergências, mesas escolares adaptadas para cadeirantes, máquina de escrita em Braille, cadeiras de rodas, vagas reservadas nos estacionamento, entre outros, conforme NBR-9050. Além dos aspectos de infraestrutura, há garantia de reserva de vagas para concorrência de Pessoas com Deficiências (PcD) nos Editais de Seleção aos Cursos do IFB.

O Campus Brasília conta com uma equipe de 9 Tradutores Intérpretes de Língua Brasileira de Sinais que atuam junto aos estudantes surdos para promover a acessibilidade educacional em Libras - Língua Brasileira de Sinais, como primeira língua e Língua Portuguesa

escrita como segunda língua.

O portal do IFB fornece as informações necessárias aos estudantes do curso, segundo as diretrizes do e-MAG (Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico), conforme as normas do Governo Federal e em obediência ao Decreto nº 5.296/2004 (BRASIL, 2004).

Ademais, o Campus Brasília contempla em seu organograma a CINC e o NAPNE, que atuam na promoção da inclusão na educação profissional e tecnológica. O NAPNE selecionou dez monitores para apoiar estudantes com necessidades específicas no processo de estudos e realização de atividades pedagógicas propostas. Entre os atendidos, destacam-se pessoas com deficiência intelectual, Transtorno do Espectro Autista (TEA) e Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade (TDAH). Além dos monitores bolsistas, também conta com monitores voluntários.

8.2 Biblioteca

A biblioteca entrou em funcionamento em 2011, com a missão de promover o acesso, a disseminação, o uso e o intercâmbio da informação, por meio de ações voltadas para auxiliar o desenvolvimento do Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação. Ocupa uma área de quase 3.000 m² e tem capacidade para atender 500 usuários. O ambiente é dividido em 3 pavimentos, compostos por salas de estudo individual e em grupo, laboratório digital, espaço para leitura de revistas e jornais, setor de referência, área de circulação de materiais e elevador para maximização da acessibilidade.

O espaço conta com as seguintes instalações:

- salas de estudo em grupo (5 salas com capacidade de até 8 pessoas); • cabines de estudo individual;
- mesas de estudo coletivo;
- laboratório digital com 13 computadores (uso liberado com acompanhamento de professores);
- Espaço de pesquisa rápida (10 computadores disponíveis à comunidade); • lounges de leitura;
- espaço de jogos.

São ofertados serviços de circulação de materiais (empréstimo, reserva, renovação e devolução), atendimentos personalizados de auxílio à normalização de trabalhos acadêmicos, orientação de acesso às bibliotecas virtuais e bases de dados, elaboração de ficha catalográfica, treinamentos para pesquisa bibliográfica, adaptação de materiais impressos para áudio a fim de atender aos alunos com deficiência visual, entre outros serviços.

Conforme levantamento realizado em 2022, o acervo da biblioteca possui mais de 24 mil livros com ênfase nas áreas dos cursos ofertados pelo Campus Brasília, sendo: eventos, dança, gestão e negócios, informática e educação profissional. Dispõe ainda de literaturas nacional e estrangeira, dicionários, multimeios, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e periódicos.

No que tange às assinaturas de revistas especializadas e científicas, a biblioteca tem acesso ao Portal de Periódicos Capes com mais de 140 bases de dados de texto completo ou referencial. Os títulos apresentados nas Bibliografias Básicas e Complementares do curso podem ser encontrados no acervo da Biblioteca. Esses títulos podem ser consultados pelos

estudantes por meio do Sistema de Bibliotecas do Instituto Federal de Brasília: <http://siabi.ifb.edu.br/>.

A atualização do acervo é realizada anualmente, obedecendo a disponibilidade orçamentária e a demanda dos coordenadores de curso realizada com base nos Planos de Cursos e nos indicadores Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES, bem como o princípio da economicidade e eficiência.

8.3 Escola de Negócios e Desenvolvimento Social (ENEDES)

Como diferencial pedagógico e tecnológico do Campus Brasília, o curso de Técnico em Marketing conta com o suporte e a infraestrutura especializada da Escola de Negócios e Desenvolvimento Social do IFB (ENEDES), localizada fisicamente no próprio campus. Essa estrutura atua como um hub integrador entre a formação teórica e a prática profissional, disponibilizando laboratórios de ponta para a simulação de negócios, pesquisas de consumo e produção de conteúdo de comunicação. Os principais espaços pedagógicos da ENEDES compreendem:

8.3.1 Labvarejo (Laboratório de Experimentação Prática) O Labvarejo consiste em um espaço multidisciplinar estruturado para simular ambientes reais de operação de mercado e atendimento comercial. Por meio de subespaços simulados, que englobam minimercado, bar, restaurante e laboratório de moda, este ambiente possibilita que os estudantes planejem, implementem e testem em tempo real as táticas de marketing de varejo, organização de vitrines, exposição de mercadorias, ações promocionais e técnicas de atendimento ao cliente estudadas ao longo dos módulos.

8.3.2 Labconsumer (Laboratório de Pesquisa em Comportamento do Consumidor) O Labconsumer é um laboratório avançado voltado para a aplicação de conceitos de neurociência e comportamento do consumidor. Equipado para realizar estudos aprofundados sobre a recepção de marcas e processos decisórios de compra, este espaço fornece dados e relatórios científicos sólidos que auxiliam os discentes no desenvolvimento de pesquisas de mercado aplicadas e no monitoramento de campanhas publicitárias com base na análise de dados reais.

8.3.3 LAB MÍDIA 360 e ConectaMídia A infraestrutura focada em marketing digital, design e assessoria de marcas é composta por três ambientes integrados para o desenvolvimento de projetos acadêmicos e mercadológicos: I. Estúdio Audiovisual Profissional: ambiente estruturado e equipado com tecnologia para a gravação, edição e produção de conteúdos de áudio e vídeo de alto impacto, como podcasts, comerciais de rádio e televisão e materiais promocionais. II. Agência-Escola de Marketing: espaço em que equipes multidisciplinares de estudantes, sob a orientação do corpo docente, realizam o planejamento e o desenvolvimento de identidades visuais, campanhas publicitárias digitais e assessoria de posicionamento de mercado para microempresas e cooperativas da região. III. Sala Interativa: sala equipada com recursos digitais e tecnológicos para a facilitação de workshops, dinâmicas de cocriação de ideias, apresentações formais de projetos e reuniões técnicas integradas em tempo real.

8.3.4 Unidade Móvel Rota Empreendedora A Rota Empreendedora é uma unidade móvel de extensão estruturada a bordo de uma carreta totalmente equipada com conectividade, recursos audiovisuais, espaço multifuncional e mobiliário adaptável. Esta

infraestrutura móvel permite que o corpo discente, de forma orientada, realize caravanas de atendimento, mentorias acadêmicas, oficinas e consultorias de marketing diretamente nas comunidades periféricas e zonas rurais do Distrito Federal e Região Metropolitana do Entorno, fortalecendo a responsabilidade social do curso.

9. CORPO TÉCNICO E DOCENTE

O corpo docente do Curso Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio é composto por profissionais com formação em nível de graduação na área de atuação, além de pós-graduação com especialização, mestrado e doutorado (Quadro 4).

9.1 Corpo docente

Quadro 4 – Perfil Docente do Curso Técnico em Marketing - EJAI-EPT.

DOCENTE	ÁREA DE FORMAÇÃO	TITULAÇÃO	HORAS* DE TRABALHO
Adeilton Oliveira de Souza	Artes Visuais	Especialista	DE
Adriano Vinicio da Silva do Carmo	Comunicação	Mestre	DE
Alex Helder Cordeiro do Rosario de Oliveira	Engenharia Elétrica	Mestre	DE
Alice Watson Queiroz	Turismo	Mestre	DE
Alisson Wilker Andrade Silva	Computação	Mestre	20h
Ana Carolina Capuzzo de Melo	Letras-Português	Mestre	DE
Ana Carolina Martins Barros	Computação	Especialista	40h
Ana Cláudia Bernardes Vilarinho de Oliveira	Secretariado	Mestre	DE
Bruno Rocha Braga	Computação	Doutor	20h
Caio Moura Daoud	Informática	Doutor	DE
Carla Simone Castro	Marketing	Doutora	DE
Christine Rebouças Lourenço	Física	Doutora	DE
Cinthia Nepomuceno Xavier	Artes	Doutora	DE
Cristiane Batista Salgado	Geografia	Doutora	DE
Dayane Augusta Santos da Silva	História	Doutora	DE

Denise Gomes de Moura	Desenvolvimento Sustentável	Doutora	DE
Diego Pizarro	Artes	Doutor	DE
Diógenes Ferreira Reis Fustinoni	Engenharia Elétrica	Mestre	DE
Eduardo Melo Rebouças	Letras-Espanhol	Mestre	DE
Elissélia Keila Ramos Leão Paes	Turismo	Mestre	DE
Elizângela dos Santos Alves da Silva	Letras-Inglês	Mestre	DE
Fábio Ferraz Fernandez	Informática	Mestre	DE
Fábio Henrique Monteiro Oliveira	Engenharia Elétrica	Doutor	DE
Fábio Nogueira Carlucci	Matemática	Doutor	DE
Fernanda Bartoly Gonçalves de Lima	Educação Física	Doutora	DE
Fernando Antonio de Alvarenga Grossi	Comunicação	Mestre	DE
Fernando Wagner Brito Hortencio Filho	Ciência da Computação	Mestre	DE
Guilherme Rocha de Rezende	Física	Doutor	DE
Gustavo Henrique Dornelas de Deus	Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento	Mestre	DE
Izabel Cavalcanti Ibiapina Parente	Sociologia	Doutora	DE
João Vicente Roberto Duarte	Gastronomia	Especialista	DE
Jordana Pacheco Eid	Artes	Mestre	DE
José Dario Pintor da Silva	Computação	Mestre	DE
Josué de Sousa Mendes	Letras-Português	Doutor	DE
Juliana Araujo de Paula	Educação Física	Mestre	DE
Juliana Viégas Pinto Vaz dos Santos	Turismo	Mestre	DE
Júnio César Batista de Souza	Letras-Português	Doutor	DE
Kadidja Valéria Reginaldo Oliveira	Administração de Sistemas de Informação	Mestre	40h
Karla Vivianne Oliveira Santos	Letras-Português	Mestre	40h
Kerlla de Souza Luz	Processamento de Dados	Doutora	40h

Lázaro Vinícius de Oliveira Lima	Computação	Mestre	DE
Letícia Bianca Barros de Moraes Lima	Turismo	Doutora	DE
Luciana Lima Ventura	Matemática	Doutora	DE
Luciana Monteiro Reis	Turismo	Bacharel	DE
Luiz Carlos de Abreu	Biologia	Mestre	20h
Luiz Daniel Muniz Junqueira	Turismo	Doutor	DE
Marcello Lasneaux	Biologia	Doutor	DE
Marcelo Rodrigues dos Santos	Química	Doutor	DE
Marcos Ramon Gomes Ferreira	Filosofia	Doutor	DE
Marina Gabriella Ribeiro Bardella Benício	Matemática	Mestre	DE
Maxem Luiz de Araújo	Geografia	Especialista	DE
Nancy da Luz Davidis	Administração	Mestre	DE
Patrícia Albuquerque Lima	Administração	Mestre	DE
Paula Queiroz Dutra	Letras-Inglês	Doutora	DE
Queila Pahim da Silva	Turismo	Doutora	DE
Rafaela Caetano Pinto	Comunicação	Doutora	DE
Rodrigo Cardoso da Silva	Turismo	Doutor	DE
Rodrigo Ramos	Filosofia	Doutor	DE
Rosa Amélia Pereira da Silva	Letras-Português	Doutora	DE
Samantha Pires dos Santos	Letras-Português	Mestre	DE
Sandra Mara Tabosa de Oliveira	Hotelaria	Mestre	DE
Simone Lopes Mendes	Letras-Espanhol	Mestre	DE
Simone Pinheiro Santos	Publicidade	Mestre	DE
Sylvana Karla da Silva de L. Santos	Informática	Doutora	DE
Tácito Dantas Frota Leite	Química	Doutor	DE
Thiago Williams Siqueira Ramos	Matemática	Doutor	DE
Tiago Henrique Faccio Segato	Informática	Mestre	DE

Vanessa Cristina da Silva	Letras-Espanhol	Mestre	DE
Vanessa de Assis Araújo	Letras-Inglês	Mestre	DE
Washington dos Santos Oliveira	Filosofia	Mestre	DE
Wellington Souto Pereira	Letras-Português	Mestre	DE

*DE = Dedicção Exclusiva

9.2 Pessoal técnico e administrativo

O corpo técnico e administrativo do Campus Brasília é composto por 61 servidores técnicos, no qual 43 servidores para o atendimento às áreas de biblioteca, registro acadêmico, assistência social, pedagógica, laboratório, além de tradutores e intérpretes de língua de sinais. O quadro 5 mostra a descrição dos servidores segundo cargo, jornada e local de trabalho.

Quadro 5 – Servidores técnico-administrativos dos setores CGEN e DREN (e outros).

SERVIDOR(A)	CARGO	SETOR	TITULAÇÃO
Adriana Martins Reis	AUXILIAR DE BIBLIOTECA (PCIFE) - 701409	CGBB	Especialização
Alyne Dos Santos Nascimento Oliveira	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Especialização
Alberto Torres Braz	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CDRT	Especialização
Aldi Cantinho	TECNICO DE LABORATORIO AREA (PCIFE) - 701244	CDTI	Graduação
Ana Roberta Crisóstomo de Moraes	ASSISTENTE DE ALUNO (PCIFE) - 701403	CDSS	Especialização
Andreia e Silva Soares	TÉCNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGAE	Especialização
Andreza Macedo Justiniano	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Especialização

Barbara Maria Soares dos Santos	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Especialização
Beatriz Rodrigues Diniz	ASSISTENTE SOCIAL (PCIFE) - 701006	CGAE	Doutorado
Brunna Ferreira de Alencar	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Especialização
Carolina Ribeiro de Souza	ASSISTENTE DE ALUNO (PCIFE) - 701403	CGAE	Especialização
Cassia de Sousa Carvalho	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	NAPNE-D GBR	Especialização
Daniele Candido de Souza	ASSISTENTE DE ALUNO (PCIFE) - 701403	CGAE	Graduação
Davi Lucas Macedo Neves Cruz	TECNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	DREN	Mestrado
Diana Angelica Carvalho de Sousa	TECNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGRA	Especialização
Diego Henrique Galheno Marques	TÉCNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGAE	Especialização
Ellen Cristina Martins Peregrino	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CDAP	Graduação
Eric Jefferson Matias Luz	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CGPE	Especialização
Fabio Fernando Ferreira Silva	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	DRAP	Especialização
Felipe Beserra de Araujo	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CDAL	Especialização
Eleonora Rodrigues Fernandes	PSICOPEDAGOGA	CINC	Especialização

Gizelli Feldhaus da Costa Araujo	ADMINISTRADOR (PCIFE) - 701001	CDPS	Especialização
Gloria Juliane Rabelo Leal	TECNICO DE LABORATORIO AREA (PCIFE) - 701244	CDPT	Especialização
Iasmin Santos da Rocha Pinto	PSICOLOGO-AREA (PCIFE) - 701060	CDPS	Especialização
Jadir Viana Costa	AUXILIAR DE BIBLIOTECA (PCIFE) - 701409	CGBB	Especialização
Jaspion Leone Rocha	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Especialização
Jessica Lais Novais Machado	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Mestrado
Jefferson Goncalves da Silva	TEC DE TECNOLOGIA DA INFORMACAO (PCIFE) - 701226	CDMS	Especialização
Jose Maria Ferreira Brandao	ASSISTENTE DE ALUNO (PCIFE) - 701403	CGAE	Graduação
Juliana Aretz Cunha de Queiroz Afonso Detoni	BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA (PCIFE) - 701010	CGBB	Especialização
Laura Cecília dos Santos Cruz	BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA (PCIFE) - 701010	CGBB	Especialização
Leo Serrao Barbosa	TEC DE TECNOLOGIA DA INFORMACAO (PCIFE) 701226	CDAQ	Especialização
Lidianne Dias Silva dos Santos	CONTADOR (PCIFE) - 701015	CGCB	Especialização
Lilian da Silva Manhaes	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	DGBR	Ensino Médio
Lucelia de Almeida Silva	TECNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGRA	Doutorado

Luciana dos Reis Elias	ASSISTENTE SOCIAL (PCIFE) - 701006	ASDG	Especialização
Luciana Ferreira da Cruz	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CGRA	Especialização
Lucas Joab Mariano Cardoso de Souza	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Graduação
Luiz Antonio Lira Junior	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Doutorado
Marco Antonio Freitas Miranda	TÉCNICO EM CONTABILIDADE (PCIFE) - 701224	CONT	Técnico
Mariela do Nascimento Carvalho	BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA (PCIFE) - 701010	CGBB	Especialização
Milene de Souza Santana Cortez	AUXILIAR DE BIBLIOTECA (PCIFE) - 701409	CGBB	Especialização
Mirian Emilia Nunes da Silva Ferreira	TÉCNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGEN	Mestrado
Nadjar Aretuza Magalhães	TRADUTOR INTÉRPRETE DE LINGUAGEM SINAIS (PCIFE) - 701266	CINC	Graduação
Nara Rodrigues Silva	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CGBB	Graduação
Patricia Alves Rodrigues	PEDAGOGO-AREA (PCIFE) - 701058	CGEN	Especialização
Peterson Vasconcelos Teixeira de Freitas	TECNICO DE LABORATORIO AREA (PCIFE) - 701244	CDTI	Graduação
Plinio Augusto de Meireles Junior	TECNICO DE LABORATORIO AREA (PCIFE) - 701244	CDTI	Técnico
Pollyana Maria Ribeiro Alves Martins	PEDAGOGO-AREA (PCIFE) - 701058	CGEN	Mestrado

Priscila Cristina Alves Vaz	AUX EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701405	CGBB	Ensino Médio
Priscila de Lucas Fortes dos Santos	AUXILIAR DE BIBLIOTECA (PCIFE) - 701409	CGBB	Especialização
Rute Chaves de Jesus Aquino	TÉCNICO EM SECRETARIADO (PCIFE) - 701275	CDLI	Graduação
Saulo Marques da Cunha	TECNICO DE LABORATORIO AREA (PCIFE) - 701244	CGEN	Mestrado
Silvio Antonio de Lima	ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701200	CGGP	Especialização
Soraya Cortizo Quintanilha do Nascimento	TÉCNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGEN	Mestrado
Stefany Christinne Otto	ASSISTENTE DE ALUNO (PCIFE) - 701403	CGAE	Especialização
Susana Alves de Souza	TÉCNICO EM CONTABILIDADE (PCIFE) - 701224	CDEF	Graduação
Tatylla Pereira Farias Aquino de Moura Dias	AUX EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701405	DRAP	Especialização
Tiago Borges dos Santos	TÉCNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS (PCIFE) - 701079	CGRA	Mestrado
Victor Porto Gontijo de Lima	TECNICO DE LABORATORIO AREA (PCIFE) - 701244	CGEN	Graduação
Viviane Vaz dos Reis	PSICOPEDAGOGA	CINC	Especialização
Wilk Wanderley de Farias	AUX EM ADMINISTRACAO (PCIFE) - 701405	CGBB	Especialização

10. CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Todos os cursos técnicos são cadastrados no Sistema Nacional de Informações da Educação Profissional e Tecnológica (SISTEC), implantado pelo MEC, por intermédio da 106 Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), conforme publicação no Diário Oficial da União – DOU, de 1º de outubro de 2009, em substituição ao Cadastro Nacional de Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio.

Segundo o Art. 102º do Regulamento dos Cursos Técnicos de Educação Profissional Técnica Integrados ao Ensino Médio do IFB (IFB, 2016): “o IFB conferirá Diploma de Técnico de Nível Médio ao estudante que concluir com êxito todas as exigências expressas no plano de curso e estiver quite com todos os setores administrativos e acadêmicos do IFB”.

Garantimos que, para as pessoas com deficiência, é necessário acompanhamento multidisciplinar seguindo a Resolução nº 001/2016, o Art. 103:

Os estudantes com necessidades especiais têm garantido o direito à terminalidade específica, quando esgotadas todas as possibilidades de adaptações curriculares que favoreçam o processo de ensino e aprendizagem, após parecer de equipe multidisciplinar composta por membros do NAPNE, professores do estudante, Coordenação Pedagógica e Direção de Ensino, seja em virtude de suas deficiências ou, no caso de estudantes com altas habilidades, para aceleração dos estudos a fim de concluírem em menor tempo o programa escolar.

A cada módulo concluído com aproveitamento pelo estudante, independentemente de seu ponto de ingresso no regime de carrossel de fluxo contínuo, será conferido o direito a uma certificação intermediária de qualificação profissional de nível médio, conforme a seguinte organização:

- I. Ao concluir o Módulo 1, o estudante terá direito à Certificação Intermediária em Auxiliar Administrativo.
- II. Ao finalizar o Módulo 2, o estudante terá direito à Certificação Intermediária em Assistente de Vendas.
- III. Ao concluir o Módulo 3, o estudante terá direito à Certificação Intermediária em Assistente de Planejamento e Organização de Eventos.
- IV. Ao finalizar o Módulo 4, o estudante terá direito à Certificação Intermediária em Assistente de Marketing Digital.

Após o cumprimento de todo o itinerário formativo composto pelos quatro módulos independentes, totalizando 2000 horas de carga horária, o estudante do curso, devidamente matriculado e aprovado, fará jus ao diploma de Técnico em Marketing na modalidade Educação de Jovens, Adultos e Idosos Integrada à Educação Profissional Técnica de Nível Médio (EJA-I-EPT), no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios.

11. AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

A avaliação do curso deve ser um processo constante, sistematizado para registro, controle e modificações do que foi previamente definido. O processo avaliativo deve consistir de estratégias de autorreflexão das políticas e ações desenvolvidas no curso, com o objetivo de perceber os pontos favoráveis ou elementos que devem permanecer na estrutura geral do curso, bem como avaliar as fragilidades ou pontos que devem ser ajustados e corrigidos. Entre as categorias que servirão como indicadores para autoavaliação do curso estão:

- A organização didático-pedagógica: prevê a articulação do PPC com a missão, visão valores e o PDI do IFB, o currículo e sua flexibilização; procedimentos de avaliação; adequação e abrangência das atividades acadêmicas para a formação do discente; desempenho dos estudantes.
- Corpo docente, corpo discente e corpo técnico-administrativo: formação, atuação nas atividades acadêmicas, experiência acadêmica e profissional e capacidade produtiva científica dos docentes;
- Instalações físicas: adequação do acervo bibliográfico à proposta do curso; nível de adequação dos ambientes de aprendizagens e qualidade dos equipamentos disponibilizados para a formação geral básica e profissional; atualização dos softwares e equipamentos de informática utilizados.

Assim, institucionalmente, a reflexão sobre as necessidades de adequação de mudanças no Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing na forma Articulada Integrada ao Ensino Médio na modalidade EJA-EPT deve ser prática constante junto ao corpo acadêmico, visando a transparência e a flexibilidade por parte dos gestores do curso em relação ao processo de autoavaliação e acompanhamento das tendências de mercado do curso.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) & Profits Consulting Group. (2019). Pesquisa de investimentos em comunicação e marketing. Retrieved from:

<https://www.aba.com.br/pesquisa-e-midia/pesquisa-maratinga/>

BRASIL. **Decreto nº 5.840, de 13 de julho de 2006**. Institui, no âmbito federal, o Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos - PROEJA, e dá outras providências. Brasília, DF: 2006.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5840.htm.

Acesso em: 19 jun. 2023.

BRASIL. **Lei Nº 11.892 de 29 de dezembro de 2008**. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11892.htm. Acesso em: 19 jun. 2023.

BRASIL. **Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, DF: 2015.

Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm#art112 Acesso em: 20 jun. 2023.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Demográfico 2022: População e Domicílios — Primeiros Resultados e Características da População (Cor ou Raça, Sexo e Idade)***. Rio de Janeiro: IBGE, 2023–2024.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Estimativas e Projeções da População do Brasil e Unidades da Federação**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

CAVALLINI, Marta. **G1**. Trabalho e Carreira. Consultoria divulga profissões em alta em 2023; veja lista. Disponível em:

<https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2023/01/10/consultoria-divulga-profissoes-e-m-alta-em-2023-veja-lista.ghtml> Acesso em: 16 jul. 2023.

CNE. Conselho Nacional de Educação. **Parecer CNE/CEB nº 11/2012**. Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Brasília, DF: 2012. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_PAR_CNECEBN112012.pdf?query=FUNCIONAMENTO Acesso em: 16 jul. 2023.

Conselho Federal de Administração. (2020). Mercado de Trabalho 2020: 17º Congresso Brasileiro de Marketing (CBMKT). Retrieved from: <https://marketing.adm.br/mercado-de-trabalho-2020/>

DISTRITO FEDERAL. Governo do Distrito Federal. **Leis Complementares nº 1.018/2023 e nº 1.019/2023** (Criação das Regiões Administrativas de Arapoanga e Água Quente). Diário Oficial do Distrito Federal, Brasília, 2023.

IBGE. **IBGE divulga estimativa da população dos municípios para 2021**. Brasília, DF: 2021. Disponível em:

[https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/31461-ibge-divulga-estimativa-da-populacao-dos-municipios-para-2021#:~:text=A%20regi%C3%A3o%20metropolitana%20de%20S%C3%A3o,\(4%2C75%20milh%C3%B5es\)](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/31461-ibge-divulga-estimativa-da-populacao-dos-municipios-para-2021#:~:text=A%20regi%C3%A3o%20metropolitana%20de%20S%C3%A3o,(4%2C75%20milh%C3%B5es)) Acesso em: 20 jun. 2023.

IFB. Instituto Federal de Brasília. **Resolução nº 01/2016/CS - IFB**. Aprova o Regulamento dos Cursos Técnicos de Educação Profissional Técnica Integrados ao Ensino Médio do IFB. Brasília, DF: 2016. Disponível em:

<https://www.ifb.edu.br/attachments/article/5995/REGULAMENTO%20DE%20CURSO%20DE%20T%C3%89CNICO%20INTEGRADO%20AO%20ENSINO%20M%C3%89DIO.pdf>

Acesso em: 19 jun. 2023.

IFB. Instituto Federal de Brasília. **Resolução nº 35-2019/CS - IFB**. Regulamenta as atividades complementares no âmbito do IFB. Brasília, DF: 2019. Disponível em:

https://www.ifb.edu.br/attachments/article/19574/RESOLU%C3%87%C3%83O%2035_2019%20-%20RIFB_IFB%20-%20Regulamentar%20as%20atividades%20complementares.pdf

Acesso em: 19 jun. 2023.

IFB. Instituto Federal de Brasília. **Resolução nº 35-2020**. Altera o Regulamento do Ensino Técnico de Nível Médio do Instituto Federal de Brasília (IFB) aprovado pela Resolução CS/IFB nº 10/2013. Brasília, DF: 2020. Disponível em:

https://www.ifb.edu.br/attachments/article/19838/Resolu%C3%A7%C3%A3o%2035_2020_R

[egulamento%20do%20Ensino%20T%C3%A9cnico%20de%20N%C3%ADvel%20M%C3%A9dio%20Subsequente.pdf](#) Acesso em: 19 jun. 2023.

IFB. Instituto Federal de Brasília. **Plano de Desenvolvimento Institucional PDI 2019-2023**. Brasília, DF: 2021. Disponível em: http://diretorios.ifb.edu.br/diretorios/1724/arquivos/download/PDI_2019_2023_-_Revisado_P%C3%B3s_CS-Completo.pdf Acesso em: 17 jul. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA (IFB). Conselho Superior. Resolução nº 7/2026-CS/RIFB/IFBRASILIA, de 06 de janeiro de 2026. Aprova a Política de Educação de Jovens, Adultos e Idosos Integrada à Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Brasília - IFB. Brasília, DF: IFB, 2026a. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/13-93uunyhckF4rXkLluUNyVIEkC9-nxm/view?usp=sharing>. Acesso em: 18 jun. 2026.

INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA (IFB). Conselho Superior. Resolução nº 6/2026-CS/RIFB/IFBRASILIA, de 30 de janeiro de 2026. Aprova o Regulamento dos cursos de Educação de Jovens e Adultos integrados à Educação Profissional e Tecnológica - EJA-EPT do Instituto Federal de Brasília - IFB. Brasília, DF: IFB, 2026b. Disponível em: <https://www.ifb.edu.br/attachments/article/45399/Regulamento%20EJA-EPT.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2026.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA DO DISTRITO FEDERAL (IPEDF). **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios Ampliada** — PDAD-A*. Brasília: IPEDF, 2021–2024.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA DO DISTRITO FEDERAL (IPEDF); DIEESE. **Pesquisa de Emprego e Desemprego no Distrito Federal (PED-DF)**. Brasília: IPEDF/DIEESE, 2024.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA DO DISTRITO FEDERAL (IPEDF). **Caracterização das Unidades de Planejamento Territorial (UPTs) do Distrito Federal**. Brasília: IPEDF, 2023–2024.

LIMA, G., Giocondo, F., & Barbieri, C. (2016). Fatores de valorização da carreira em marketing das empresas brasileiras: uma abordagem quantitativa. *Discussões*, São Paulo, 24(1), 98-111.

MEC - Ministério da Educação. **Resolução nº 6, de 20 de setembro de 2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECEBN62012.pdf?query=ensino%20m%C3%A9dio Acesso em: 20 jun. 2023.

MEC - Ministério da Educação. **Catálogo Nacional de Cursos Técnicos**. Curso Técnico em Marketing. Brasília, DF: 2020. Disponível em: <http://cnct.mec.gov.br/cursos/curso?id=71> Acesso em: 19 jun. 2023.

MEC - Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP Nº 1, de 5 de janeiro de 2021**. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=167931-rcp001-21&category_slug=janeiro-2021-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 19 jun. 2023.

MICHAEL, Page. (2019). Marketing e Vendas: Perspectivas Salariais - 2019. Retrieved from: https://www.michaelpage.com.br/sites/michaelpage.com.br/files/marketing_e_venda

[s_-_perspectivas_salariais_2019_-_michael_page.pdf](#)

MOORMAN, C. **The CMO Survey**. The Highlights and Insights Report February 2022. Disponível em:

https://cmosurvey.org/wp-content/uploads/2022/02/The_CMO_Survey-Highlights_and_Insights_Report-February_2022.pdf Acesso em: 31 jul. 2023.

MUNDO do Marketing. Redação. **5 pré-requisitos para trabalhar com Marketing Digital em 2023**. Notícia: 30 nov. 2022. Disponível em:

<https://www.mundodomarketing.com.br/5-pre-requisitos-para-trabalhar-com-marketing-digital-em-2023/> Acesso em: 31 jul. 2023.

OLIVEIRA, M. (2018). Demandas e competências para o profissional de marketing do século XXI. Revista Brasileira de Marketing, 17(3), 339-350.

PAGE, Personnel. (2019). Tendências de recrutamento em marketing e vendas 2019. Retrieved from:

<https://www.pagepersonnel.com.br/sites/default/files/pdf-salary-survey/2019/Page-Personnel-Salary-Survey-2019-Marketing-ecommerce-Port.pdf>

RODRIGUES, F. (2019). A valorização do profissional de marketing nas organizações contemporâneas. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, 4(7), 1-12.

SANTOS, A. (2019). Exigências do mercado de trabalho para o profissional de marketing. Revista de Administração e Negócios da Amazônia, 11(5), 53-66

SILVA, R. (2020). A importância da formação acadêmica na área de marketing. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, 5(9), 119-130.

Souza, L. (2017). Marketing pessoal: estratégias para o sucesso profissional. Revista Brasileira de Marketing, 16(2), 221-231.

SUTTO, Giovanna. **InfoMoney**. Mercado de Trabalho. Notícia: 35 profissões em alta em 2023 que vão contratar mais e os salários. Disponível em:

<https://www.infomoney.com.br/carreira/busca-emprego-em-2023-veja-35-profissoes-que-voao-contratar-mais-e-os-salarios/> Acesso em: 16 jul. 2023.

VYGOTSKI, Lev Semenovich. **A formação social da mente**: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores. 7 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

Documento Digitalizado Público

PPC - Técnico em Marketing EJAI-EPT

Assunto: PPC - Técnico em Marketing EJAI-EPT
Assinado por: Cinthia Xavier
Tipo do Documento: Projeto
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Público
Tipo do Conferência: Documento Original

Documento assinado eletronicamente por:

■ **Cinthia Nepomuceno Xavier, COORDENADOR(A) DE CURSO - FUC1 - BR-PROEJA-**, em 30/09/2026 17:21:16.

Este documento foi armazenado no SUAP em 30/09/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 882582

Código de Autenticação: 33bd2269f3

