



**INSTITUTO
FEDERAL**
Farroupilha

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO,
CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA PROJE-
TO PEDAGÓGICO DE CURSO - PPC

TÉCNICO EM **MARKETING** SUBSEQUENTE

Campus Avançado Uruguaiana

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

TÉCNICO EM MARKETING SUBSEQUENTE

Atos autorizativos

- Curso Criado pela Resolução CONSUP nº015 de 27 de março de 2018.
- Resolução CONSUP nº 48 de 25 de junho de 2018 aprova o PPC do curso e autoriza o funcionamento do curso.
- Ajuste curricular e PPC aprovado pela Resolução CONSUP nº 054, de 24 de outubro de 2019.

Campus Avançado Uruguaiana – RS
2020



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA
E TECNOLOGIA FARROUPILHA**

AUTORIDADES INSTITUCIONAIS



Carla Comerlato Jardim

Reitora do Instituto Federal Farroupilha

Édison Gonzague Brito da Silva

Pró-Reitor de Ensino

Raquel Lunardi

Pró-Reitor de Extensão

Arthur Pereira Frantz

Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-Graduação e
Inovação

Nídia Heringer

Pró-Reitora de Desenvolvimento Institu-
cional

Vanderlei José Pettenon

Pró-Reitor de Administração

Anelise da Silva Cruz

Diretor Geral do *Campus*

Gustavo Griebler

Coord. Geral de Ensino do *Campus*

Stéphane Rodrigues Dias

Coordenador de Curso

Equipe de elaboração

Deise Grazielle Dickel

Elieane dos Santos Sales

Gustavo Griebler

José Vitor Palhares dos Santos

Louise Silva Pinho

Maiara Lais Marcon

Michel Michelin

Stéphane Rodrigues Dias

Colaboração Técnica

Assessoria Pedagógica do Campus

Núcleo Pedagógico do Campus

Assessoria Pedagógica da PROEN

Revisor Textual

Gustavo Griebler

SUMÁRIO

1.	DETALHAMENTO DO CURSO	6
2.	CONTEXTO EDUCACIONAL	7
2.1.	Histórico da Instituição	7
2.2.	Justificativa de oferta do curso	9
2.3.	Objetivos do Curso	10
2.3.1.	Objetivo Geral	10
2.3.2.	Objetivos Específicos	11
2.4.	Requisitos e formas de acesso	11
3.	POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO	11
3.1.	Projetos e Programas de Ensino	12
3.2.	Projetos e Programas de Pesquisa, de empreendedorismo e de inovação	12
3.3.	Projetos e Programas de Extensão	13
3.4.	Políticas de Atendimento ao discente	15
3.4.1.	Assistência Estudantil	15
3.4.2.	Apoio Didático-Pedagógico ao Estudante	16
3.4.3.	Atividades de Nivelamento	16
3.4.4.	Atendimento Pedagógico, Psicológico e Social	17
3.4.5.	Educação Inclusiva	18
3.4.5.1.	Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (NAPNE)	19
3.4.5.2.	Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABI)	20
3.4.5.3.	Núcleo de Gênero e Diversidade Sexual (NUGEDIS)	21
3.5.	Programa Permanência e êxito (PPE)	22
3.6.	Acompanhamento de Egressos	22
3.7.	Mobilidade Acadêmica	23
4.	ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	23
4.1.	Perfil do Egresso	23
4.2.	Organização curricular	24
4.2.1.	Núcleos de formação	25
4.2.2.	Conteúdos Especiais Obrigatórios	26
4.2.3.	Flexibilização Curricular	27

4.3.	Representação gráfica do Perfil de formação.....	28
4.4.	Matriz Curricular	29
4.5.	Prática Profissional	30
4.5.1.	Prática Profissional Integrada.....	30
4.6.	Estágio Curricular Supervisionado Não Obrigatório.....	32
4.7.	Atividades Complementares do Curso	32
4.8.	Avaliação.....	33
4.8.1.	Avaliação da Aprendizagem	33
4.8.2.	Regime Especial de Avaliação – REA.....	35
4.8.3.	Autoavaliação Institucional	35
4.9.	Critérios e procedimentos para aproveitamento de estudos anteriores.....	35
4.10.	Critérios e procedimentos de certificação de conhecimento e experiências anteriores 36	
4.11.	Expedição de Diploma e Certificados	36
4.12.	Ementário.....	37
4.12.1.	Componentes curriculares obrigatórios	37
4.12.2.	Componentes curriculares optativos.....	43
5.	CORPO DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO EM EDUCAÇÃO.....	44
5.1.	Corpo Docente atuante no curso	44
5.1.1.	Atribuição da coordenação de Curso.....	45
5.1.2.	Atribuições de Colegiado de Curso.....	45
5.1.3.	Núcleo Pedagógico Integrado (NPI).....	46
5.2.	Corpo Técnico Administrativo em Educação	46
5.3.	Política de capacitação para Docentes e Técnico Administrativo em Educação	46
6.	INSTALAÇÕES FÍSICAS.....	47
6.1.	Biblioteca	47
6.2.	Áreas de ensino específicas	48
6.1.	Laboratórios	48
6.2.	Área de esporte e convivência	48
6.3.	Área de atendimento ao discente	48
7.	REFERÊNCIAS	49
8.	ANEXOS	50
8.1.	Resoluções	51

1. DETALHAMENTO DO CURSO

Denominação do Curso: Técnico em Marketing

Forma: Subsequente

Modalidade: Presencial

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Ato de Criação do curso: Resolução CONSUP nº 015/2018.

Quantidade de Vagas: 35 vagas

Turno de oferta: Noturno

Regime Letivo: Semestral

Regime de Matrícula: Por componente curricular

Carga horária total do curso: 840 horas relógio

Carga horária de Atividade Complementar de Curso: 40 horas relógio

Previsão de Tempo de duração do Curso: 2 semestres

Tempo máximo para Integralização Curricular: 4 semestres

Periodicidade de oferta: Anual

Local de Funcionamento: *Campus* Avançado Uruguiana – Endereço: Rua Monteiro Lobato, 4442 - Bairro Cabo Luis Quevedo - Uruguiana – RS.

2. CONTEXTO EDUCACIONAL

2.1. Histórico da Instituição

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (IFFar) foi criado a partir da Lei nº 11.892/2008, mediante a integração do Centro Federal de Educação Tecnológica de São Vicente do Sul com sua Unidade Descentralizada de Júlio de Castilhos e da Escola Agrotécnica Federal de Alegrete, além de uma Unidade Descentralizada de Ensino que pertencia ao Centro Federal de Educação Tecnológica de Bento Gonçalves, situada no município de Santo Augusto. Assim, o IFFar teve a sua origem a partir de quatro campi: *Campus São Vicente do Sul*, *Campus Júlio de Castilhos*, *Campus Alegrete* e *Campus Santo Augusto*.

No ano de 2010, o IFFar se expandiu com a criação do *Campus Panambi*, do *Campus Santa Rosa* e do *Campus São Borja*; no ano de 2012, com a transformação do Núcleo Avançado de Jaguari em *Campus*; em 2013, com a criação do *Campus Santo Ângelo* e com a implantação do *Campus Avançado de Uruguiana*. Em 2014, foi incorporado ao IFFar o Colégio Agrícola de Frederico Westphalen, que passou a chamar *Campus Frederico Westphalen*, e foram instituídos seis Centros de Referência nas cidades de Candelária, Carazinho, Não-Me-Toque, Santiago, São Gabriel e Três Passos.

Atualmente, o IFFar é constituído por dez campi e um *Campus Avançado*, os quais ofertam cursos de formação inicial e continuada, cursos técnicos de nível médio, cursos superiores e cursos de pós-graduação, além de outros Programas Educacionais fomentados pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), quatro Centros de Referência nas cidades de Candelária, Carazinho, Santiago e São Gabriel. Além de atuar em polos que ofertam Cursos Técnicos e Cursos de Graduação na modalidade de Ensino a Distância.

A Educação a Distância (EaD) é uma modalidade de ensino prevista no Art. 80 da LDB e regulamentada pelo Decreto nº 9.057/2017. A EaD se caracteriza como a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e de aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs), com estudantes e professores desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos.

EaD no IFFar é ofertada desde 2008, e tem permitido formar profissionais em nível médio e superior possibilitando assim a democratização e interiorização da educação nos mais diversos municípios do Estado. Atualmente, é ofertada em três perspectivas distintas que promovem cursos de nível médio e superior, conforme panorama a seguir.

A Rede E-Tec Brasil iniciou em 2008, através da Escola Agrotécnica Federal de Alegrete, hoje *Campus Alegrete*, enquanto um programa governamental financiado pelo FNDE que consiste em ofertar cursos técnicos na modalidade de Educação a Distância (EaD). Com a adesão dos demais campi do IFFar ao Programa, o IF Farroupilha tornou-se presente em mais de 30 municípios do RS, ofertando cursos técnicos na modalidade EaD.

O Sistema Universidade Aberta do Brasil (UAB), programa governamental financiado pela CAPES, visa ofertar cursos de graduação e de pós-graduação lato-sensu em todo o país através da EaD. No Rio Grande do Sul a UAB possui mais de 60 polos ativos, vinculados a prefeituras municipais ou instituições públicas que ofertam Ensino Superior. O IFFar ingressou na UAB em 2018, através do Edital CAPES nº 05/2018 que possibilitou a criação do Curso de Licenciatura em Matemática (em 2019), ofertado em sete polos. Nesse processo, os municípios de Santiago, de Candelária e de São Gabriel implantaram Polos UAB junto aos Centros de Referência do IFFar e o *Campus* Avançado de Uruguiana passou a ser Polo Associado UAB.

Desde 2014 o IFFar vem mobilizando esforços para promover cursos na modalidade EaD com fomento próprio, desvinculado dos programas governamentais. Esse trabalho se efetivou com a criação do Curso de Formação Pedagógica de Professores para Educação Profissional - EaD, em 2018, para o qual os campi do IFFar assumem a função de Polo EaD em propostas multicampi, em que o *campus* sede pode articular parceria com polos EaD de outros municípios, como o exemplo dos Cursos Subsequentes de Técnico em Comércio, do *Campus* Frederico Westphalen, do Técnico em Agroindústria, do *Campus* Alegrete e do Técnico em Administração, do *Campus* Santa Rosa iniciados em 2019.

A Reitoria do IFFar está localizada na cidade de Santa Maria, a fim de garantir condições adequadas para a gestão institucional, facilitando a comunicação e integração entre os campi. Enquanto autarquia, o IFFar possui autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar, atuando na oferta de educação básica, superior, pluricurricular e multicampi, especializada na oferta de Educação Profissional e Tecnológica nas diferentes modalidades de ensino. Nesse sentido, os Institutos são equiparados às universidades, como instituições acreditadoras e certificadoras de competências profissionais, além de detentores de autonomia universitária.

Com essa abrangência, o IFFar visa à interiorização da oferta de educação pública e de qualidade, atuando no desenvolvimento local a partir da oferta de cursos voltados para os arranjos produtivos, culturais, sociais e educacionais da região. Assim, o IFFar, com sua recente trajetória institucional, busca perseguir esse propósito, visando constituir-se em referência na oferta de educação profissional e tecnológica, comprometida com as realidades locais.

O IFFar *Campus* Avançado de Uruguiana, vinculado ao *Campus* de São Borja, teve, durante o ano de 2013, os primeiros passos para a sua implantação. Esse foi um momento de reuniões entre o Prefeito Municipal, Comissão local Pró-Implantação do IFFar e gestores da Instituição, com a finalidade de incluir Uruguiana na 3ª fase da expansão, o qual resultou em um protocolo de intenções Pró-Implantação.

Uruguiana foi um dos municípios selecionados pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC) do MEC para receber a unidade do IFFar, como parte da política de expansão dos Institutos Federais. É uma cidade polo com uma população de mais de 125 mil habitantes e cidade gêmea de Paso de Los Libres, que possui, segundo o censo de 2010, 47.782 habitantes.

Após sucessivas reuniões, decidiu-se contemplar Uruguiana com a implantação do *campus* em uma área de aproximadamente 3,3 hectares, sendo uma parte oriunda da doação de 2 edificações em cima de

um terreno com área de 13.300 m² e parte oriunda da doação de terreno anexo medido 20.000 m² pelo município de Uruguiana, localizado na rua Monteiro Lobato, 4442, Bairro Cabo Luís Quevedo.

A fim de que as atividades letivas pudessem iniciar antes do término das obras dos prédios em reforma na área cedida, a prefeitura de Uruguiana, através de um termo de cooperação, cedeu o prédio onde funcionou provisoriamente o *Campus* Avançado Uruguiana do IFFar até março de 2015, quando foram concluídas as obras e o prédio definitivo foi entregue ao Instituto pela Prefeitura Municipal de Uruguiana. Assim, a instituição iniciou suas atividades em 20 de novembro de 2013 e segue as atividades em 2015, com cursos PRONATEC FIC, Curso Técnico em Informática para Internet Concomitante (PRONATEC) e Curso Técnico em Informática Subsequente. Em 2016, dois novos cursos iniciaram suas atividades: Técnico em Informática para Internet e Técnico em Administração, ambos concomitantes e em 2018 iniciaram-se os cursos Técnicos Integrados em Administração e Informática.

De acordo com a Portaria MEC nº 1.291, de 30 de dezembro de 2013, o *Campus* Avançado é vinculado administrativamente a um *Campus* ou, em caráter excepcional, à Reitoria, e destinado ao desenvolvimento da educação profissional por meio de atividades de ensino e extensão circunscritas a áreas temáticas ou especializadas, prioritariamente por meio da oferta de cursos técnicos e de cursos de formação inicial e continuada.

2.2. Justificativa de oferta do curso

A oferta da Educação Profissional e Tecnológica no IFFar se dá em observância à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9.394/1996. Esta oferta também ocorre em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, propostas pela Resolução CNE/CEB nº 03, de 21 de novembro de 2018 e, em âmbito institucional, com as Diretrizes Institucionais da organização administrativo-didático-pedagógica para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio no IFFar e demais legislações nacionais vigentes.

Com a aprovação da Lei nº 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB), em 20 de dezembro de 1996, pelo Congresso Nacional, e com o Decreto nº 5.154 de 23 de julho de 2004 que regulamentou os artigos de LDB referentes à educação profissional, consolidaram-se os mecanismos para a reestruturação dos cursos técnicos, permitindo a utilização de todo o potencial que lhes são característicos.

Uruguiana situa-se na Microrregião Zona da Campanha Ocidental, conforme a subdivisão geográfica definida pelo IBGE, a qual é composta por 10 municípios. Uruguiana ocupa o 1º lugar no ranking populacional desses municípios, com 129.784 habitantes, seguido pelos municípios de Alegrete, São Borja, Itaqui, Quaraí, São Francisco de Assis, Manoel Viana, Maçambará, Barra do Quaraí e Garruchos, ainda segundo o IBGE, Uruguiana apresenta um PIB de R\$ 2.624.814,99 (mil). Tem o comércio e a prestação de serviços como duas importantes atividades econômicas ainda que não haja qualificação profissional para atender a essa demanda. Também tem grande importância estratégica comercial internacional, uma vez que está localizada equidistante de Porto Alegre, Montevideu, Buenos Aires e Assunção.

No âmbito da Educação Regular, de acordo com dados do IBGE de 2015 há 5.447 alunos matriculados no Ensino Médio. Ademais segundo informações da 10ª CRE apenas duas escolas oferecem Educação Profissional, um Curso Normal (Magistério) e outro Pós-Médio em Comércio Exterior. Nessa perspectiva, há uma defasagem no que diz respeito à preparação de jovens para o mercado de trabalho.

Nesse sentido o Curso Técnico em Marketing Subsequente tem o intuito de suprir esta lacuna na formação para o mercado de trabalho, uma vez que atualmente em Uruguiana poucas instituições oferecem esta proposta. Este curso por seus viés de curta duração (1 ano e meio) tem a possibilidade de atrair tanto profissionais em busca de qualificação como alunos concluintes do ensino médio que estão a procura de formação e do rápido ingresso no mercado de trabalho. Também proporciona a verticalização do ensino para os discentes dos cursos técnicos em administração concomitante e integrado em vigência no *Campus Avançado Uruguiana*.

Salienta-se ainda que apesar de todo o potencial no setor de serviços e de toda a atividade existente os estabelecimentos locais ainda carecem de profissionais com formação nesta área que estejam aptos a auxiliar em pesquisas de mercado, marketing digital e melhores práticas de atendimento e vendas o que reforça a necessidade de formação de tais profissionais.

Com a aprovação pelo Congresso Nacional da Lei nº 12.723, de 9 de outubro de 2012, que autoriza o funcionamento de free shops para a venda de mercadorias nas cidades-gêmeas de fronteira dentre as quais se inclui Uruguiana, espera-se que a implantação movimente a economia do município, e com isso gere emprego e renda. Deste modo, as potencialidades que tal medida impõe ao setor de serviços da cidade são inúmeras, favorecendo a formação de profissionais que estejam preparados para enfrentar este novo cenário.

Além disso, com o atual grupo de docentes e servidores técnico-administrativos bem como a infraestrutura disponível não haveria maiores dificuldades para realização do curso pretendido, ressalta-se também que em consulta a entidades locais, o Técnico em Marketing Subsequente mostrou-se como viável dentre as possibilidades do catálogo nacional por apresentar objetivos compatíveis às necessidades do contexto regional.

Deste modo, este curso tem o propósito de contribuir para o desenvolvimento local e regional de modo a qualificar o setor de comércio e serviços tão proeminentes no município, vindo ao encontro da realidade do mundo do trabalho, assim como os objetivos do IF Farroupilha.

2.3. Objetivos do Curso

2.3.1. 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.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Formar profissionais para atuarem com visão integrada e com domínio de técnicas e práticas;
- Compreender os fundamentos da administração bem como a dinâmica organizacional;
- Entender as particularidades do marketing e serviços e varejo;
- Compreender aspectos do comportamento do consumidor;
- Elaborar e analisar pesquisas de marketing;
- Organizar e executar planos de marketing;
- Analisar o contexto e as potencialidades dos negócios internacionais, em especial na tríplice fronteira;
- Promover a interação entre cliente e organização;
- Preparar técnicos para atuarem na melhoria e no desenvolvimento local e regional;
- Oportunizar condições de profissionalização em curto prazo para alunos que concluíram o ensino médio;
- Proporcionar qualificação de curto prazo para os profissionais que atuam em empreendimentos e negócios locais;
- Formar profissionais conscientes das responsabilidades quanto à ética e o comprometimento profissional;
- Colocar à disposição da sociedade um profissional apto ao exercício de suas funções, consciente de suas responsabilidades e capaz de intervir de forma crítica e reflexiva em seu ambiente de trabalho;

2.4. Requisitos e formas de acesso

Para ingresso no Curso Técnico em Marketing Subsequente será obrigatória à comprovação de conclusão do ensino médio mediante apresentação do histórico escolar.

São formas de ingresso:

- a) Processo Seletivo: conforme previsão institucional em regulamento e edital específico;
- b) Transferência: conforme regulamento institucional vigente ou determinação legal.

3. POLÍTICAS INSTITUCIONAIS NO ÂMBITO DO CURSO

As políticas institucionais de Ensino, Pesquisa e Extensão, Empreendedorismo e Inovação desenvolvidas no âmbito do Curso estão em consonância com as políticas constantes no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do IFFar, as quais convergem e contemplam as necessidades do curso. Ao se falar sobre indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, cabe ressaltar que cada uma dessas atividades, mesmo

que possa ser realizada em tempos e espaços distintos, tem um eixo fundamental: constituir a função social da instituição de democratizar o saber e contribuir para a construção de uma sociedade ética e solidária.

3.1. Projetos e Programas de Ensino

O IFFar oferta cursos e programas de formação inicial e continuada, de educação profissional técnica de nível médio e de educação superior de graduação e de pós-graduação, desenvolvidos articuladamente à pesquisa e à extensão, sendo o currículo fundamentado em bases filosóficas, epistemológicas, metodológicas, socioculturais e legais, expressas no Projeto Pedagógico Institucional (PPI) e norteadas pelos princípios da estética, da sensibilidade, da política, da igualdade, da ética, da identidade, da interdisciplinaridade, da contextualização, da flexibilidade e da educação como processo de formação na vida e para a vida, a partir de uma concepção de sociedade, trabalho, cultura, ciência, tecnologia e ser humano.

A instituição oferece, além das atividades de ensino realizadas no âmbito do currículo, o financiamento a Projetos de Ensino por meio do Programa Institucional de Projetos de Ensino (PROJEN). Esse programa visa ao aprofundamento de temas relacionados à área formativa do curso, temas nos quais os estudantes participantes podem atuar como bolsistas, monitores, público-alvo ou para aprofundar conhecimentos.

- Os Projetos de Ensino – constituem-se por conjuntos de atividades desenvolvidas externamente à sala de aula, não computadas entre as atividades previstas para cumprimento do Projeto Pedagógico de Curso. Os projetos que visam à melhoria do processo de ensino e de aprendizagem nos cursos técnicos e de graduação e destinam-se exclusivamente à comunidade interna, com o envolvimento obrigatório de discentes, como público-alvo.
- Programas de Monitoria – a monitoria constitui-se como atividade auxiliar de ensino com vista à melhoria do processo de Ensino e de aprendizagem nos componentes curriculares dos Projetos Pedagógicos de Cursos do IFFar. O Programa de Monitoria tem como objetivos auxiliar na execução de programas e atividades voltadas à melhoria do processo de ensino e de aprendizagem, apoiar o corpo docente no desenvolvimento de práticas pedagógicas e na produção de material didático, bem como prestar apoio aos estudantes que apresentam dificuldade de aprendizagem em componentes curriculares.

3.2. Projetos e Programas de Pesquisa, de empreendedorismo e de inovação

A pesquisa pressupõe a interligação entre trabalho, ciência, tecnologia e cultura para a busca de soluções. A pesquisa deve vir ancorada em dois princípios: o científico, que se consolida na construção da ciência e o educativo, que diz respeito à atitude de questionamento diante da realidade. A organização das atividades de pesquisa no IFFar pode ser melhor definida a partir de três conceitos estruturantes, conforme segue:

- Projetos de pesquisa – As atividades de pesquisa são formalizadas e registradas na forma de projetos de pesquisa, com padrões institucionais seguindo as normas nacionais vigentes. Todo o projeto deve estar vinculado a um grupo de pesquisa.
- Grupos de pesquisa – As pessoas envolvidas diretamente nas atividades de pesquisa (pesquisadores) são organizadas na forma de grupos de pesquisa. Os grupos, por sua vez, são estruturados em linhas de pesquisa, que agregam pesquisadores experientes e iniciantes, bem como estudantes de iniciação científica e tecnológica. Todos os grupos de pesquisa são cancelados junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
- Financiamento – o financiamento de projetos de pesquisa se dá de diferentes formas:

a) recursos institucionais para custeio das atividades de pesquisa, bem como manutenção e ampliação da infraestrutura de pesquisa;

b) bolsas institucionais de iniciação científica ou tecnológica para estudantes de ensino técnico e superior (graduação e pós-graduação);

c) bolsas de iniciação científica ou tecnológica para estudantes, financiadas por instituições ou agências de fomento à pesquisa (ex.: FAPERGS, CNPq, CAPES, entre outras);

d) recursos para custeio e apoio a projetos e bolsas de iniciação científica e tecnológica para estudantes, financiadas por entidades ou instituições parceiras, via fundação de apoio.

De maneira a contribuir diretamente no desenvolvimento econômico e social e na superação de desafios locais, o IFFar busca desenvolver ações voltadas ao empreendedorismo e a inovação articulados com os setores produtivos, sociais, culturais, educacionais, locais, entre outros.

O IFFar conta com os seguintes Programas de apoio ao empreendedorismo e inovação:

- Programa de incentivo à implantação de empresas juniores – Objetiva o apoio e financiamento de ações de implantação de empresas juniores nos *campi* do IFFar;
- Programa de apoio à implantação de unidades de incubação nos *campi* – Busca oferecer recursos para a implantação de unidades incubadoras nos *campi*, vinculados à seleção de empreendimentos para a incubação interna no IFFar;
- Programa de apoio a projetos de pesquisa aplicada e inovação – Fornece suporte a projetos de pesquisa científica e tecnológica aplicada ou de extensão tecnológica que contribuam significativamente para o desenvolvimento científico e tecnológico cooperados entre o IFFar e instituições parceiras demandantes, incentivando a aproximação do IFFar com o setor produtivo, gerando parcerias para o desenvolvimento de inovações em produtos ou processos além de inserir o estudante no âmbito da pesquisa aplicada e aproximá-lo ao setor gerador de demandas;

3.3. Projetos e Programas de Extensão

A extensão no IFFar é compreendida como um processo educativo, cultural, social, científico e tecnológico visando ao desenvolvimento socioeconômico, ambiental e cultural, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa. Sendo assim, promove a interação transformadora entre a instituição, os segmentos sociais e o mundo do trabalho local e regional, com ênfase na produção, no desenvolvimento e na difusão de conhecimentos científicos e tecnológicos.

Para isso, o IFFar assume uma política de extensão baseada nos princípios da inovação e do empreendedorismo, articulando o saber fazer à realidade socioeconômica, cultural e ambiental da região, comprometida com o desenvolvimento acadêmico dos estudantes e com a transformação social.

Os programas institucionais de Extensão visam viabilizar a consecução das Políticas de Extensão. Os programas encontram-se divididos da seguinte forma:

- Programa de Arte e Cultura – Visa a reconhecer e a valorizar a diversidade cultural, étnica e regional brasileira no âmbito das regiões de atuação do IFFar, bem como valorizar e difundir as criações artísticas e os bens culturais, promover o direito à memória, ao patrimônio histórico e artístico, material e imaterial, propiciando o acesso à arte e à cultura às comunidades. As linhas de extensão de artes cênicas, artes integradas, artes plásticas, artes visuais, mídias, música e patrimônio cultural, histórico e natural.
- Programa Institucional de Apoio ao Desenvolvimento e Integração da Faixa de Fronteira Farroupilha – PIADIFF – Almeja o desenvolvimento de ações de Extensão na faixa de fronteira que fomentem a constante geração de oportunidades para o exercício da cidadania e melhoria da qualidade de vida de suas populações, permitindo a troca de conhecimentos e de mobilidade acadêmica/intercâmbios.
- Programa Institucional de Inclusão Social – PIISF – Tem como finalidade desenvolver ações de Extensão que venham a atender comunidades em situação de vulnerabilidade social no meio urbano e rural, utilizando-se das dimensões operativas da Extensão, como forma de ofertar cursos/projetos de geração de trabalho e renda, promoção de igualdade racial, de gênero e de pessoas com deficiência, inclusão digital e segurança alimentar/nutricional.
- Programa de Acompanhamento de Egressos – PAE – Conjunto de ações que visam a acompanhar o itinerário profissional do egresso, na perspectiva de identificar cenários junto ao mundo produtivo e retroalimentar o processo de ensino, pesquisa e extensão. Os programas acima descritos buscam estimular a participação de servidores docentes e técnico-administrativos em educação em ações de extensão, bem como dos discentes, proporcionando o aprimoramento da sua formação profissional. Ao mesmo tempo constituem-se em estratégias de interação com os diferentes segmentos da comunidade local e regional, visando à difusão de conhecimentos e o desenvolvimento tecnológico.

Os estudantes do Curso Técnico em Marketing são estimulados a participar dos projetos e atividades na área de ensino, pesquisa, extensão empreendedorismo e inovação, os quais poderão ser aproveitados no âmbito do currículo como atividades complementares, conforme normativa prevista neste PPC.

3.4. Políticas de Atendimento ao discente

Seguem nos itens abaixo as políticas do IFFar voltadas ao apoio aos discentes, destacando as políticas de assistência estudantil, apoio pedagógico e educação inclusiva.

3.4.1. Assistência Estudantil

A Assistência Estudantil do IFFar é uma Política de Ações, que têm como objetivos garantir o acesso, a permanência, o êxito e a participação de seus alunos no espaço escolar. A Instituição, atendendo o Decreto nº7234, de 19 de julho de 2010, que dispõe sobre o Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES), aprovou por meio de resolução específica a Política de Assistência Estudantil do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, a qual estabelece os princípios e eixos que norteiam os programas e projetos desenvolvidos nos seus Campi.

A Política de Assistência Estudantil abrange todas as unidades do IFFar e tem entre os seus objetivos: promover o acesso e permanência na perspectiva da inclusão social e da democratização do ensino; assegurar aos estudantes igualdade de oportunidades no exercício de suas atividades curriculares; promover e ampliar a formação integral dos estudantes, estimulando a criatividade, a reflexão crítica, as atividades e os intercâmbios de caráter cultural, artístico, científico e tecnológico; bem como estimular a participação dos educandos, por meio de suas representações, no processo de gestão democrática.

Para cumprir com seus objetivos, o setor de Assistência Estudantil possui alguns programas como: Programa de Segurança Alimentar e Nutricional; Programa de Promoção do Esporte, Cultura e Lazer; Programa de Atenção à Saúde; Programa de Apoio Didático-Pedagógico, entre outros.

Dentro de cada um desses programas existem linhas de ações, como, por exemplo, auxílios financeiros aos estudantes, prioritariamente aqueles em situação de vulnerabilidade social (auxílio permanência, auxílio transporte, auxílio às atividades extracurriculares remuneradas, auxílio alimentação) e, em alguns Campi, moradia estudantil.

A Política de Assistência Estudantil, bem como os programas, projetos e ações são concebidos como um direito do estudante, garantido e financiado pela Instituição por meio de recursos federais, assim como pela destinação de, no mínimo, 5% do orçamento anual de cada *campus* para este fim.

Para o desenvolvimento destas ações, cada *campus* do IFFar possui em sua estrutura organizacional uma Coordenação de Assistência Estudantil (CAE), que, juntamente com uma equipe especializada de profissionais e de forma articulada com os demais setores da Instituição, trata dos assuntos relacionados ao acesso, permanência, sucesso e participação dos alunos no espaço escolar.

A CAE do *Campus Avançado Uruguiana* é composta por uma equipe multiprofissional de 4 servidoras: duas Assistentes de Alunos, uma Assistente Social e uma Enfermeira, e possui infraestrutura adequada para as organizações estudantis.

3.4.2. Apoio Didático-Pedagógico ao Estudante

O apoio didático-pedagógico é outro eixo basilar de ações destinadas à Assistência Estudantil. Isso porque a instituição compreende que o processo de ensino e aprendizagem e o desenvolvimento do discente ao longo desse processo são elementos fundamentais para a permanência do estudante na instituição de Ensino. O apoio didático-pedagógico busca identificar, fundamentar e analisar as dificuldades ao longo do processo de ensino e aprendizagem com o objetivo de construir ações para superá-las, e consequentemente, para melhorar o desempenho acadêmico dos estudantes.

Com esse intuito foi criado o Programa de Apoio Didático-Pedagógico aos Estudantes do IFFar. O Programa indica atividades de acompanhamento dos estudantes, realizadas no contraturno escolar, com a finalidade de garantir condições para a permanência e o êxito acadêmico; de respeitar as especificidades do desenvolvimento da aprendizagem de cada estudante, ou seja, suas necessidades, fragilidades e potencialidades. O objetivo geral é atuar, em conjunto com o setor pedagógico da instituição, com ações didático-co-pedagógicas junto aos discentes para qualificar os processos de ensino e aprendizagem e para a permanência e o êxito escolar discente. Os objetivos específicos compreendem:

- Promover, entre os estudantes, uma reflexão crítica com relação a sua trajetória escolar, buscando identificar fragilidades e potencialidades;
- Estabelecer e fortalecer estratégias de recuperação para os estudantes de menor rendimento;
- Realizar acompanhamento e orientação dos estudantes no que tange aos processos de ensino e aprendizagem.

As linhas de ação, prioritariamente de caráter coletivo, para alcançar esses objetivos junto a todos os estudantes regularmente matriculados dos campi e, especialmente, aos estudantes que apresentem dificuldades relacionadas ao processo de ensino e aprendizagem são as seguintes:

- Oficinas temáticas, palestras e workshops relacionados ao processo de ensino-aprendizagem e/ou a temas a ele conexos;
- Monitoria;
- Trabalho em grupos;
- Novas construções de aprendizagem;
- Grupos de estudo;
- Outras ações de apoio didático-pedagógico.

3.4.3. Atividades de Nivelamento

Entende-se por nivelamento as ações de recuperação de aprendizagens e o desenvolvimento de atividades formativas que visem a revisar conhecimentos essenciais para o que o estudante consiga avançar no itinerário formativo de seu curso com aproveitamento satisfatório. Apresentadas como atividades extra-

curriculares, visam sanar algumas dificuldades de acompanhamento pedagógico no processo escolar anterior a entrada no curso técnico. Considerando que nem todos os estudantes tiveram as mesmas oportunidades formativas e visando a garantir as condições para o sucesso acadêmico dos ingressantes, os PPCs dos cursos deverão prever formas de recuperar conhecimentos essenciais, a fim de proporcionar a todos as mesmas oportunidades de sucesso.

Tais atividades serão asseguradas ao estudante, por meio de:

- a) atividades de recuperação paralela serão praticadas com o objetivo que o estudante possa recompor aprendizados durante o período letivo;
- b) projetos de ensino elaborados pelo corpo docente do curso, aprovados no âmbito do Programa Institucional de Projetos de Ensino, voltados para conteúdos/temas específicos com vistas à melhoria da aprendizagem nos cursos Concomitantes;
- c) programas de educação tutorial, que incentivem grupos de estudo entre os estudantes de um curso, com vistas à aprendizagem cooperativa;
- d) atividades formativas promovidas pelo curso, para além das atividades curriculares que visem subsidiar/sanar as dificuldades de aprendizagem dos estudantes;
- e) outras atividades de orientação, monitorias, recuperação paralela, projetos de ensino e demais ações a serem planejadas e realizadas ao longo do curso conforme identificação das necessidades dos alunos.

3.4.4. Atendimento Pedagógico, Psicológico e Social

O IFFar *Campus Avançado de Uruguiana* possui uma equipe de profissionais voltada ao atendimento aos estudantes como assistente social, e assistente de alunos. A partir do organograma institucional estes profissionais atuam em setores como: Coordenação de Assistência Estudantil (CAE), Coordenação de Ações Inclusivas (CAI) e Núcleo Pedagógico Integrado (NPI), os quais desenvolvem ações que tem como foco o atendimento ao discente.

O atendimento compreende atividades de orientação e apoio ao processo de ensino e aprendizagem, tendo como foco não apenas o estudante, mas todos os sujeitos envolvidos, resultando, quando necessário, na reorientação deste processo.

As atividades de apoio atenderão a demandas de caráter pedagógico, psicológico e social, entre outros, através do atendimento individual e/ou em grupos, com vistas à promoção, qualificação e ressignificação dos processos de ensino e aprendizagem.

Os estudantes com necessidade especiais de aprendizagem terão atendimento educacional especializado pelo Núcleo de Apoio às Pessoas com Necessidades Educacionais Especiais (NAPNE), que visa oferecer suporte ao processo de ensino e aprendizagem de estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades/superdotação, envolvendo também orientações metodológicas aos docentes para a adaptação do processo de ensino às necessidades destes sujeitos.

Algumas ações desenvolvidas com vistas ao atendimento estudantil, como: recuperação de estudos, contato permanente com as famílias e orientação e prevenção à saúde.

3.4.5. Educação Inclusiva

Entende-se como inclusão escolar a garantia de acesso e permanência do estudante na instituição de ensino e do acompanhamento e atendimento do egresso no mundo do trabalho, respeitando as diferenças individuais, especificamente, das pessoas com deficiência, diferenças étnicas, de gênero, cultural, socioeconômica, entre outros.

O IFFar priorizará ações inclusivas voltadas às especificidades dos seguintes grupos e relações sociais, com vistas à garantia de igualdade de condições e de oportunidades educacionais:

I - Pessoa com Necessidades Educacionais Específicas:

- a) pessoa com deficiência;
- b) pessoa com transtorno do espectro do autismo;
- c) pessoa com altas habilidades/superdotação;
- d) pessoa com transtornos de aprendizagem.

II – relações que envolvem gênero e diversidade sexual (NUGEDIS);

III – relações étnico-raciais (NEABIs).

Para a efetivação das ações inclusivas, o IFFar constituiu o Plano Institucional de Inclusão, que promoverá ações com vistas ao/a:

I - aprimoramento do processo educacional, visando a garantir condições de acesso, permanência, participação e êxito na aprendizagem, por meio da oferta de serviços e de recursos de acessibilidade e Tecnologias Assistivas (TA) que eliminem as barreiras;

II - possibilidade de flexibilizações curriculares, atendimento educacional especializado (AEE), quando couber, assim como os demais atendimentos e/ou acompanhamentos, para atender às características dos estudantes e garantir o seu pleno acesso ao currículo em condições de igualdade, promovendo a conquista e o exercício de sua autonomia;

III - oferta de educação bilíngue, em Libras como primeira língua e na modalidade escrita da língua portuguesa como segunda língua para estudantes surdos;

IV - pesquisas voltadas para o desenvolvimento de novos métodos e técnicas pedagógicas, de materiais didáticos, de equipamentos e de recursos de Tecnologias Assistivas - TA;

V - participação dos estudantes e de suas famílias nas diversas instâncias de atuação da comunidade escolar;

VI - adoção de medidas de apoio que favoreçam o desenvolvimento dos aspectos linguísticos, culturais, vocacionais e profissionais, levando-se em conta o talento, a criatividade, as habilidades e os interesses do estudante;

VII - adoção de ações de formação inicial e continuada de professores e de formação continuada para o AEE;

VIII - formação e disponibilização de professores para o AEE, de tradutores intérpretes de Libras e de profissionais de apoio, nos casos estabelecidos conforme a legislação vigente;

IX - oferta de ensino da disciplina de Libras como disciplina optativa para estudantes ouvintes, de forma a ampliar habilidades funcionais dos estudantes, promovendo sua autonomia e participação;

X - inclusão em conteúdos curriculares, em cursos de nível superior e de educação profissional técnica e tecnológica, de temas relacionados à inclusão nos respectivos campos de conhecimento;

XI - acesso de todos os estudantes, em igualdade de condições, a jogos e a atividades recreativas, esportivas e de lazer;

XII - acessibilidade para todos os estudantes, trabalhadores da educação e demais integrantes da comunidade escolar às edificações, aos ambientes e às atividades concernentes a todas as modalidades, etapas e níveis de ensino;

XIII - possibilidade de certificação por terminalidade específica, nos casos estabelecidos conforme a legislação vigente.

XIV – possibilidade do uso do nome social, nos casos estabelecidos conforme a legislação vigente;

XV – resguardo de, pelo menos, um banheiro sem distinção de gênero, em cada unidade.

A certificação por terminalidade específica, a oferta de AEE, as flexibilizações curriculares e o uso do nome social são regulados por documentos próprios no IFFar.

Para auxiliar na operacionalização da Política de Educação Inclusiva, o *Campus* conta com a Coordenação de Ações Inclusivas (CAI), que abarca os seguintes Núcleos: Núcleo de Apoio às Pessoas com Necessidades Especiais (NAPNE), Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABI) e Núcleo de Gênero e Diversidade Sexual (NUGEDIS). Há também, na Reitoria, o Núcleo de Elaboração e Adaptação de Materiais Didático/pedagógicos – NEAMA do IFFar. (Resolução CONSUP nº 033/2014), que tem como objetivo principal o desenvolvimento de materiais didático/pedagógicos acessíveis.

3.4.5.1. Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (NAPNE)

O Núcleo de Apoio as Pessoas com Necessidades Educacionais Especiais tem como objetivo promover a cultura da educação para convivência, aceitação da diversidade e, principalmente, a quebra de barreiras

arquitetônicas, educacionais na instituição, de forma a promover inclusão de todos na educação. Ao NAP-NE compete:

- Apreciar os assuntos concernentes: à quebra de barreiras arquitetônicas, educacionais e atitudinais; atendimento de pessoas com necessidades educacionais especiais no *campus*; à revisão de documentos visando à inserção de questões relativas à inclusão no ensino regular, em âmbito interno e externo; promover eventos que envolvam a sensibilização e capacitação de servidores em educação para as práticas inclusivas em âmbito institucional;
- Articular os diversos setores da instituição nas diversas atividades relativas à inclusão dessa clientela, definindo prioridades de ações, aquisição de equipamentos, software e material didático-pedagógico a ser utilizado nas práticas educativas;
- Prestar assessoramento aos dirigentes do *campus* do IFFar em questões relativas à inclusão de Pessoas com Necessidades Educacionais Especiais - PNEs.

Tendo em vista o acesso significativo de estudantes que fazem parte do público-alvo da Educação Especial nos diferentes níveis e modalidades de Educação no IF Farroupilha, e considerando o Decreto nº 7.611/2011 e a Lei nº 12.764/12, essa instituição implementou o Atendimento Educacional Especializado (AEE). O Regulamento do AEE no IFFar (Resolução nº 015/15) define como alunado desse atendimento os estudantes com deficiência, com transtorno do espectro do autismo, que apresentam altas habilidades/superdotação e transtornos globais de desenvolvimento, seguindo as indicações da Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva (BRASIL, 2008). Trata-se de um serviço oferecido no turno oposto ao turno de oferta regular do estudante, no qual um profissional com formação específica na área, desenvolve atividades de complementação e suplementação dos conteúdos desenvolvidos na sala de aula comum. Esse atendimento é realizado em uma Sala de Recursos Multifuncionais e prevê, além do uso de recursos diferenciados, orientações aos professores.

3.4.5.2. Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABI)

O NEABI - Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas é constituído por grupos de Ensino, Pesquisa e Extensão voltados para o direcionamento de estudos e ações para as questões étnico-raciais. A intenção é implementar as leis nº 10.639/2003 e nº 11.645/2008 que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino da História e Culturas Afro-brasileira e Indígena.

Nessa perspectiva passamos, a seguir, esclarecer os objetivos do NEABI:

- Promover encontros de reflexão, palestras, minicursos, cine-debates, oficinas, roda de conversas, seminários, semanas de estudos com alunos dos cursos Técnicos Integrados, Subsequentes, Licenciaturas, Tecnológicos, Bacharelados, Pós-Graduação, Docentes e Técnicos em Educação, para o conhecimento e a valorização da história dos povos africanos, da cultura Afro-brasileira, da cultura indígena e da diversidade na construção histórica e cultural do país;

- Estimular, orientar e assessorar nas atividades de ensino dinamizando abordagens interdisciplinares que focalizem as temáticas de História e Cultura Afro-brasileiras e Indígenas no âmbito dos currículos dos diferentes cursos ofertados pelo *campus*;
- Promover a realização de atividades de extensão promovendo a inserção do NEABI e o IFFar na comunidade local e regional contribuindo de diferentes formas para o seu desenvolvimento social e cultural;
- Contribuir em ações educativas desenvolvidas em parceria com o NAPNE, Núcleo de Estudo de Gênero, Núcleo de Educação Ambiental fortalecendo a integração e consolidando as práticas da Coordenação de Ações Inclusivas;
- Propor ações que levem a conhecer o perfil da comunidade interna e externa do *campus* nos aspectos étnico-raciais;
- Implementar as leis nº 10.639/03 e nº 11.645/03 que instituiu as Diretrizes Curriculares, que está pautada em ações que direcionam para uma educação pluricultural e pluriétnica, para a construção da cidadania por meio da valorização da identidade étnico-racial, principalmente de negros, afrodescendentes e indígenas;
- Fazer intercâmbio em pesquisas e socializar seus resultados em publicações com as comunidades interna e externa ao Instituto: universidades, escolas, comunidades negras rurais, quilombolas, comunidades indígenas e outras instituições públicas e privadas;
- Motivar e criar possibilidades de desenvolver conteúdos curriculares e pesquisas com abordagens multi e interdisciplinares de forma contínua;
- Participar como ouvinte, autor, docente, apresentando trabalhos em seminários, jornadas e cursos que tenham como temáticas a Educação, História, Ensino de História, Histórias e Culturas Afro-brasileiras e Indígenas, Educação e Diversidade, formação inicial e continuada de professores;
- Colaborar com ações que levem ao aumento do acervo bibliográfico relacionado às Histórias e Culturas Afro-brasileiras e Indígenas, e a educação pluriétnica no *campus*;
- Incentivar a criação de grupos de convivência da cultura afro-brasileira e indígena, em especial com os alunos do *campus*.

3.4.5.3. Núcleo de Gênero e Diversidade Sexual (NUGEDIS)

As questões de gênero e diversidade sexual estão presentes nos currículos espaços, normas, ritos, rotinas e práticas pedagógicas das instituições de ensino. Não raro, as pessoas identificadas como dissonantes em relação às normas de gênero e à matriz sexual são postas sob a mira preferencial de um sistema de controle e vigilância que, de modo sutil e profundo, produz efeitos sobre todos os sujeitos e os processos de ensino e aprendizagem. Histórica e culturalmente transformada em norma, produzida e reiterada, a heterossexualidade obrigatória e as normas de gênero tornam-se o baluarte da heteronormatividade e da

dualidade homem e mulher. As instituições de ensino acabam por se empenhar na reafirmação e no êxito dos processos de incorporação das normas de gênero e da heterossexualização compulsória.

Com intuito de proporcionar mudanças de paradigmas sobre a diferença, mais especificamente sobre gênero e heteronormatividade, o Núcleo de Gênero e Diversidade Sexual (NUGEDIS), considerando os documentos institucionais, tais como a Política de Diversidade e Inclusão do IFFar e a Instrução Normativa nº 03, de 02 de Junho 2015, que dispõe sobre a utilização do nome social no âmbito do IF Farroupilha, tem como objetivo proporcionar espaços de debates, vivências e reflexões acerca das questões de gênero e diversidade sexual, na comunidade interna e externa, viabilizando a construção de novos conceitos de gênero e diversidade sexual, rompendo barreiras educacionais e atitudinais na instituição, de forma a promover inclusão de todos na educação.

3.5. Programa Permanência e êxito (PPE)

Em 2014, o IFFar implantou o Programa Permanência e Êxito dos Estudantes da instituição, homologado pela Resolução CONSUP nº 178, de 28 de novembro de 2014. O objetivo do Programa é consolidar a excelência da oferta da EBPTT de qualidade e promover ações para a permanência e o êxito dos estudantes no IF Farroupilha. Além disso, busca socializar as causas da evasão e retenção no âmbito da Rede Federal; propor e assessorar o desenvolvimento de ações específicas que minimizem a influência dos fatores responsáveis pelo processo de evasão e de retenção, categorizados como: individuais do estudante, internos e externos à instituição; instigar o sentimento de pertencimento ao IFFar e consolidar a identidade institucional; e atuar de forma preventiva nas causas de evasão e retenção.

Visando a implementação do Programa, o IFFar institui em seus campi ações, como: sensibilização e formação de servidores; pesquisa diagnóstica contínua das causas de evasão e retenção dos alunos; programas de acolhimento e acompanhamento aos alunos; ampliação dos espaços de interação entre a comunidade externa, a instituição e a família; prevenção e orientação pelo serviço de saúde dos campi; programa institucional de formação continuada dos servidores; ações de divulgação da Instituição e dos cursos; entre outras.

Através de projetos como o Programa Permanência e Êxito dos Estudantes, o IFFar trabalha em prol do Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES/2010).

3.6. Acompanhamento de Egressos

O IFFar concebe o acompanhamento de egressos como uma ação que visa ao planejamento, definição e retroalimentação das políticas educacionais da instituição, a partir da avaliação da qualidade da formação ofertada e da interação com a comunidade.

Além disso, o acompanhamento de egressos visa ao desenvolvimento de políticas de formação continuada, com base nas demandas do mundo do trabalho, reconhecendo como responsabilidade da instituição o atendimento aos seus egressos.

A instituição mantém programa institucional de acompanhamento de egresso, a partir de ações contínuas e articuladas, entre as Pró-Reitorias de Ensino, Extensão e Pesquisa, Pós-graduação e Inovação e Coordenação de Cursos.

3.7. Mobilidade Acadêmica

O IFFar mantém programas de mobilidade acadêmica entre instituições de ensino do país e instituições de ensino estrangeiras, através de convênios interinstitucionais ou através da adesão a programas governamentais, visando incentivar e dar condições para que os estudantes enriqueçam seu processo formativo a partir do intercâmbio com outras instituições e culturas.

As normas para a Mobilidade Acadêmica estão definidas e regulamentadas em documentos institucionais próprios.

4. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

4.1. Perfil do Egresso

De acordo com o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos, o Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios compreende tecnologias associadas aos instrumentos, técnicas e estratégias utilizadas na busca da qualidade, produtividade e competitividade das organizações.

Abrange ações de planejamento, avaliação e gerenciamento de pessoas e processos referentes a negócios e serviços presentes em organizações públicas ou privadas de todos os portes e ramos de atuação.

Este eixo caracteriza-se pelas tecnologias organizacionais, viabilidade econômica, técnicas de comercialização, ferramentas de informática, estratégias de marketing, logística, finanças, relações interpessoais, legislação e ética.

O profissional Técnico em Marketing, de modo geral, no Instituto Federal Farroupilha, recebe formação que o habilita para executar ações de marketing; realizar análises de vendas, preços e produtos; executar o controle e a gerência de estatísticas de operações de telemarketing; elaborar estudos de mercado e de comportamento do consumidor; projetar e implementar planos de marketing; desenvolver projetos de comunicação, fidelização de clientes bem como a relação com fornecedores e outras entidades; divulgar e promover produtos e serviços na internet; realizar análises de mercados internacionais e operacionalizar a apresentação dos serviços e produtos no ponto de venda.

Ainda recebe formação que habilita para:

- Compreender o processo de administração com noções de planejamento, organização, direção e controle;
- Analisar o composto de marketing, ambiente de marketing e segmentação de mercado;
- Desenvolver e gerenciar o portfólio de serviços;
- Determinar o marketing mix e gerenciamento no varejo;
- Compreender e analisar relatórios estatísticos;
- Executar o envio de correspondência de marketing usando mala direta, manipulação de planilhas eletrônicas e utilização de processadores de texto;
- Praticar a comunicação oral e escrita assim como a organização de texto técnico;
- Desenvolver o processo de pesquisa de marketing: planejamento, coleta, execução;
- Analisar os canais de marketing online; estratégias e ferramentas de marketing digital; mídias sociais e redes sociais;
- Examinar os conceitos e práticas do marketing internacional bem como as características dos mercados regionais;
- Atuar no relacionamento da organização com seus públicos de interesse (stakeholders) e na gestão do relacionamento com os clientes (CRM);
- Realizar venda pessoal e atendimento ao cliente.

O IFFar, em seus cursos, ainda prioriza a formação de profissionais para:

- Atuar na sociedade de forma comprometida com o desenvolvimento regional sustentável;
- Agir com base em princípios éticos, democráticos e solidários, respeitando e valorizando as diversidades e as diferenças individuais;
- Reconhecer a importância do conhecimento científico, em suas diversas áreas, para a construção de soluções inovadoras com vistas na melhoria das condições de vida;
- Identificar o trabalho como atividade humana voltada a atender as necessidades subjetivas e objetivas da vida em sociedade;
- Analisar criticamente as relações estabelecidas no mundo do trabalho de forma a identificar seus direitos e deveres como trabalhador, exercendo plenamente sua cidadania;
- Reconhecer-se como sujeito em constante formação, por meio do compartilhamento de saberes no âmbito do trabalho e da vida social.

4.2. Organização curricular

A Educação Profissional Técnica de Nível Médio (EPTNM) é desenvolvida nas formas integrada, articulada e subsequente ao Ensino Médio, sendo a subsequente, desenvolvida em cursos destinados exclusiva-

mente a quem já tenha concluído o Ensino Médio. Os cursos subsequentes estão organizados com períodos semestrais e matrículas por disciplina. A concepção do currículo do Curso Técnico em Marketing Subsequente tem como premissa a articulação entre a formação acadêmica e o mundo do trabalho, possibilitando a articulação entre os conhecimentos construídos nas diferentes disciplinas do curso com a prática real de trabalho, propiciando a flexibilização curricular e a ampliação do diálogo entre as diferentes áreas de formação.

4.2.1. Núcleos de formação

O currículo do Curso Técnico em Marketing Subsequente está organizado a partir de 03 (três) núcleos de formação: Núcleo Básico, Núcleo Politécnico e Núcleo Tecnológico, os quais são perpassados pela Prática Profissional.

Nos cursos subsequentes:

- O Núcleo Básico é constituído a partir dos conhecimentos e habilidades inerentes à educação básica para complementação e atualização de estudos, em consonância com o respectivo eixo tecnológico e com o perfil profissional do egresso.
- O Núcleo Tecnológico é caracterizado por ser um espaço de organização curricular ao qual se destinam as disciplinas que tratam dos conhecimentos e habilidades inerentes à educação técnica e que possuem maior ênfase tecnológica e menor área de integração com as demais disciplinas do curso em relação ao perfil profissional do egresso. Deve constituir-se basicamente a partir das disciplinas específicas da formação técnica, identificadas a partir do perfil do egresso que instrumentalizam: domínios intelectuais das tecnologias pertinentes ao eixo tecnológico do curso; fundamentos instrumentais de cada habilitação e fundamentos que contemplam as atribuições funcionais previstas nas legislações específicas referentes à formação profissional.
- O Núcleo Politécnico é caracterizado por ser um espaço de organização curricular ao qual se destinam as disciplinas que tratam dos conhecimentos e habilidades inerentes à educação básica e técnica, que possuem maior área de integração com as demais disciplinas do curso em relação ao perfil do egresso, bem como as formas de integração. O Núcleo Politécnico é o espaço onde se garantem, concretamente, conteúdos, formas e métodos responsáveis por promover, durante todo o itinerário formativo, a politecnia, a formação integral, omnilateral, a interdisciplinaridade. Tem o objetivo de ser o elo entre o Núcleo Tecnológico e o Núcleo Básico, criando espaços contínuos durante o itinerário formativo para garantir meios de realização da politecnia.

A carga horária total do Curso Técnico em Marketing Subsequente é de 840 horas relógio, composta pelas cargas dos núcleos que são: 80 horas aula para o Núcleo básico, 160 horas aula para o Núcleo Politécnico

co e de 560 horas aula para o Núcleo Tecnológico, somadas a carga horária de 40 horas relógio para a realização de atividades complementares.

4.2.2. Conteúdos Especiais Obrigatórios

Os conteúdos especiais obrigatórios, previstos em Lei, estão contemplados nas disciplinas e/ou demais componentes curriculares que compõem o currículo do curso, conforme as especificidades previstas legalmente:

I - História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena – está presente como conteúdo nas disciplinas de ética e sociedade. Essa temática também se fará presente nas atividades complementares do curso, realizadas no âmbito da instituição, tais como palestras, oficinas, semanas acadêmicas, entre outras. Além das atividades curriculares, o *campus* conta com o Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABI) que desenvolve atividades formativas voltadas para os estudantes e servidores.

II - Educação ambiental – esta temática é trabalhada de forma transversal no currículo do curso, em especial na disciplina de comportamento do consumidor em que se procura identificar a percepção dos consumidores em relação à variável ambiental, e nas atividades complementares do curso, tais como workshop/palestras, oficinas, semanas acadêmicas, entre outras, constituindo-se em um princípio fundamental da formação do tecnólogo.

III - Educação em Direitos Humanos – está presente como conteúdo em disciplinas que guardam maior afinidade com a temática, como ética e sociedade onde são desenvolvidos temas relacionados a ética no contexto atual e direitos humanos. Neste espaço também são tratadas as questões relativas aos direitos educacionais de adolescentes e jovens em cumprimento de medidas socioeducativas e a diversidade étnico-racial, de gênero, sexual, religiosa, de faixa geracional. Essas temáticas também se farão presentes nas atividades complementares do curso, realizadas no âmbito da instituição, tais como palestras, oficinas, semanas acadêmicas, entre outras. Além das atividades curriculares, o *campus* conta com o Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABI) que desenvolve atividades formativas sobre essa temática voltadas para os estudantes e servidores.

Além dos conteúdos obrigatórios listados acima, o curso de Técnico em Marketing Subsequente desenvolve, de forma transversal ao currículo, atividades relativas à temática de educação para a diversidade, visando à formação voltada para as práticas inclusivas, tanto em âmbito institucional, quanto na futura atuação dos egressos no mundo do trabalho.

Para o atendimento das legislações mínimas e o desenvolvimento dos conteúdos obrigatórios no currículo do curso apresentados nas legislações Nacionais e Diretrizes Institucionais para os cursos Técnicos, além das disciplinas que abrangem as temáticas previstas na Matriz Curricular, o corpo docente irá planejar, juntamente com os Núcleos ligados à Coordenação de Ações Inclusivas do *campus*, como NAPNE (Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas) e NEABI (Núcleo de Estudos Afro-Brasileiro e Indígena), e demais setores pedagógicos da instituição, a realização de atividades formativas envolvendo

estas temáticas, tais como palestras, oficinas, semanas acadêmicas, entre outras. Tais ações devem ser registradas e documentadas no âmbito da coordenação do curso, para fins de comprovação.

4.2.3. Flexibilização Curricular

A flexibilização curricular nos cursos do IFFar acontecerá através das Práticas Profissionais Integradas, que possibilitará aos estudantes desenvolverem a prática conforme as necessidades apresentadas na atualidade. Além disso, poderão ser proporcionadas aos estudantes, disciplinas optativas para fins de aprofundamento e/ou atualização de conhecimentos específicos.

O curso Técnico em Marketing Subsequente realizará, quando necessário, adaptações no currículo regular, para torná-lo apropriado às necessidades específicas dos estudantes, público alvo da política nacional de educação especial na perspectiva da educação inclusiva (2008), visando à adaptação e flexibilização curricular ou terminalidade específica para os casos previstos na legislação vigente. Será previsto ainda a possibilidade de aceleração para concluir em menor tempo o programa escolar para os estudantes com altas habilidades/superdotação. Estas ações deverão ser realizadas de forma articulada com o Núcleo Pedagógico Subsequente (NPI), a Coordenação de Assistência Estudantil (CAE) e Coordenação de Ações Inclusivas (CAI). A adaptação e a flexibilização curricular ou terminalidade específica serão previstas em regulamentação própria.

4.3. Representação gráfica do Perfil de formação

Semestres	1º Semestre		2º Semestre	
DISCIPLINAS	Português Instrumental	PRÁTICA PROFISSIONAL	Espanhol Instrumental	PRÁTICA PROFISSIONAL
	Estatística Básica		Pesquisa de Marketing	
	Informática Aplicada ao Marketing		Planejamento de Marketing	
	Ética e Sociedade		Marketing de Relacionamento	
	Fundamentos de Administração		Marketing Internacional	
	Administração de Marketing		Marketing Digital	
	Comportamento do Consumidor		Estatística Aplicada ao Marketing	

4.4. Matriz Curricular

Semestre	Disciplinas	Períodos semanais	CH *
1º Semestre	Fundamentos de Administração	4	80
	Administração de Marketing	4	80
	Comportamento do Consumidor	4	80
	Português Instrumental	2	40
	Estatística Básica	2	40
	Informática Aplicada ao Marketing	2	40
	Ética e Sociedade	2	40
Subtotal da carga horária de disciplinas no semestre		20	400
2º Semestre	Pesquisa de Marketing	4	80
	Planejamento de Marketing	4	80
	Marketing de Relacionamento	4	80
	Marketing Internacional	2	40
	Marketing Digital	2	40
	Estatística Aplicada ao Marketing	2	40
	Espanhol Instrumental	2	40
Subtotal da carga horária de disciplinas no semestre		20	400
Carga Horária total de disciplinas			800
Carga Horária total de disciplinas (hora relógio)			800
Atividade Complementares (hora relógio)			40
Carga Horária total do curso (hora relógio)			840

*Hora aula: 60 minutos

Legenda:

Núcleo de Formação	CH	Porcentagem
Núcleo Básico	80h	10%
Núcleo Tecnológico	600h	75%
Núcleo Politécnico	120h	15%

No IFFar, a hora aula nos Cursos Técnicos Subsequentes deve ser mensurada em 60 minutos, sendo que cada hora aula deve ser composta de 50 minutos de aula e 10 minutos (presenciais ou não) de trabalho discente efetivo, orientado e supervisionado pelo professor.

São consideradas atividades de trabalho discente efetivo válidas para o IFFar:

I – Estudos dirigidos, individuais ou em grupo;

II – Leitura e produção de textos científicos e trabalhos acadêmicos;

III – Produção de materiais/experimentos;

IV – Intervenção prática na realidade;

V – Visitas de estudo a instituições na área do curso;

VI – Consultas a bibliotecas e centros de documentação;

VII – Visitas a instituições educacionais e culturais;

VIII – Outras atividades, desde que relacionados à natureza do conhecimento do componente curricular ao qual se vincula.

4.5. Prática Profissional

A prática profissional, prevista na organização curricular do curso, deve estar continuamente relacionada aos seus fundamentos científicos e tecnológicos, orientada pela pesquisa como princípio pedagógico que possibilita ao estudante enfrentar o desafio do desenvolvimento da aprendizagem permanente.

No Curso Técnico em Marketing Subsequente, a prática profissional acontecerá em diferentes situações de vivência, aprendizagem e trabalho, como laboratórios, oficinas, investigação sobre atividades profissionais, projetos de pesquisa e/ou intervenção, visitas técnicas, simulações, observações, estágios e outras.

Estas práticas profissionais serão articuladas entre as disciplinas dos períodos letivos correspondentes. A adoção de tais práticas possibilita efetivar uma ação interdisciplinar e o planejamento integrado entre os elementos do currículo, pelos docentes e equipes técnico-pedagógicas. Nestas práticas profissionais também serão contempladas as atividades de pesquisa e extensão em desenvolvimento nos setores da instituição e na comunidade regional, possibilitando o contato com as diversas áreas de conhecimento dentro das particularidades de cada curso.

4.5.1. Prática Profissional Integrada

A Prática Profissional Integrada (PPI), deriva da necessidade de garantir a prática profissional nos cursos técnicos do IFFar, a ser concretizada no planejamento curricular, orientada pelas diretrizes institucionais para os cursos técnicos do IFFar e demais legislações da educação técnica de nível médio.

A PPI, nos cursos técnicos visa agregar conhecimentos por meio da integração entre as disciplinas do curso, resgatando assim, conhecimentos e habilidades adquiridos na formação básica. A PPI no Curso Téc-

nico em Marketing tem por objetivo aprofundar o atendimento do perfil do egresso e áreas de atuação do curso, buscando aproximar a formação dos estudantes com o mundo de trabalho. Da mesma forma, a PPI pretende articular horizontalmente o conhecimento dos semestres do curso oportunizando o espaço de discussão e entrelaçamento entre as disciplinas.

A aplicabilidade da PPI no currículo tem como finalidade incentivar a pesquisa como princípio educativo promovendo a interdisciplinaridade e a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão através do incentivo à inovação tecnológica. A PPI é um dos espaços no qual se busca formas e métodos responsáveis por promover, durante todo o itinerário formativo, a politécnica, a formação integral, omnilateral, a interdisciplinaridade, integrando os núcleos da organização curricular.

Cada curso preverá, na organização curricular, no mínimo 5% da carga horária das disciplinas destinada à realização de PPI, distribuída entre todas as etapas de realização do curso. Não havendo previsão de TCC e/ou Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório, as PPIs previstas no PPC deverão contemplar 10% da carga horária das disciplinas do curso.

O Curso Técnico em Marketing contemplará a carga horária de 80 horas (10% do total de horas) para o desenvolvimento de Práticas Profissionais Integradas (PPI), observando o disposto nas Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IFFar. A distribuição da carga horária da PPI ocorrerá conforme decisão do colegiado do curso e estará disposto no projeto.

As atividades correspondentes às práticas profissionais integradas ocorrerão ao longo das etapas, orientadas pelos docentes titulares das disciplinas específicas. Estas práticas deverão estar contempladas nos planos de ensino das disciplinas que as realizarão, além disso, preferencialmente antes do início do ano letivo, em que as PPIs serão desenvolvidas, ou no máximo, até vinte dias úteis a contar do primeiro dia letivo do ano, deverá ser elaborado um projeto de PPI que indicará as disciplinas que farão parte das práticas, bem como a distribuição das horas para cada disciplina. O projeto de PPI será assinado, aprovado e arquivado juntamente com o plano de ensino de cada disciplina envolvida. A carga horária total do Projeto de PPI de cada ano faz parte do cômputo da carga horária total, em hora aula, de cada disciplina envolvida diretamente na PPI. A ciência formal a todos os estudantes do curso sobre as PPI, em andamento, no período, é dada a partir da apresentação do Plano de Ensino de cada disciplina.

A coordenação do curso deve promover reuniões periódicas (no mínimo duas) para que os docentes orientadores das Práticas Profissionais possam interagir planejar e avaliar em conjunto com todos os docentes do curso a realização e o desenvolvimento das mesmas. Estas PPIs serão articuladas entre as disciplinas do período letivo correspondente. A adoção de tais práticas possibilita efetivar uma ação interdisciplinar e o planejamento Subsequente entre os componentes do currículo, pelos docentes e equipe pedagógica. Além disso, estas práticas devem contribuir para a construção do perfil profissional do egresso. As PPI poderão ser desenvolvidas, no máximo 20% da carga horária total do projeto, na forma não presencial, que serão organizadas de acordo com as Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IFFar.

A realização da PPI prevê o desenvolvimento de produção de um produto (escrito, virtual e/ou físico) conforme o Perfil Profissional do Egresso. Ao final, deve ser previsto, no mínimo, um momento de socialização entre os estudantes e todos os docentes do curso por meio de seminário, oficina, feira, evento, dentre outros.

4.6. Estágio Curricular Supervisionado Não Obrigatório

Para os estudantes que desejarem ampliar a sua prática profissional, além da carga horária mínima estipulada na matriz curricular, há a possibilidade de realizar estágio curricular supervisionado não obrigatório com carga horária não especificada, mediante convênio e termos de compromisso entre as empresas ou instituições e o Instituto Federal Farroupilha que garantam as condições legais necessárias.

4.7. Atividades Complementares do Curso

A articulação entre ensino, pesquisa e extensão e a flexibilidade curricular possibilita o desenvolvimento de atitudes e ações empreendedoras e inovadoras, tendo como foco as vivências da aprendizagem para capacitação e para a inserção no mundo do trabalho.

Nesse sentido, o curso prevê o desenvolvimento de cursos de pequena duração, seminários, mostras, exposições, palestras, visitas técnicas, realização de estágios curricular supervisionado não obrigatório e outras atividades que articulem o currículo a temas de relevância social, local e/ou regional e potencializem recursos materiais, físicos e humanos disponíveis.

Estas atividades serão obrigatórias e deverão contabilizar 40 horas relógio para obter o certificado de conclusão do curso. As atividades complementares serão validadas com apresentação de certificados ou atestados, contendo número de horas e frequência mínima, e descrição das atividades desenvolvidas. Todos os eventos devem ser realizados em data posterior ao ingresso do estudante no curso.

Para o curso Técnico em Marketing Subsequente serão consideradas para fins de cômputo de carga horária as seguintes atividades:

Atividades	Comprovante	Aproveitamento Máximo
Participação como bolsista ou colaborador em projetos de ensino, pesquisa e extensão, e em programas de iniciação científica.	Documento emitido pelo órgão responsável.	20 horas
Participação como ouvinte em palestra, seminário, simpósio, congresso, conferência, jornadas e outros eventos de natureza técnica e científica relacionadas à área de formação.	Documento de participação emitido pelo órgão responsável.	15 horas
Participação como colaborador na organização de palestras, painéis, seminários, simpósios, congressos, conferências, jornadas e outros eventos de natureza técnica e científica relacionadas à área de formação.	Documento de participação emitido pelo órgão responsável	12 horas

Participação em serviço voluntário relacionado com áreas do curso.	Atestado de participação assinado pelo responsável.	20 horas
Estágio curricular Supervisionado não obrigatório.	Atestado da empresa onde realizou o estágio e do professor responsável pelo acompanhamento.	25 horas (no mínimo 1 semestre)
Publicação, apresentação e premiação de trabalhos.	Exemplar da publicação / premiação.	5 horas por resumo ou apresentação, 10 horas por artigo completo, e 10 horas por premiação, no máximo de 20 horas.
Participação em visitas técnicas e viagens de estudo.	Atestado de participação assinado pelo professor responsável.	10 horas
Curso de formação na área específica.	Documento emitido pelo órgão responsável.	15 horas
Participação como ouvinte em seminário de apresentação de Trabalho de Conclusão de Curso ou de Apresentação de Estágio.	Documento comprovatório da Coordenação de Eixo / Curso.	1 hora por apresentação, com máximo de 8 horas.
Curso de línguas.	Documento emitido pelo órgão responsável.	20 horas
Atividade de monitoria nas áreas do curso.	Atestado de participação, com avaliação do aluno, assinado pelo professor responsável.	20 horas
*Demais atividades serão avaliadas pelo Coordenador do Curso.		

4.8. Avaliação

4.8.1. Avaliação da Aprendizagem

Conforme as Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IF Farroupilha, a avaliação da aprendizagem dos estudantes do Curso Técnico em Marketing Subsequente, visa à sua progressão para o alcance do perfil profissional do curso, sendo contínua e cumulativa, com prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos, bem como dos resultados ao longo do processo sobre eventuais provas finais.

A avaliação dos aspectos qualitativos compreende, além da apropriação de conhecimentos e avaliação quantitativa, o diagnóstico, a orientação e reorientação do processo de ensino e aprendizagem, visando ao aprofundamento dos conhecimentos e o desenvolvimento de habilidades e atitudes pelos/as estudantes.

A avaliação do rendimento escolar enquanto elemento formativo é condição integradora entre ensino e aprendizagem, devendo ser ampla, contínua, gradual, dinâmica e cooperativa, acontecendo paralelamente ao desenvolvimento dos conteúdos.

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 professor 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 professor, possam junto, criar condições para retomar aspectos nos quais os objetivos de aprendizagem não tenham sido atingidos. Serão utilizados, no mínimo, três instrumentos de avaliação desenvolvidos no decorrer do semestre letivo.

Durante todo o itinerário formativo do estudante deverão ser previstas atividades de recuperação paralela, complementação de estudos dentre outras para atividades que o auxiliem a ter êxito na sua aprendizagem, evitando a não compreensão dos conteúdos, a reprovação e/ou evasão. A carga horária da recuperação paralela não está incluída no total da carga horária da disciplina e carga horária total do curso.

Cada docente deverá propor, em seu planejamento semanal, estratégias de aplicação da recuperação paralela, dentre outras atividades, visando à aprendizagem dos estudantes, as quais deverão estar previstas no plano de ensino, com a ciência da Coordenação Geral de Ensino e da Assessoria Pedagógica do *campus*.

O sistema de avaliação do IFFar é regulamento por normativa própria. Entre os aspectos relevantes segue o exposto abaixo:

- Os resultados da avaliação do aproveitamento são expressos em notas.
- Para o estudante ser considerado aprovado deverá atingir: Nota 7,0 (sete), antes do Exame Final; Média mínima 5,0 (cinco), após o Exame Final.
- No caso do estudante não atingir, ao final do semestre, a nota 7,0 e a nota for superior a 1,7 terá direito a exame, sendo assim definido:
- A média final da etapa terá peso 6,0 (seis).
- O Exame Final terá peso 4,0 (quatro).

$$NFPE = \frac{NFSAx6 + NEx4}{10}$$

$$NFPE = NFSAx0,6 + NEx0,4$$

Portanto, quanto preciso tirar no exame?

$$NEx0,4 \geq 5,0 - NFSAx0,6$$

$$NE \geq \frac{5,0 - NFSAx0,6}{0,4}$$

Legenda:

NFPE = Nota Final Pós Exame

NFSA = Nota Final do Semestre ou Anual

NE = Nota Exame

Considera-se aprovado, ao término do período letivo, o (a) estudante que obtiver nota, conforme orientado acima, e frequência mínima de 75% em cada disciplina.

Maior detalhamento sobre os critérios e procedimentos de avaliação é encontrado no regulamento próprio de avaliação.

4.8.2. Regime Especial de Avaliação – REA

O REA consiste em matrícula especial a partir do desenvolvimento de um plano de avaliações teóricas e/ou práticas, tendo como base o plano de ensino da disciplina. O estudante poderá solicitar REA em apenas uma disciplina por semestre, exceto se for formando que terá a possibilidade de realizar duas disciplinas em REA.

Terá direito a solicitar o REA o estudante que, cumulativamente:

I – cursou a disciplina com 75% de frequência;

II – reprovou por nota;

III – realizou o exame final.

Não é possível a realização de REA nos componentes curriculares de estágio curricular supervisionado obrigatório e trabalho de conclusão de curso, quando previstos no curso.

Nos cursos em processo de extinção poderá ser autorizada, pelo Colegiado do Curso, a realização de mais disciplinas em REA, por semestre. Em caso de reprovação, na disciplina, realizada no REA, o estudante deve cursá-la novamente em turma regular. Demais regulamentações a respeito do REA constam na Diretriz CONSUP nº 28/2019 nos Art. 186 a 195.

4.8.3. Autoavaliação Institucional

A avaliação institucional é um orientador para o planejamento das ações vinculadas ao ensino, à pesquisa e à extensão, bem como a todas as atividades que lhe servem de suporte. Envolve desde a gestão até o funcionamento de serviços básicos para o funcionamento institucional, essa avaliação acontecerá por meio da Comissão Própria de Avaliação, instituída desde 2009 através de regulamento próprio avaliado pelo CONSUP.

Os resultados da autoavaliação relacionados ao Curso Técnico em Marketing Subsequente serão tomados como ponto de partida para ações de melhoria em suas condições físicas e de gestão.

4.9. Critérios e procedimentos para aproveitamento de estudos anteriores

O aproveitamento de estudos anteriores compreende o processo de aproveitamento de componentes curriculares cursados com êxito em outro curso.

O aproveitamento de estudos anteriores poderá ser solicitado pelo estudante e deve ser avaliado, por uma Comissão de Análise composta por professores da área de conhecimento, com os critérios expostos nas Diretrizes Institucionais para os cursos técnicos do IFFar.

O pedido de aproveitamento de estudos deve ser protocolado no Setor de Registros Acadêmicos do *campus*, por meio de formulário próprio, acompanhado de histórico escolar completo e atualizado da Instituição de origem, da ementa e programa do respectivo componente curricular.

4.10. Critérios e procedimentos de certificação de conhecimento e experiências anteriores

Entende-se por Certificação de Conhecimentos Anteriores a dispensa de frequência em componente curricular do curso em que o estudante comprove domínio de conhecimento por meio de aprovação em avaliação a ser aplicada pelo IF Farroupilha.

Conforme as Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IF Farroupilha, a certificação de conhecimentos por disciplina somente pode ser aplicada em curso que prevê matrícula por disciplina, cabendo assim, caso solicitado pelo estudante, a certificação de conhecimentos para os estudantes do Curso Técnico em Marketing Subsequente. O detalhamento para os critérios e procedimentos para a certificação de conhecimentos e experiências anteriores estão expressos nas Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IF Farroupilha.

De acordo com as Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IF Farroupilha, não serão previstas Certificações Intermediárias nos cursos técnicos do IFFar, salvo os casos necessários para Certificação de Terminalidade Específica.

4.11. Expedição de Diploma e Certificados

Conforme as Diretrizes Institucionais para os Cursos Técnicos do IFFar a certificação profissional abrange a avaliação do itinerário profissional e de vida do estudante, visando ao seu aproveitamento para prosseguimento de estudos ou ao reconhecimento para fins de certificação para exercício profissional, de estudos não formais e experiência no trabalho, bem como de orientação para continuidade de estudos, segundo itinerários formativos coerentes com os históricos profissionais dos cidadãos, para valorização da experiência extraescolar.

O IFFar deverá expedir e registrar, sob sua responsabilidade, os diplomas de técnico de nível médio para os estudantes do Curso Técnico em Marketing Subsequente, aos estudantes que concluíram com êxito todas as etapas formativas previstas no seu itinerário formativo.

Os diplomas de técnico de nível médio devem explicitar o correspondente título de Técnico em Marketing, indicando o eixo tecnológico ao qual se vincula. Os históricos escolares que acompanham os diplomas devem explicitar os componentes curriculares cursados, de acordo com o correspondente perfil profissional de conclusão, explicitando as respectivas cargas horárias, frequências e aproveitamento dos concluintes.

4.12. Ementário

4.12.1. Componentes curriculares obrigatórios

1º SEMESTRE	
Componente Curricular: Fundamentos da Administração	
Carga Horária: 80 h	Período Letivo: 1º semestre
Ementa	
A empresa e entidade. Administração: conceitos e processos. Planejamento: conceitos, tipos, metas, projetos. Organização: tipos de estrutura, autoridade e responsabilidade, divisão dos trabalhos, gráficos de organização: organograma e fluxograma. Direção: motivação, comunicação, coordenação, liderança. Controle: conceitos e tipos. Ação administrativa. Detalhamento dos conceitos básicos na área da Administração e desenvolvimento da reflexão teórico-empírica em relação à evolução das teorias administrativas.	
Ênfase Tecnológica	
Administração: conceitos e processos. Planejamento, Organização, Direção e Controle.	
Área de Integração	
Português Instrumental - Organização do texto técnico; Identificação e aplicação de estratégias de redução de informação.	
Bibliografia Básica	
CHIAVENATO, Idalberto. Princípios da Administração : o essencial em teoria geral da administração. São Paulo: Campus, 2006. 408 p.	
MAXIMIANO, Antônio César A. Introdução à administração . 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.	
ROBBINS, Stephen Paul; DECENZO, David A. Fundamentos da administração: conceitos essenciais e aplicações . 4ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.	
Bibliografia Complementar	
BERNARDES, Cyro & MARCONDES, Reynaldo C. Teoria Geral da Administração: gerenciando organizações . São Paulo: Saraiva, 2004.	
CARAVANTES, Geraldo R.; PANNO, Cláudia C.; KLOECKNER, Mônica C. Administração: teorias e processos . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.	
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração . 7ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.	

Componente Curricular: Administração de Marketing	
Carga Horária: 80h	Período Letivo: 1º semestre
Ementa	
Principais conceitos relacionados ao marketing. Análise do ambiente de marketing. Segmentação de mercado. Posicionamento de mercado. Matriz SWOT. Composto de marketing: produtos e serviços. Conceito e classificação dos serviços. Novos Serviços: importância estratégica, posicionamento, criação, desenvolvimento e lançamento. Tipos de varejos e varejistas. Marketing pessoal.	
Ênfase Tecnológica	
Composto de marketing, Marketing de Serviços e de Varejo.	
Área de Integração	
Comportamento do Consumidor - análise do mercado consumidor.	
Planejamento de marketing - análise do ambiente de marketing, segmentação e posicionamento de mercado, matriz SWOT e composto de marketing.	
Marketing Internacional. Marketing Digital. Marketing de Relacionamento	
Espanhol Instrumental e Português Instrumental - Organização do texto técnico; Identificação e aplicação de estratégias de redução de informação.	
Bibliografia Básica	
COBRA, Marcos. Marketing básico . São Paulo: Atlas, 2009.	
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing . 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2006.	
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira . São Paulo: Atlas, 2008.	
Bibliografia Complementar	

BERNARDINO, Eliane De Castro; PACANOWSKI, Mauro; KHOURY, Nicolau. **Marketing de Varejo** - 4ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2013.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 15ªed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

ZEITHAML, Valerie A. **Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Componente Curricular: Português Instrumental	
Carga Horária: 40 h	Período Letivo: 1º semestre
Ementa	
Leitura, interpretação e produção de textos. Coesão e coerência textuais. Adequação linguística. Normas gramaticais: acentuação, pontuação, concordância. Gêneros textuais: artigo informativo, texto publicitário, notícia. Oratória: regras básicas para a produção de exposições orais.	
Ênfase Tecnológica	
Leitura, interpretação e produção de textos. Normas gramaticais usuais (aplicáveis ao texto). Gêneros textuais. Regras básicas para a produção de exposições orais.	
Área de Integração	
Planejamento de Marketing - relatório do plano de marketing	
Marketing Digital - Mídias sociais e Redes sociais	
Bibliografia Básica	
ANTUNES, Irlande. Lutar com palavras: coesão e coerência . São Paulo: Parábola, 2007.	
BALTAR, Marcos. Competência discursiva e gêneros textuais . Caxias do Sul, RS: Educ, 2007.	
FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristóvão. Oficina de texto . Petrópolis: Vozes, 2003.	
Bibliografia Complementar	
DIONÍSIO, A. P.; MACHADO A. R.; BEZERRA, M. A. Gêneros textuais e ensino . Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.	
INFANTE, Ulisses. Do texto ao texto: curso prático de leitura e redação . São Paulo, Ed. Scipione, 1998.	
ZANOTTO, Normelio. A nova ortografia explicada . Caxias do Sul: EDUCS, 2008.	

Componente Curricular: Estatística Básica	
Carga Horária: 40 h	Período Letivo: 1º semestre
Ementa	
Variáveis estatísticas. Medidas de tendência central e variabilidade. Estatística descritiva. Noções de probabilidade. Modelos de distribuição. Estimativa pontual.	
Ênfase Tecnológica	
Estatística descritiva; Probabilidade.	
Área de Integração	
Informática aplicada ao marketing - Criação de fórmulas e utilização de funções aplicadas na estatística; Uso de gráficos para representação de dados na planilha.	
Pesquisa de marketing - escalas de medição; instrumento de pesquisa; amostragem e tamanho da amostra; preparação dos dados; análise de dados.	
Estatística Aplicada ao Marketing	
Bibliografia Básica	
ANDERSON, David Ray; SWEENEY, Dennis J. WILLIAMS, Thomas Arthur. Estatística aplicada à administração e economia . 3ª ed. São Paulo: Pioneira, 2013.	
BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro A. Estatística básica . 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017.	
TIBONI, Conceição Gentil Rebelo. Estatística Básica - Para Os Cursos de Administração, Ciências Contábeis, Tecnológicas e de Gestão . 1ª edª ed. Atlas, 2010	
Bibliografia Complementar	
MANN, Prem S. Introdução À Estatística . 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.	
LARSON, Ron; FARBER, Elizabeth. Estatística aplicada . 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2016.	
VIEIRA, Sônia. Elementos de estatística . 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.	

Componente Curricular: Informática Aplicada ao Marketing	
Carga Horária: 40 h	Período Letivo: 1º semestre
Ementa	

Uso do sistema operacional. Uso de editor de textos. Apresentação de slides. Ferramentas de escritório colaborativas. Envio de correspondência de Marketing usando mala direta. Manipulação de Planilhas Eletrônicas. Criação de fórmulas e utilização de funções aplicadas na estatística. Uso de gráficos para representação de dados na planilha. Utilização de tabelas dinâmicas para o gerenciamento de informações de marketing.

Ênfase Tecnológica

Ferramentas de escritório; Manipulação de planilhas.

Área de Integração

Pesquisa de Marketing - análise de dados; elaboração de relatório final da pesquisa.

Planejamento de marketing - relatório.

Estatística Básica

Estatística Aplicada ao Marketing

Marketing de Relacionamento - CRM.

Bibliografia Básica

CORNACHIONE JUNIOR, Edgard Bruno. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. São Paulo: Atlas, 2009.

MANZANO, André L. N.G. **Estudo dirigido de Microsoft Office Excel 2010**. São Paulo: Érica, 2010.

SCHECHTER, R. **Br.Office. Org: CALC e Writer: trabalhe com planilhas e textos em Software Livre**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Bibliografia Complementar

ALCALDE, E.; GARCIA, M.; PENULAS, S. **Informática básica** ed. Makron Books, 2004.

CAPRON, H. L.; JOHNSON, J. A. **Introdução à Informática**. 8ª ed. São Paulo: Pearson, 2004. Complementar.

FERREIRA, Maria Cecília. **Informática Aplicada - Série Eixos - Informação e Comunicação**. 3ª Ed. São Paulo: Érica-Saraiva, 2017.

Componente Curricular: Comportamento do Consumidor

Carga Horária: 80 h

Período Letivo: 1º semestre

Ementa

Comportamento do Consumidor: conceitos e evolução. Análise do Mercado Consumidor: modelo de comportamento do consumidor; fatores que influenciam no comportamento do consumidor; o processo de decisão de compra do consumidor. Pesquisa de Comportamento de Consumo e de Satisfação dos Clientes. Tendências em comportamento dos consumidores.

Ênfase Tecnológica

Fatores que influenciam o comportamento do consumidor

Área de Integração

Administração de Marketing.

Pesquisa de marketing - definição e problema de marketing.

Marketing Digital.

Bibliografia Básica

GIGLIO, Ernesto. **O Comportamento do Consumidor**. 4ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010 .

KARSAKLIAN, Elian. **Comportamento do Consumidor**. 2ª Ed. Atlas: São Paulo, 2004.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**. 11ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

Bibliografia Complementar

BANOV, MÁRCIA Regina. **Comportamento do Consumidor - vencendo desafios**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

LIMEIRA, TANIA Maria Vidigal. **Comportamento do Consumidor Brasileiro**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. **Comportamento do Consumidor e Estratégia de Marketing** - 8ª Ed. Porto Alegre: Amgh Editora, 2009.

Componente Curricular: Ética e Sociedade

Carga Horária: 40 h

Período Letivo: 1º semestre

Ementa

Fundamentos de ética teórica e profissional. Ética nas empresas. A ética nas relações humanas no trabalho. Responsabilidade social e sustentabilidade. Deveres da profissão. Cidadania, direitos humanos, cultura afro e indígena brasileira.

Ênfase Tecnológica

Cidadania (Direitos Humanos, Cultura Afro e Indígena Brasileira). Responsabilidade Social. Deveres da profissão.

Área de Integração

Atendimento e Vendas - Atendimento ao cliente.
Marketing Digital - Questões éticas, legais, de segurança.
Marketing de Relacionamento - Retenção e lealdade de clientes.
Bibliografia Básica
GALLO, Silvio. Ética e cidadania . 6ª ed. São Paulo: Papirus, 2000.
SÁ, Antonio Lopes de. Ética Profissional . São Paulo: Atlas, 2009.
VASQUEZ, Adolfo Sanches. Ética . Rio de Janeiro, Ed Civilização Brasileira, 2008.
Bibliografia Complementar
ALONSO, Félix Ruiz; LOPEZ, Francisco Granizo; CASTRUCCI, Plínio de Lauro. Curso de ética em administração . São Paulo: Atlas, 2010.
ALVES, Julia Falivene. Ética, cidadania e trabalho: reflexões e atividades para uma prática efetiva . São Paulo: Copidart Editora, 2002.
GALVÃO, P. (org.), Filosofia: Uma introdução por disciplinas . Lisboa: Edições 70, 2012.

2º SEMESTRE	
Componente Curricular: Pesquisa de Marketing	
Carga Horária: 80 h	Período Letivo: 2º semestre
Ementa	
Fundamentos de pesquisa: compreensão do processo, tipos de pesquisa, construção dos conceitos básicos relacionados à escrita de um relatório de pesquisa. Definição e classificação de pesquisa de marketing. Etapas da pesquisa de marketing: definição de problema e abordagem do tema; planejamento do modelo de pesquisa: tipos de pesquisa, escalas de medição; instrumento de pesquisa; amostragem; coleta e preparação dos dados; análise de dados; elaboração de relatório final da pesquisa.	
Ênfase Tecnológica	
Processo de pesquisa de marketing	
Área de Integração	
Estatística básica - análise de dados.	
Estatística aplicada ao marketing	
Português Instrumental - Texto informativo técnico; Normas gramaticais usuais; Relatórios.	
Comportamento do consumidor	
Informática Aplicada ao Marketing	
Bibliografia Básica	
LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GUEVARA, Arnaldo José de Hoyos. Pesquisa de marketing . São Paulo: Atlas, 2010.	
MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada . 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.	
VIRGILLITO, Salvatore Benito (Org). Pesquisa de Marketing: Uma Abordagem Quantitativa e Qualitativa . São Paulo: Saraiva, 2010.	
Bibliografia Complementar	
MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing - Metodologia, Planejamento, Execução e Análise . 7ª ed, Rio de Janeiro: Elsevier - <i>Campus</i> , 2014.	
NIQUE, Walter; LADEIRA, Wagner. Como Fazer Pesquisa de Marketing - Um Guia Prático Para A Realidade Brasileira . 2ª ed. São Paulo: Atlas 2017.	
SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.	

Componente Curricular: Planejamento de Marketing	
Carga Horária: 80 h	Período Letivo: 2º semestre
Ementa	
Empreendedorismo. Definição do público-alvo. Plano de Marketing. Marketing verde e Consumo Sustentável.	
Ênfase Tecnológica	
Plano de Marketing.	
Área de Integração	
Administração de Marketing - Análise do ambiente de marketing; Matriz SWOT; Composto de marketing.	
Português Instrumental	
Informática Aplicada ao Marketing	
Bibliografia Básica	
MCDONALD, Malcolm; WILSON, Hugh. Plano de Marketing . 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier - <i>Campus</i> , 2013.	
POLIZEI, Eder. Plano de Marketing . 2ª Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Cengage Learning, 2010.	
SAMPAIO, Rafael; MAGALHÃES, Marcos Felipe. Planejamento de Marketing . 1ª ed. São Paulo: Pearson, 2007.	
Bibliografia Complementar	

AMBRÓSIO, Vicente. **Plano de marketing: um roteiro para a ação**. São Paulo: Pearson, 2007.
LAS CASAS, Alexandre. **Plano de marketing para micro e pequenas empresas**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.
LUDOVICO, Nelson; SANTINI, Fernando Roberto. **Gestão de Marketing – o Plano de Marketing Como Orientador Das Decisões – Col. Gestão Empresarial**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

Componente Curricular: Marketing Internacional	
Carga Horária: 40 h	Período Letivo: 2º semestre
Ementa	
Conceitos e práticas do marketing internacional. Ambiente econômico global. Características dos mercados regionais. Estratégias de acesso aos mercados internacionais. Estratégias de comercialização internacional. Composto mercadológico em mercados internacionais.	
Ênfase Tecnológica	
Características dos mercados regionais. Composto mercadológico em mercados internacionais.	
Área de Integração	
Administração de Marketing - Análise do ambiente de marketing; Composto de marketing.	
Espanhol Instrumental.	
Bibliografia Básica	
CATEORA, Philip R.; GRAHAM, John L. Marketing internacional . 13ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.	
KEEGAN, Warren J. Marketing global . 7ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.	
KUAZAQUI, Edmir. Marketing Internacional - Desenvolvendo Conhecimentos e Competências em Cenários Globais . 1ª ed. São Paulo: M. Books, 2007.	
Bibliografia Complementar	
CZINKOTA, Michael R.; RONKAINEN, Ilkka A. Marketing internacional . São Paulo: Cengage Learning, 2008.	
PIGOZZO, Ana Flávia. Marketing Internacional . 1ª ed. Curitiba: Intersaberes, 2016.	
PIPKIN, Alex. Marketing internacional: uma abordagem estratégica . São Paulo: Aduaneiras, 2010.	

Componente Curricular: Espanhol Instrumental	
Carga Horária: 40 h	Período Letivo: 2º semestre
Ementa	
Aspectos fonéticos (pronúncia). Aspectos morfológicos (classes gramaticais, flexão nominal). Aspectos semânticos (falsos cognatos, modos de tratamento formais e informais). Gêneros textuais relacionados ao Marketing incluindo gêneros digitais. Léxico específico da área: expressão oral com ênfase a saudações, cumprimentos e apresentações.	
Ênfase Tecnológica	
Gêneros textuais relacionados ao Marketing incluindo gêneros digitais. Léxico específico da área: expressão oral com ênfase a saudações, cumprimentos e apresentações.	
Área de Integração	
Administração de Marketing - atendimento ao cliente.	
Marketing Internacional - Estratégias de acesso aos mercados internacionais.	
Bibliografia Básica	
DUARTE, C. A Diferencias de usos gramaticales entre español/portugués . Madrid: Edinumen, 1999.	
MARTÍNEZ, Ángels. Guia de conversação comercial . São Paulo: Martins Fontes, 2009.	
MARTINEZ, Ron; ARIAS, Sandra di Lullo. Como Dizer Tudo em Espanhol: Fale A Coisa Certa Em Qualquer Situação . 1ª edição. São Paulo: <i>Campus</i> , 2001.	
Bibliografia Complementar	
ARAGONÉS, L. y PALENCIA, R. Gramática de uso de español para extranjeros . Madrid: SM, 2003.	
CALZADO, A. Gramática Esencial – Con el español que se habla hoy en España y en América Latina . Madrid: SM, 2002.	
REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS AMERICANAS. Nueva gramática de la lengua española . 2 Vol. Madrid: Espasa-Calpe: 2009.	

Componente Curricular: Marketing Digital	
Carga Horária: 40 h	Período Letivo: 2º semestre
Ementa	

Conceito de marketing digital. Canais de Marketing on-line. E-business e e-commerce. Estratégias e ferramentas de marketing digital. Marketing por conteúdo. Mídias sociais e Redes sociais. Ferramentas colaborativas de construção de conteúdo em comunidades virtuais. Planejamento, monitoramento e medição de resultados no marketing digital. Questões éticas, legais, de segurança e desafios do marketing digital.

Ênfase Tecnológica

Canais de Marketing on-line. E-business e e-commerce. Mídias sociais e Redes sociais.

Área de Integração

Administração de Marketing - Segmentação de mercado; Posicionamento de mercado.

Comportamento do Consumidor - Tendências em comportamento do consumidor.

Português Instrumental - Coesão e coerência textuais; Texto informativo técnico; Normas gramaticais usuais.

Ética e Sociedade

Bibliografia Básica

STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E-marketing**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 Ps do Marketing Digital - o Seu Guia Estratégico de Marketing Digital**. 1ª ed. São Paulo: Novatec, 2011.

VICENTE, Eliane Mercês. **Redes Sociais - Ciberespaço - Novas Formas De Interação Das Redes Sociais**. 1ª ed. São Paulo: Viena, 2014.

Bibliografia Complementar

STRUTZEL, Tércio. **Presença Digital**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

TURCHI, Sandra R. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. São Paulo: Atlas, 2012.

VASCO, Marques. **Marketing Digital 360**. 1ª ed. Portugal: Actual Editora, 2015.

Componente Curricular: Estatística Aplicada ao Marketing

Carga Horária: 40 h

Período Letivo: 2º semestre

Ementa

Inferência estatística com ênfase em determinação de tamanho de amostra, estimação pontual/intervalar e testes de hipóteses. Análise de variância. Gerenciamento das estatísticas de operações de telemarketing.

Ênfase Tecnológica

Inferência estatística; Teste de hipóteses.

Área de Integração

Informática aplicada ao marketing - Criação de fórmulas e utilização de funções aplicadas na estatística; Uso de gráficos para representação de dados na planilha.

Pesquisa de marketing - escalas de medição; instrumento de pesquisa; amostragem e tamanho da amostra; preparação dos dados; análise de dados.

Estatística Básica

Pesquisa de Marketing

Bibliografia Básica

ANDERSON, David Ray; SWEENEY, Dennis J.; WILLIAMS, Thomas Arthur. **Estatística aplicada à administração e economia**. 3ª ed. São Paulo: Pioneira, 2013.

BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

TIBONI, Conceição Gentil Rebelo. **Estatística Básica - Para Os Cursos de Administração, Ciências Contábeis, Tecnológicos e de Gestão**. 1ª ed. Atlas, 2010

Bibliografia Complementar

MANN, Prem S. **Introdução À Estatística**. 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

LARSON, Ron; FARBER, Elizabeth. **Estatística aplicada**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2016.

VIEIRA, Sônia. **Elementos de estatística**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Componente Curricular: Marketing de Relacionamento

Carga Horária: 80 h

Período Letivo: 2º semestre

Ementa

Atendimento e Vendas: Venda pessoal: perfil do vendedor, técnicas adequadas a cada fase do processo de venda e, pós-venda, modelo ideal de atendimento ao cliente. Marketing de relacionamento: conceito, evolução e características. Relacionamento da organização com seus públicos de interesse (stakeholders). Gestão do relacionamento com clientes (CRM – Customer Relationship Management). Integração das estratégias de gestão de CRM. A aplicação de tecnologia de CRM. Retenção e lealdade de clientes. Programas de Fidelização.

Ênfase Tecnológica

Relacionamento da organização com seus públicos de interesse (stakeholders). Gestão do relacionamento com clientes.
Área de Integração
Administração de Marketing - Principais conceitos relacionados ao marketing.
Informática Aplicada ao Marketing - Envio de correspondência de Marketing usando mala direta.
Ética e Sociedade
Bibliografia Básica
CRESCITELLI, Edson; BARRETO, Iná Futino. Marketing de Relacionamento . 1ª ed. São Paulo: Pearson, 2013.
MADRUGA, Roberto. Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
ZENONE, Luiz Carlos. Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas . São Paulo: Atlas, 2010.
Bibliografia Complementar
DEMO, Gisela; PONTE, Valter. Marketing de relacionamento (CRM): estado da arte e estudo de casos . São Paulo: Atlas, 2008.
QUADROS, Moacir. CRM: teoria, prática e ferramentas . São Paulo: Visual Books, 2010.
ZENONE, Luiz Carlos. Fundamentos De Marketing De Relacionamento - Fidelização De Clientes e Pós-Venda - 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

4.12.2. Componentes curriculares optativos

Poderão ser ofertadas disciplinas optativas com o objetivo de aprofundamento e/ou de atualização de conhecimentos específicos. O estudante regularmente matriculado em curso técnico, no IFFar, poderá cursar como optativas disciplinas que não pertençam à matriz curricular de seu curso. As disciplinas na forma optativa, de oferta obrigatória pelo IFFar e matrícula optativa aos estudantes, referem-se à Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS e a Língua Espanhola.

Poderão ser ofertadas outras disciplinas optativas, desde que sejam deliberadas pelo colegiado de curso e registradas, em ata, a opção de escolha, a carga horária, a seleção de estudantes, a forma de realização, entre outras questões pertinentes à oferta. A oferta da disciplina optativa deverá ser realizada por meio de edital com, no mínimo, informações de forma de seleção, número de vagas, carga horária, turnos e dias de realização e demais informações pertinentes à oferta.

O IFFar *Campus Avançado Uruguiana*, oferecerá de forma optativa aos estudantes a Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS através de oficinas e/ou projetos. A oferta da Língua Espanhola consta no rol das disciplinas obrigatórias e faz parte da carga horária mínima do curso.

No caso do estudante optar por fazer alguma outra disciplina optativa, deverá ser registrado no histórico escolar do estudante a carga horária cursada, bem como a frequência e o aproveitamento.

Componente Curricular: Iniciação a Libras
Carga Horária: 40 h
Ementa
Breve histórico da educação de surdos. Conceitos básicos de LIBRAS. Introdução aos aspectos linguísticos da LIBRAS. Vocabulário básico de LIBRAS.
Bibliografia Básica

ALMEIDA, E. C.; DUARTE, P.M. **Atividades Ilustradas em Sinais das Libras**. Editora Revinter, 2004.

GESSER, AL. **Libras? Que língua é essa? Crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e a realidade surda**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

KARNOPP, L.; QUADROS, R, M, B. **Língua de Sinais Brasileira, Estudos Linguísticos**. Florianópolis, SC: Artmed, 2004.

Bibliografia Complementar

BOTELHO, P. **Segredos e Silêncio na Educação dos Surdos**. Belo Horizonte: Autêntica, 1998. p. 7 a 12.

CAPOVILLA, F. C. **Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilíngüe da Língua de Sinais Brasileira**. São Paulo: Edusp, 2003.

FELIPE, T. A. **LIBRAS em contexto. Programa Nacional de Apoio à Educação de Surdos**, MEC: SEESP, Brasília, 2001.

5. CORPO DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO EM EDUCAÇÃO

Os itens 5.1 e 5.2 descrevem, respectivamente, o corpo docente e técnico administrativo em educação, necessários para funcionamento do curso. Nos itens abaixo, também estarão dispostas as atribuições do coordenador de curso, colegiado de curso e as políticas de capacitação.

5.1. Corpo Docente atuante no curso

Descrição			
Nº	Nome	Formação	Titulação/IES
1	Elijeane dos Santos Sales	Graduação em Administração	Bacharelado em Administração Especialização em Psicologia Organizacional Mestrado em Administração Doutorado em Administração (em andamento)
2	Gustavo Griebler	Graduação em Sistemas de Informação	Bacharelado e Licenciatura em Sistemas de Informação Especialização em Gerenciamento de Projetos Visão PMI Mestrado em Educação nas Ciências Doutorado em Educação em Ciências (em andamento)
3	José Vitor Palhares dos Santos	Graduação em Administração	Bacharelado em Administração Mestrado em Administração Doutorado em Administração (em andamento)
4	Louise Silva do Pinho	Graduação em Letras Português/ Espanhol e respectivas Literaturas	Licenciatura em Letras Português/ Espanhol e respectivas Literaturas Mestrado em Ensino de línguas Mestrado em Ensino (em andamento)
5	Maiara Lais Marcon	Graduação em Administração	Bacharelado em Administração Especialização em Consultoria Empresarial Especialização em Gestão Pública
6	Marcelo Fischborn	Graduação em Filosofia	Licenciatura em Filosofia Mestrado em Filosofia Doutorado em filosofia
7	Mérolí Saccardo dos Santos	Graduação em Administração de Empresas	Bacharelado em Administração de Empresas Especialização em Gestão Pública Mestrado Profissional em Administração
8	Michel Michelin	Graduação em Matemática	Licenciatura em Matemática Especialização em Qualificação Docente em Ciências da Natureza e Matemática Mestrado em matemática Aplicada

9	Stéphane Rodrigues Dias	Graduação em Letras Português/Inglês	Licenciatura em Letras Português/Inglês Mestrado em Letras – Linguística Doutorado em Letras - Linguística
---	-------------------------	--------------------------------------	--

5.1.1. Atribuição da coordenação de Curso

A coordenação do Curso Técnico em Marketing Subsequente tem por fundamentos básicos, princípios e atribuições, assessorar no planejamento, orientação, acompanhamento, implementação e avaliação da proposta pedagógica da instituição, bem como agir de forma que viabilize a operacionalização de atividades curriculares dos diversos níveis, formas e modalidades da Educação Profissional Técnica e Tecnológica, dentro dos princípios da legalidade e da eticidade, e tendo como instrumento norteador o Regimento Geral e Estatutário do Instituto Federal Farroupilha.

A Coordenação de Curso tem caráter deliberativo, dentro dos limites das suas atribuições, e caráter consultivo, em relação às demais instâncias. Sua finalidade imediata é colaborar para a inovação e aperfeiçoamento do processo educativo e zelar pela correta execução da política educacional do Instituto Federal Farroupilha, por meio do diálogo com a Direção de Ensino, Coordenação Geral de Ensino e Núcleo Pedagógico Integrado.

Além das atribuições descritas anteriormente, a Coordenação de Curso segue regulamento próprio aprovado pelas instâncias superiores do IFFar que deverão nortear o trabalho dessa coordenação.

5.1.2. Atribuições de Colegiado de Curso

O Colegiado de Curso Técnico é um órgão consultivo responsável pela concepção do Projeto Pedagógico de Curso de cada curso técnico que compõe um dos Eixos Tecnológicos ofertados em cada *Campus* do IFFar e tem por finalidade, a implantação, avaliação, atualização e consolidação do mesmo.

O Colegiado de Curso é responsável por:

Acompanhar e debater o processo de ensino e aprendizagem;

Promover a integração entre os docentes, estudantes e técnicos administrativos em educação envolvidos com o curso;

Garantir à formação profissional adequada aos estudantes, prevista no perfil do egresso e no PPC;

Responsabilizar-se com as adequações necessárias para garantir qualificação da aprendizagem no itinerário formativo dos estudantes em curso;

Avaliar as metodologias aplicadas no decorrer do curso, propondo adequações quando necessárias;

Debater as metodologias de avaliação de aprendizagem aplicadas no curso, verificando a eficiência e eficácia, desenvolvendo métodos de qualificação do processo, entre outras inerentes às atividades acadêmicas no *Campus* e atuará de forma articulada com o GT dos Cursos Técnicos por meio dos seus representantes de *Campus*.

5.1.3. Núcleo Pedagógico Integrado (NPI)

O NPI é um órgão estratégico de planejamento e assessoramento didático e pedagógico, vinculado à DE do *Campus*, além disso, é uma instância de natureza consultiva e propositiva, cuja função é auxiliar a gestão do ensino a planejar, implementar, desenvolver, avaliar e revisar a proposta pedagógica da Instituição, bem como implementar políticas de ensino que viabilizem a operacionalização de atividades curriculares dos diversos níveis e modalidades da educação profissional de cada unidade de ensino do IFFar.

O NPI tem por objetivo planejar, desenvolver e avaliar as atividades voltadas à discussão do processo de ensino e aprendizagem em todas as suas modalidades, formas, graus, programas e níveis de ensino, com base nas diretrizes institucionais.

O NPI é constituído por servidores que se inter-relacionam na atuação e operacionalização das ações que permeiam os processos de ensino e aprendizagem na instituição. Tendo como membros natos os servidores no exercício dos seguintes cargos e/ou funções: Diretor(a) de Ensino; Coordenador(a) Geral de Ensino; Pedagogo/a; responsável pela Assistência Estudantil no *Campus*; Técnico(s) em Assuntos Educacionais lotado(s) na Direção de Ensino. Além dos membros citados poderão ser convidados para compor NPI outros servidores do *Campus*.

Além do mais, a constituição desse núcleo tem como objetivo, promover o planejamento, implementação, desenvolvimento, avaliação e revisão das atividades voltadas ao processo de ensino e aprendizagem em todas as suas modalidades, formas, graus, programas e níveis de ensino, com base nas diretrizes institucionais. As demais informações sobre o NPI encontram-se nas diretrizes institucionais dos cursos técnicos do IFFar.

5.2. Corpo Técnico Administrativo em Educação

Os Técnicos Administrativos em Educação no IFFar tem o papel de auxiliar na articulação e desenvolvimento das atividades administrativas e pedagógicas relacionadas ao curso, como o objetivo de garantir o funcionamento e a qualidade da oferta do ensino, pesquisa e extensão na Instituição. O IFFar *Campus* Avançado Uruguiana conta com:

Quantidade	Natureza do Cargo
1	Analista de tecnologia da Informação
4	Assistentes em Administração
1	Auxiliar de administração
2	Assistentes de Alunos
1	Assistente Social

5.3. Política de capacitação para Docentes e Técnico Administrativo em Educação

A qualificação dos segmentos funcionais é princípio basilar de toda instituição que prima pela oferta educacional qualificada. O IFFar, para além das questões legais, está compromissado com a promoção da formação permanente, da capacitação e da qualificação, alinhadas à sua Missão, Visão e Valores. Entende-se a qualificação como o processo de aprendizagem baseado em ações de educação formal, por meio do qual o servidor constrói conhecimentos e habilidades, tendo em vista o planejamento institucional e o desenvolvimento na carreira. O IFFar, com a finalidade de atender às demandas institucionais de qualificação dos servidores, estabelecerá no âmbito institucional, o Programa de Qualificação dos Servidores, que contemplará as seguintes ações:

- Programa Institucional de Incentivo à Qualificação Profissional (PIIQP) – disponibiliza auxílio em três modalidades (bolsa de estudo, auxílio-mensalidade e auxílio-deslocamento);
- Programa Institucional de Incentivo à Qualificação Profissional em Programas Especiais (PIIQPPE) – tem o objetivo de promover a qualificação, em nível de pós-graduação *stricto sensu*, em áreas prioritárias ao desenvolvimento da instituição, realizada em serviço, em instituições de ensino conveniadas para MINTER e DINTER.
- Afastamento Integral para pós-graduação *stricto sensu* – política de qualificação de servidores o IFFar destina 10% (dez por cento) de seu quadro de servidores, por categoria, vagas para o afastamento Integral.

6. INSTALAÇÕES FÍSICAS

O *Campus* oferece aos estudantes do Curso Técnico em Marketing, uma estrutura que proporciona o desenvolvimento cultural, social e de apoio à aprendizagem, necessárias ao desenvolvimento curricular para a formação geral e profissional, com vistas a atingir a infraestrutura necessária orientada no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos conforme descrito nos itens a seguir:

6.1. Biblioteca

A Biblioteca *Campus* Avançado Uruguiana tem a finalidade de apoiar as atividades de ensino e aprendizagem, técnico-científica e cultural, e também auxiliar os professores nas atividades pedagógicas e colaborar com o desenvolvimento intelectual da comunidade acadêmica, por meio de ações culturais promovidas na biblioteca que incentivam a leitura e desenvolve a competência informacional.

Para a gestão do acervo e rotinas técnicas, a Biblioteca possui o sistema Pergamum que é um software especializado em gestão de bibliotecas. Este software facilita a comunidade acadêmica o acesso ao acervo que está organizado por área do conhecimento.

Este sistema tem a opção de consulta, reserva e renovação remota ao acervo através de catálogo online disponível no site do *Campus*. Além dos acessos remotos, prestam-se os serviços de empréstimo, renovação e reserva de material, consultas, orientação na organização de Trabalhos Acadêmicos e visitas orienta-

das. As normas de funcionamento da biblioteca estão dispostas no site do *Campus* e na biblioteca. A biblioteca possui computadores com internet disponíveis aos alunos e sala de estudo em grupo e espaço para leitura.

6.2. Áreas de ensino específicas

Descrição - Prédio de Ensino	Quantidade
Salas de aula com 35-40 cadeiras, ar condicionado e projetor multimídia	7
Banheiros	9
Sala do Grêmio Estudantil	1

6.1. Laboratórios

Descrição	Quantidade
Laboratório de Informática: sala com 35-40 computadores, ar condicionado, disponibilidade para utilização de computador e projetor multimídia.	4
Laboratório de Hardware	1

6.2. Área de esporte e convivência

Esporte e convivência	
Descrição	Quantidade
Quadra	1
Ginásio poliesportivo (em construção)	1
Refeitório e área de convivência	1

6.3. Área de atendimento ao discente

Áreas de atendimento	
Descrição	Quantidade
Assistência Estudantil	1
Biblioteca	1
Coordenação de Registros Acadêmicos	1

7. REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.** Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional/LDB. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm

_____. **RESOLUÇÃO Nº 3, DE 21 DE NOVEMBRO DE 2018.** Atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio. Disponível em: <http://novoensinomedio.mec.gov.br/resources/downloads/pdf/dcnem.pdf>

_____. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.** Disponível em <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/003.pdf>

DECRETO LEI nº 12.723/2012 de 9 de outubro. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12723.htm.

DECRETO LEI Nº 12.764/2012 de 27 de dezembro. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12764.htm.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2015. Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=432240&idtema=156&search=rio-grande-do-sul|uruguiana|ensino-matriculas-docentes-e-rede-escolar-2015>.

8. ANEXOS

8.1. Resoluções



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
REITORIA

RESOLUÇÃO CONSUP Nº 015/2018, DE 27 DE MARÇO DE 2018

Aprova a criação do Curso Técnico em Marketing Subsequente, Campus Avançado Uruguaiana, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

A PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, no uso de suas atribuições legais e regimentais, considerando as disposições do Artigo 9º do Estatuto do Instituto Federal Farroupilha e os autos do Processo 23227.000075/2018-79; com a aprovação da Câmara Especializada de Administração, Desenvolvimento Institucional e Normas, por meio do Parecer nº 0017/2018/CADIN; da Câmara Especializada de Ensino, com o Parecer nº 012/2018/CEE; do Conselho Superior, nos termos da Ata Nº 001/2018, da 1ª Reunião Ordinária do CONSUP, realizada em 27 de março de 2018,

RESOLVE:

Art. 1º - APROVAR a criação do Curso Técnico em Marketing Subsequente, Campus Avançado Uruguaiana, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

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

Santa Maria, 27 de março de 2018.

CARLA COMERLATO JARDIM
PRESIDENTE



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
REITORIA

RESOLUÇÃO CONSUP N° 048/2018, DE 25 DE JUNHO DE 2018

Aprova o Projeto Pedagógico e autoriza o funcionamento do Curso Técnico em Marketing Subsequente, Campus Avançado Uruguaiana, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

A PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, no uso de suas atribuições legais e regimentais, considerando as disposições do Artigo 9º do Estatuto do Instituto Federal Farroupilha e os autos do Processo nº 23227.000330.2018-83; o Regulamento do Conselho Superior; com a aprovação da Câmara Especializada de Ensino, por meio do Parecer nº 031/2018/CEE; e do Conselho Superior, nos termos da Ata N° 002/2018, da 2ª Reunião Ordinária do CONSUP, realizada em 25 de junho de 2018,

RESOLVE:

Art. 1º - APROVAR o Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing Subsequente, Campus Avançado Uruguaiana, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

Art. 2º - AUTORIZAR o funcionamento do Curso Técnico em Marketing Subsequente, Campus Avançado Uruguaiana, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

Art. 3º - O Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing Subsequente, Campus Avançado Uruguaiana, aprovado por esta Resolução, será oficialmente publicado pela Pró-Reitoria de Ensino no site Institucional.

Art. 4º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Santa Maria, 25 de junho de 2018.

CARLA DAMERLATO JARDIM
PRESIDENTE



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
REITORIA

RESOLUÇÃO CONSUP N° 054/2019, DE 24 DE OUTUBRO DE 2019

Aprova o ajuste curricular do Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing Subsequente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha – *Campus Avançado Uruguiana*.

A PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, no uso de suas atribuições legais e regimentais, considerando as disposições do Artigo 9º do Estatuto do Instituto Federal Farroupilha e os autos do Processo nº 23227.000330/2018-83, com a aprovação da Câmara Especializada de Ensino, por meio do Parecer nº 017/2019/CEE; e do Conselho Superior, nos termos da Ata nº 008/2019, da 4ª Reunião Ordinária do CONSUP, realizada em 24 de outubro de 2019,

RESOLVE:

Art. 1º APROVAR, nos termos e na forma constantes do anexo, o ajuste curricular do Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing Subsequente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha – *Campus Avançado Uruguiana*, criado pela Resolução CONSUP nº 15, de 27 de março de 2018.

Art. 2º O Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Marketing Subsequente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha — *Campus Avançado Uruguiana*, tendo seu ajuste curricular aprovado por esta Resolução, será oficialmente publicado pela Pró-Reitoria de Ensino no *site* institucional.

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Santa Maria, 24 de outubro de 2019.

CARLA COMERLATO JARDIM
PRESIDENTE