



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RORAIMA  
REITORIA

Conselho Superior

Rua Fernão Dias Paes Leme, 11, Calungá, Boa Vista - RR, CEP 69303220 , gabinete.reitoria@ifrr.edu.br

www.ifrr.edu.br

**Resolução CONSUP/IFRR N° 722, de 8 de março de 2023.**

*Aprova o Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Publicidade Subsequente ao Ensino Médio, Campus Boa Vista Zona Oeste, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima.*

A Presidente do Conselho Superior do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima, **Ad Referendum** deste Conselho, no uso de suas atribuições legais, tendo em vista a autonomia institucional conferida pelo Art. 1º da Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, e considerando o constante no Processo n.º 23482.000247.2022-70.

**RESOLVE:**

Art.1.º Aprovar, o Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Publicidade Subsequente ao Ensino Médio, *Campus Boa Vista Zona Oeste*, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima, conforme anexo.

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

Dê-se ciência, publique-se e cumpra-se.

Conselho Superior do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima, em Boa Vista-RR, 8 de março de 2023.

**Nilra Jane Filgueira Bezerra**

Presidente do CONSUP



**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Roraima

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO  
TÉCNICO EM

# PUBLICIDADE

---

SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

---

CBVZO- 2022

Em 29 de dezembro de 2008, com a sanção da Lei Federal nº 11.892, foram criados, no Brasil, 38 Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (por meio da junção de Escolas Técnicas Federais, CEFET, Escolas Agrotécnicas e Escolas vinculadas a Universidades). Diante disso, apresentou-se como missão promover uma educação pública de excelência por meio da união entre ensino, pesquisa e extensão, integrando pessoas, conhecimento e tecnologia.

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR) é originário da extinta Escola Técnica, que foi implantada, informalmente, em outubro de 1986, iniciando suas atividades em 1987, ofertando os Cursos Técnicos em Eletrotécnica e em Edificações.

À época, funcionava em espaço físico cedido pela Escola de Formação de Docentes de Boa Vista. Em 21 de dezembro de 1989, por meio do Parecer 26/89, o Conselho Territorial de Educação (CTE-RR) autoriza e reconhece a Escola Técnica de Roraima.

Em 30 de junho de 1993, sob a Lei nº 8.670, publicada no Diário Oficial da União 123, de 1º de julho de 1993, no governo do então presidente da República Itamar Franco, foi criada a Escola Técnica Federal de Roraima, cuja implantação, na prática, se deu pela transformação da Escola Técnica do Ex-Território Federal de Roraima.

Em 2002 houve a transformação em Centro Federal de Educação Tecnológica de Roraima (Cefet-RR), por meio de Decreto Presidencial de 13 de novembro, publicado no Diário Oficial da União nº 221, Seção I, no dia subsequente. Esse foi um marco para a verticalização da educação profissional, oferecendo cursos profissionalizantes em nível básico, técnico e superior.

Em 2005, o Governo Federal, por intermédio do Ministério da Educação – MEC, instituiu o Plano de Expansão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica no país, estabelecendo a implantação de Unidades Descentralizadas – UNED, em diversas unidades da federação, sendo o Estado de Roraima contemplado, na fase I, com a UNED de Novo Paraíso, no Município de Caracaraí, no Sul do Estado; e, na Fase II, com a UNED do Município de Amajari, no Norte do Estado.

Em 29 de dezembro de 2008, a Lei nº 11.892 instituiu a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, sendo criado, portanto, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima – IFRR. Atualmente o IFRR possui cinco *campi*: Amajari, na cidade de Amajari-RR; Boa Vista, na cidade de Boa Vista; Boa Vista Zona Oeste, na zona oeste da capital; *Campus* Avançado do Bonfim, na cidade de Bonfim; e Novo Paraíso na cidade de Caracaraí.

O IFRR é uma instituição de educação superior, básica e profissional, pluricurricular, multicampi e descentralizada, especializada na oferta de educação profissional e tecnológica, nas diferentes modalidades de ensino, com base na conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos com sua prática pedagógica.

Tem como visão ser excelência, na Região Amazônica, como agente de transformação social, por meio de ensino, pesquisa, extensão e inovação. Promovendo a formação humana integral, por meio da educação, ciência e tecnologia, em consonância com os arranjos produtivos locais, socioeconômicos e culturais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Tendo como valores a Ética e Transparência; Inclusão Social; Gestão democrática; Respeito à Diversidade e à Dignidade Humana e Responsabilidade Socioambiental.

O IFRR é uma autarquia de base educacional humanístico-técnico-científica, encontrando na territorialidade e no modelo pedagógico aqui proposto elementos singulares. Para sua definição identitária e uma estrutura especializada na oferta de educação profissional e tecnológica em diferentes níveis e modalidades de ensino.

O IFRR vem, ao longo dos seus anos de história, consolidando-se no Estado de Roraima com a oferta de vários cursos, não só na capital, mas também no interior. Tais cursos têm possibilitado a qualificação técnica e profissional de vários jovens que, têm apresentado condições apropriadas para se

inserir no mundo do trabalho.

O *Campus* Boa Vista Zona Oeste (CBVZO) começou a ser implantado no dia 23 de outubro de 2012, por meio do D.O.U. n° 1.286. O desafio inicial foi o de estabelecer as condições necessárias e suficientes para a concepção, implantação e funcionamento do *Campus*.

Em decorrência da falta de infraestrutura própria, o CBVZO funcionou primeiramente no Colégio Militarizado Estadual Professora Elza Breves de Carvalho, em parceria com o Governo do Estado de Roraima, por meio da Secretaria de Estado de Educação. A criação do CBVZO possibilitaria à comunidade dessa região, cursos de formação profissional e atividades de promoção da cidadania, de modo a combater as desigualdades sociais e contribuir para a inserção do trabalhador no processo produtivo e no contexto sociocultural.

Entre os anos de 2017 e 2018, o CBVZO funcionou, em parte, temporariamente no *Campus* Boa Vista, até a autorização de mudança para sua sede na Zona Oeste da cidade de Boa Vista em fevereiro de 2018. Atualmente, o CBVZO possui os cursos: Técnico em Serviços Públicos e em Comércio na forma Integrada ao Ensino Médio (integral), Técnico em Administração e em Comunicação Visual na forma Subsequente (noturno), Proeja integrado ao Curso FIC de Assistente em Administração (noturno) e Superior de Tecnologia em Gestão Pública (noturno).

O estabelecimento em definitivo em sua sede ocorreu, no entanto, sem a infraestrutura completa necessária para o seu funcionamento, visto a falta de uma cantina e quadra de esportes. Essas lacunas, e outras melhorias, foram sendo resolvidas e, atualmente, o CBVZO está apto a acolher um aumento de vagas nos três turnos, como maior diversidade formativa, sem descuidar da qualidade do ensino.

O *Campus* Boa Vista Zona Oeste atua hoje em dois eixos, Gestão e negócios e Produção Cultural e Design. O primeiro compreende tecnologias associadas a instrumentos, técnicas, estratégias e mecanismos de gestão. Abrange planejamento, avaliação e gestão de pessoas e de processos referentes a negócios e serviços presentes em organizações e instituições públicas ou privadas, de todos os portes e ramos de atuação, busca da qualidade, produtividade e competitividade, utilização de tecnologias organizacionais, comercialização de produtos, e estratégias de marketing, logística e finanças. A organização curricular dos cursos contempla conhecimentos relacionados à: leitura e produção de textos técnicos, estatística e raciocínio lógico, línguas estrangeiras, ciência e tecnologia, tecnologias sociais e empreendedorismo, prospecção mercadológica e marketing, tecnologias de comunicação e informação, desenvolvimento interpessoal, legislação, normas técnicas, saúde e segurança no trabalho, responsabilidade e sustentabilidade social e ambiental, qualidade de vida, e ética profissional.

O eixo de Produção Cultural e Design compreende tecnologias de produção, conservação, difusão, performance e gerenciamento de bens culturais materiais e imateriais, voltadas ao desenvolvimento da economia criativa e da produção cultural em seus vários segmentos, espaços e meios de criação e de fruição artística, com base em: leitura e produção de textos técnicos; raciocínio lógico e estético; ciência e tecnologia; tecnologias sociais; empreendedorismo; cooperativismo e associativismo; prospecção mercadológica e marketing; tecnologias de comunicação e informação; desenvolvimento interpessoal; legislação e políticas públicas; normas técnicas; saúde e segurança do trabalho; gestão da qualidade; responsabilidade e sustentabilidade social e ambiental; qualidade de vida; e ética profissional social e ambiental; qualidade de vida; e ética profissional. Respeitando o que rege a legislações específicas do curso, conforme CNCT (2020) sendo elas, Lei n° 4680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda, publicado no Diário Oficial da União de 21 de junho de 1965 e Decreto n° 57690, de 1° de fevereiro de 1966, que aprova o Regulamento para a execução da Lei n° 4680, de 18 de junho de 1965. Publicado no Diário Oficial da União de 10 de fevereiro de 1966.

## 2. JUSTIFICATIVA

O IFRR tem como proposta articular e integrar à formação acadêmica a preparação para o trabalho, bem como promover uma formação contextualizada em princípios e valores que potencializam a ação humana na busca de caminhos mais dignos de vida.

Nesse sentido, o Curso Técnico em Publicidade subsequente ao Ensino Médio, ofertado pelo IFRR/*Campus* Boa Vista Zona Oeste, apresenta-se como uma alternativa para diversificar a oferta de cursos do IFRR, bem como atender a uma demanda crescente no estado. Observa-se, inclusive, que tal demanda é expressiva, tendo em vista que na pesquisa realizada, no ano de 2019, com a comunidade local (zona oeste do município) o curso foi um dos mais citados.

Por meio da Secretaria de Planejamento do Estado de Roraima - Seplan, foram apresentadas as estatísticas de emprego e renda associadas ao nível de escolaridade no ano de 2018. Segundo essas estatísticas, 106 mil pessoas possuíam o ensino médio completo ou equivalente, destes, a taxa de desocupação era de 14% (quatorze por cento), número menor se comparado ao ensino médio ou equivalente incompleto e ensino superior ou equivalente incompleto (SEPLAN, 2018).

A partir do levantamento de interesse realizado em 2019, inclusive por meio de audiências públicas, por cursos profissionalizantes no contexto em que o *Campus* Boa Vista Zona Oeste está inserido, verificou-se que há demanda específica para o Curso Técnico em Publicidade, visto que o estado não possui nenhuma instituição que oferta este curso presencial e o mercado de trabalho carece de profissionais da área, pois após a sua formação o estudante egresso pode atuar em agências de publicidade e Marketing, empresas do setor gráfico, de rádio, televisão e web, produtoras de áudio e vídeo, editoras, veículos de comunicação, departamentos de comunicação, marketing e inovação.

Vale ressaltar que a proposta de criação do Curso Técnico em Publicidade está em consonância com o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos atualizado pela Resolução nº 02, de 15 de Dezembro de 2020.

Segundo dados disponibilizados pelo Painel Mapa de Empresas, produzido pelo Ministério da Economia (2022), existem no estado 32.314 empresas ativas de diversos setores. A área de comunicação como um todo e principalmente a publicidade são a base para as interações comerciais e humanas, pois para se comunicar é necessário um processo representado por símbolos que apresentem o que se pensa e sente por meio de sinais verbais ou não verbais. É na comunicação não verbal que o profissional de comunicação assume espaço de destaque no mundo de trabalho, seja pela criação de imagens estáticas, como na criação de campanhas que utilizam as mídias tradicionais (outdoors, pôsteres, jornais, revistas) e digitais (posts de redes sociais, infográficos, banners), ou ainda no formato de vídeos, entre outros. Nesse sentido, os números fornecidos pelo Ministério da Economia projetam a necessidade de profissionais capacitados e que conheçam os arranjos e as dinâmicas locais. Ainda, o CBVZO num estudo realizado por uma Comissão Interna para identificação do novo eixo tecnológico de atuação – Produção Cultural e Design, no ano de 2019, em alinhamento ao projeto no Plano de Desenvolvimento Institucional 2019-2023, demonstrou que em 510 repostas obtidas numa pesquisa online por meio do Google forms, o curso Técnico em Publicidade aparece em 2º lugar, conforme Tabela 1:

Tabela 1 – Compilação de interesse nos cursos técnicos e superiores de tecnologia

Curso Técnico	Interesse alto	Interesse muito alto	Total de resultados positivos
Técnico em Multimídia	116	190	306

Técnico em Publicidade	132	173	305
Técnico em Produção de Áudio e Vídeo	122	173	295
Técnico em Processos Fotográficos	94	196	290
Técnico em Design de Interiores	133	140	273
Técnico em Comunicação Visual	118	121	239
Técnico em Paisagismo	93	86	179
Técnico em Artesanato	58	61	119
<b>Curso Técnico</b>	<b>Interesse alto</b>	<b>Interesse muito alto</b>	<b>Total de resultados positivos</b>
Tecnólogo em Design Gráfico	115	196	311
Tecnólogo em Fotografia	107	202	309
Tecnólogo em Design de Animação	107	171	278
Tecnólogo em Produção Multimídia	117	154	271
Tecnólogo em Produção Publicitária	118	144	262
Tecnólogo em Audiovisual	109	140	249
Tecnólogo em Design de Interiores	96	139	235

Fonte: Relatório da Comissão para definição do novo eixo tecnológico e os respectivos cursos técnicos e tecnológicos para o Campus Boa Vista Zona Oeste - Portarias n.º 59/DG e 99/DG(2019).

Assim, é perceptível a necessidade da oferta de curso voltado para esta área, pois, irá facilitar o ingresso no mercado de trabalho e possibilitará emprego e renda ao estudante egresso.

Dessa forma, a construção desta Proposta Pedagógica pautou-se na legislação vigente e nos

princípios democráticos, contando com a participação dos profissionais da área do curso e da equipe pedagógica. Tal processo objetiva garantir o interesse, os anseios e a qualificação da clientela atendida, despertando o interesse para o ensino, a pesquisa, a extensão e a inovação tecnológica e, conseqüentemente, para o prosseguimento vertical dos estudos.

### **3. OBJETIVOS**

#### **a. Objetivo Geral**

Formar profissionais com habilitação Técnica em Publicidade, com competências para atender às demandas do segmento de comunicação de forma ética e responsável nas áreas de criação, planejamento, atendimento, mídia e marketing com capacidades para o exercício da cidadania.

#### **b. Objetivos Específicos**

- ✓ Desenvolver as habilidades de analisar, interpretar e propor a produção da identidade visual das peças;
- ✓ Atuar de forma pró-ativa nas decisões da organização, demonstrando liderança, iniciativa, sensatez e flexibilidade no ambiente de trabalho;
- ✓ Criar, elaborar e planejar projetos de comunicação em diversas mídias com o objetivo de tornar pública uma ideia, ideais, produtos, serviços e/ou marcas.
- ✓ Produzir marcas, produtos e serviços com foco nas necessidades das pessoas, da sociedade e do mercado.
- ✓ Realizar pesquisa na prospecção de imagens, mídia, comportamento e linguagens.

### **4. REGIME LETIVO**

- a) número total de vagas anuais:** de 40 a 80 estudantes
- b) número de turmas:** de 1 a 2 turmas
- c) carga horária do curso:** 880h
- d) período letivo:** modular
- e) tempos mínimo e máximo para a integralização do curso:** mínimo de 1 ano e meio e máximo de 2 anos e 03 meses.

### **5. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO AO CURSO**

O acesso ao Curso Técnico em Publicidade Subsequente ao Ensino Médio ocorrerá por meio de Processo Seletivo conforme edital, destinado exclusivamente àqueles que tenham concluído o Ensino Médio, obrigatoriamente até a data da matrícula.

A realização do Processo Seletivo estará a cargo de Comissão específica do IFRR/Campus Boa Vista Zona Oeste designada para esse fim. A essa Comissão caberá a responsabilidade de planejar, coordenar, executar e divulgar o Processo Seletivo, bem como de fornecer todas as informações a ele pertinentes por meio de Edital público.

As vagas do Processo Seletivo serão distribuídas da seguinte forma:

I –Ação afirmativa;

II– Ampla concorrência; e

III – Pessoa com Deficiência.

As vagas destinadas à ação afirmativa atendem ao Decreto Federal nº 3.298 de 1999, à Lei nº 12.711 de 2012, ao Decreto Federal nº 7.824 de 2012, à Portaria Normativa nº 18 de 2012, à Lei 13.146 de 2015, à Lei nº 13.409 de 2016 e ao Decreto Federal nº 9.034 de 2017.

Assim, do total das vagas ofertadas, 50% (cinquenta por cento) serão reservadas à inclusão social por meio do sistema de ação afirmativa, sendo distribuídas da seguinte forma:

50% (cinquenta por cento) destinar-se-ão a candidatos que tenham cursado todo o Ensino Fundamental em escola pública, respeitando a proporção mínima do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com renda familiar *per capita* igual ou inferior a 1,5 SM (um salário-mínimo e meio), dentro de cada um dos seguintes grupos de candidatos:

- a) Autodeclarados pretos, pardos e indígenas;
- b) Não autodeclarados pretos, pardos e indígenas; e
- c) Pessoa com deficiência.

Do total de vagas, 50% (cinquenta por cento) são destinadas à ampla concorrência; ou seja, candidatos que não apresentam os requisitos legais e/ou não desejam participar da inclusão social por meio do sistema de cotas de ações afirmativas.

Serão destinados 10% (dez por cento) do total de vagas à pessoa com deficiência, tanto do grupo de ação afirmativa quanto do grupo de ampla concorrência.

Os benefícios previstos em lei para a pessoa com deficiência deverão ser requeridos por escrito e encaminhados à Comissão responsável pelo Processo Seletivo do IFRR / *Campus Boa Vista Zona Oeste*, no período da inscrição, previsto em cronograma específico. O candidato deverá:

- a) Declarar-se pessoa com deficiência;
- b) Entregar à Comissão responsável pelo Processo Seletivo do IFRR / *Campus Boa Vista Zona Oeste* laudo médico original ou cópia autenticada em cartório, atestando o tipo e o grau da deficiência, com expressa referência ao código correspondente da Classificação Internacional de Doenças (CID) e a provável causa da deficiência, garantindo, dessa forma, sua inscrição como pessoa com deficiência.

A inexistência de Laudo Médico para qualquer solicitação de atendimento especial implicará o não atendimento. O candidato pessoa com deficiência que não se inscrever conforme orientações previstas em edital específico do processo seletivo passará a concorrer às vagas de ampla concorrência.

Os requisitos de permanência estabelecidos pelo *Campus Boa Vista Zona Oeste* estão previstos no Plano Estratégico Institucional de Permanência e Êxito dos Estudantes do IFRR, que contempla a gestão e o acompanhamento das ações de assistência que visam inclusive à promoção do êxito dos estudantes. As ações que objetivam a permanência dos estudantes estão elencadas neste Plano.

## 6. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O profissional formado pelo curso deverá estar habilitado a criar, elaborar e planejar projetos de comunicação em diversas mídias com o objetivo de tornar pública uma ideia, ideais, produtos, serviços e/ou marcas. Assim como Conceber marcas, produtos e serviços com foco nas necessidades das pessoas, da sociedade e do mercado. E realizar pesquisa na prospecção de imagens, mídia, comportamento e linguagens, coletar dados de impactos de campanhas publicitárias.

O Técnico em Publicidade é um profissional de nível médio detentor de conhecimentos interdisciplinares relacionados aos processos de criação, envolvendo pesquisa, idealização, planejamento, execução técnica, fruição e recepção estética. Possuindo competências comunicativas e empreendedoras voltadas à proposição de projetos, ao coletivo, à gestão, à solução de problemas e à resiliência, entre outras competências socioemocionais.

Este profissional poderá atuar em agências de publicidade, propaganda e marketing; em empresas do setor gráfico, de Rádio, Televisão e Web; em produtoras de áudio e vídeo. Assim como em Editoras, veículos de comunicação, departamentos de Comunicação, Marketing e Inovação, dentre outros.

A identificação do perfil socioeconômico dos candidatos, o acompanhamento dos estudantes selecionados, desde a sua entrada na instituição até a sua saída, observando também o seu desenvolvimento acadêmico no decorrer do Curso, podem possibilitar à Instituição constatar os aspectos que deverão ser aprimorados nos processos de acesso, permitindo a adequação das matrizes curriculares às dinâmicas tecnológicas.

Assim, o acompanhamento dos egressos deve avaliar as condições de trabalho e de renda dos profissionais, o seu campo de atuação profissional nos meios produtivos, a avaliação que ele faz da Instituição e do seu Curso, agora como egresso, bem como as suas expectativas quanto à formação continuada. De forma específica, as ações voltadas ao acompanhamento dos egressos estarão direcionadas às atividades previstas na Política de Acompanhamento de Egressos da Instituição, definidas pelo Plano Anual de Acompanhamento de Egressos do CBVZO.

## 7. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A organização curricular observa as determinações legais presentes no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos do Ministério da Educação, bem como as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica.

O curso está organizado em 01 ano e 06 meses, com uma carga horária de 880 horas para componentes curriculares obrigatórios. O currículo proporcionará as competências previstas no perfil do profissional e o desenvolvimento de valores éticos, morais, sociais, culturais e políticos. A proposta de implementação do curso está organizada por componentes, em regime modular. Este plano de curso está vinculado à proposta pedagógica da Instituição.

### a. Estrutura Curricular

#### CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE

##### MÓDULO 1:

Código	Componentes	Carga Horária		
		Teórica	Prática	Total

IAC	INFORMÁTICA BÁSICA E INTRODUÇÃO A EAD	20	20	40
IPU	INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE - EAD	30	10	40
PFO	PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA	20	40	60
HAM	HISTÓRIA DA ARTE MODERNA	30	10	40
PIN	PORTUGUÊS INSTRUMENTAL	40	20	60
CRI	CRIATIVIDADE	10	30	40
PGR	PRODUÇÃO GRÁFICA	40	20	60
Carga horária do módulo 1		190	150	340

MÓDULO 2:

Código	Componentes	Carga Horária		
		Teórica	Prática	Total
CP1	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA 1	30	50	80
DIN	DESIGN DA INFORMAÇÃO	40	20	60
PAP	PLANEJAMENTO E ATENDIMENTO PUBLICITÁRIO - EAD	20	20	40
SAC	SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA DO CONSUMO.	40	20	60
Carga horária do módulo 2		130	110	240

MÓDULO 3:

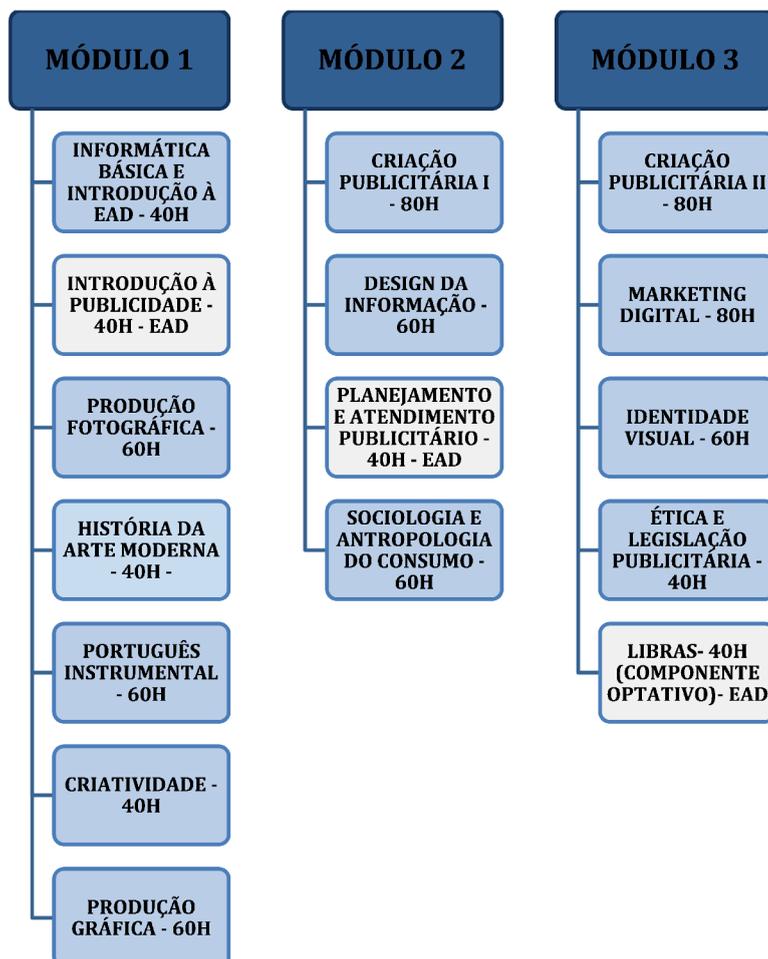
Código	Componentes	Carga Horária		
		Teórica	Prática	Total
CP2	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA 2	30	50	80
MDI	MARKETING DIGITAL	40	40	80
IDV	IDENTIDADE VISUAL	40	20	60
ELP	ÉTICA E LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA	30	10	40
Carga horária do módulo 3		140	120	260
Carga horária total obrigatória do curso		460	380	840
LBS	COMPONENTE OPTATIVO LIBRAS - LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS (EAD)	30	10	40
Carga horária total obrigatória + Componente curricular Optativo		490	390	880

\*O curso, na modalidade presencial, poderá prever até 20% da sua carga horária total em atividades não presenciais.

\*Cada aula terá a duração de 60 minutos.

b) Representação Gráfica do Processo Formativo

**CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE**



**Carga Horária Total Obrigatória do Curso: 840 horas.**

**Carga Horária Total Obrigatória + Componente Curricular Optativo: 880 horas.**

c) Ementário

Primeiro Módulo

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO		
PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1		
		Carga Horária (h)
Código	Componente Curricular	

		Teórica	Prática	Total
IBI	INFORMÁTICA BÁSICA E INTRODUÇÃO A EaD	20	20	40

#### EMENTA

##### Ementa:

Introdução à informática (Hardware, Software); Sistemas operacionais (Fundamentos e funções, Sistemas operacionais existentes, Utilização de um sistema operacional, Ligar e desligar o computador, Interfaces de interação, Área de trabalho, Gerenciador de pastas e arquivos, Ferramentas de sistemas, Softwares utilitários); Internet (World Wide Web, Navegadores, Pesquisa de informações, Download de arquivos, Correio eletrônico, Grupos/listas de discussão, Redes sociais, blogs, e-learning, internet das coisas, Segurança da informação); Computação nas nuvens (Ferramentas on-line de edição de texto, de edição de planilhas, edição de apresentação e criação de formulários); Conhecimento do ambiente virtual de aprendizagem, bem como das ferramentas que o compõem. Introdução a EAD. Ambiente Virtual de Aprendizagem Moodle. Orientações para o estudo na modalidade a distância. Entendimento da identidade e características do estudante da Educação a Distância. Ferramentas para navegação e busca na internet. Metodologias de estudo baseadas no princípio de autonomia, interação e cooperação.

##### Área de integração:

Com o componente Produção Gráfica - Desenho vetorial e da imagem bitmap na produção gráfica.

##### Bibliografia Básica:

BRASIL. **Ministério da Educação / Secretaria de Ensino a Distância** (MEC/SEED). Programa de Inovação Educação Conectada. 2017. Disponível em: <<http://educacaoconectada.mec.gov.br/legislacao>> Acesso em: 21 dez 2021.

DANIEL MILL. **Docência virtual: Uma visão crítica**. Papirus Editora 308 ISBN 9788544900550.

HIDAL, Sílvia. **Métodos de exposição de conteúdo e de avaliação em EAD** Editora Labrador 136 ISBN 9788593058028.

LAUREANO, M. A. P. **Sistemas operacionais**. Curitiba: Livro Técnico, 2010.

MAIA, Carmem; Mattar, João. **ABC da EaD: a educação a distância hoje**. Editora Pearson 156 ISBN 978857605157.

MAMEDE, H. **Segurança Informática nas Organizações**. Lisboa: FCA, 2006.

MANZANO, A. L. N. G. Estudo dirigido de informática básica. 7.ed. São Paulo: Érica, 2011.

MÁRCIO VIEIRA DE SOUZA; FERNANDO JOSÉ SPANHOL; GIOVANNI FERREIRA DE FARIAS. **EAD, PBL e desafio da educação em rede:** metodologias ativas e outras práticas na formação do educador coinvestigador. Editora Blucher 243 ISBN 9788580393613.

MORIMOTO, C. E. **Hardware – o guia definitivo**. Porto Alegre: Sul editores, 2009.

MOODLE.ORG. Disponível em: <[https://moodle.org/?lang=pt\\_br](https://moodle.org/?lang=pt_br)>. Acesso em: 21 dez 2021.

NORTON, P. **Introdução à Informática**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2009.

ORGANIZADORA RENATA AQUINO RIBEIRO. **Introdução a EaD** – 2ª edição. Editora Pearson 99 ISBN 9788570160409. Biblioteca Digital Pergamun.

ORGANIZADOR BELMIRO N. JOÃO. **Informática aplicada**. 2ª edição. Editora Pearson 179 ISBN 9788570160393. CAPRON, H. L.; Johnson, J. A. **Introdução à Informática**. 8ª edição. Editora Pearson 370 ISBN 9788587918888.

MOURA, Augusto. **Informática - Concurso Descomplicado**. 1ª Edição. Editora Rideel 276 ISBN 9788533924185.

Bibliografia Complementar:

BELLONI, Maria Luiza. **Educação à distância**. 4 ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.

CERT.br. **Cartilha de Segurança para Internet**. 4.ed. São Paulo: Comitê de Gestor da Internet no Brasil, 2012.

COMER, D. E. **Redes de computadores e Internet**: abrange transmissão de dados, ligação inter-redes, web e aplicações. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.]

DALMAU, Marcos Baptista Lopez. **Introdução à Educação à Distância**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC; CAPES:UAB, 2011.

FRANCO, Sérgio Roberto Kieling. **Informática na educação: estudos interdisciplinares**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2004. 199 p.

LANGHI, Celi. **Materiais instrucionais para o ensino a distância**: uma abordagem da teoria da aprendizagem significativa de Ausubel. São Paulo: Centro Paula Souza, 2015. 155, p. 7v. (Coleção fundamentos e práticas em educação profissional e tecnológica).

MATTOS, P. N. de. **Informática Aplicada à Gestão**. Curitiba: IESDE Brasil S.A. 2012.

OLIVEIRA, R. S. de. **Sistemas operacionais**. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ANTUNES SANTANA; MARIA AUXILIADORA SOARES PADILHA. **Tutor EAD e o processo da tutoria na Universidade Aberta do Brasil**. São Paulo: Editora Blucher 106p.

VELLOSO, F. de C. **Informática**: conceitos básicos. 6.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
IPU	INTRODUÇÃO À PUBLICIDADE - EAD	30	10	40
EMENTA				
<p>Ementa:</p> <p>Conceitos e diferenças entre Publicidade e Propaganda. História da publicidade no Brasil. Bases éticas da publicidade: autorregulamentação publicitária no Brasil. Composição do fazer publicitário: agências, profissionais liberais e comunicação interna. Os processos de publicidade e propaganda no ambiente digital. Publicidade Institucional, mercadológica e sem fins lucrativos. A cadeia publicitária: agências, anunciantes, veículos, fornecedores, o ensino em publicidade e consumidores.</p>				
<p>Área de integração:</p> <p>Com o componente Informática básica e introdução a EAD - Ambiente Virtual de Aprendizagem Moodle. Orientações para o estudo na modalidade a distância.</p> <p>Com o componente Criatividade - criatividade aplicada à publicidade. O papel da inovação na criatividade e na publicidade.</p>				
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>COVALESKI, Rogério. <b>Publicidade Híbrida</b>. Curitiba, PR: Maxi Editora, 2010.</p> <p>GOMES, Neusa Demartini. <b>Publicidade</b>: comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003.</p> <p>SAMPAIO, Rafael. <b>Publicidade de A a Z</b>. Rio de Janeiro: Campus, 2003.</p>				

Bibliografia Complementar:

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em Propaganda**. 13.ed. São Paulo: Summus, 2004.

COVALESKI, Rogério. (org.) **Da Publicidade ao Consumo: ativismos, reconfigurações, interações**. Recife: Editora UFPE, 2020.

MARCUSE, Grupo. **Sobre a miséria humana no meio publicitário: porque o mundo agoniza em razão do nosso modo de vida**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

RIBEIRO, Júlio (et al). **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Atlas, 1995.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: Teoria, Técnica e Prática**. São Paulo: Editora

Pioneira, 1998.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
PFO	PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA	20	40	60

EMENTA

Ementa:

A História da fotografia. Aspectos da linguagem fotográfica. Técnica em fotografia: enquadramento, composição e olhar fotográfico. Instrumentalização para o uso de câmera fotográfica, celular e acessórios. Iluminação em fotografia. Fotografia publicitária: aspectos e técnicas de pré e pós-produção. Prática em fotografia.

Área de integração:

Com o componente Produção gráfica - Sistemas de cor. Desenho vetorial e da imagem bitmap na produção gráfica.

Bibliografia Básica:

ANG, Tom. **Fotografia digital**: uma introdução. 3.ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

MUSSE, Mariana Ferraz. **Narrativas fotográficas no Instagram**: autorrepresentação, identidades e novas sociabilidades. Florianópolis-SC: Editora Insular, 2017.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. Tradução de Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

Bibliografia Complementar:

FATORELLI, Antônio. **Fotografia contemporânea**: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

GONZALEZ, Rafael C. **Processamento de imagens digitais**. São Paulo: AddisonWesley, 1993.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1999.

KUBRUSLY, Cláudio A. **O que é fotografia**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

RAMALHO, José Antonio. **Fotografia digital**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2004.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
HAM	HISTÓRIA DA ARTE MODERNA	30	10	40
EMENTA				
<p>Ementa:</p> <p>ARTE MODERNA. Impressionismo, precursores, características e principais artistas. Pós-Impressionismo, Cézane e Degas, Gauguin e Van Gogh, Toulouse Lautrec e o cartaz publicitário. Art Nouveau. O Cubismo. As vanguardas artísticas europeias: futurismo, expressionismo, dadaísmo e surrealismo. Marcel Duchamp e as transformações do objeto artístico. Construtivismo russo, The Stijl e a Bauhaus. ARTE NO BRASIL. A semana de Arte Moderna de 1922. Concretismo, poesia concreta e Neo-concretismo. Jaider Esbell e os artistas indígenas contemporâneos</p>				
<p>Área de integração:</p> <p>Com o componente Produção Gráfica - Sistemas de cor.</p> <p>Com o componente Produção Fotográfica - A História da fotografia. Aspectos da linguagem fotográfica.</p> <p>Com o componente Criatividade - O conceito de criatividade: teorias e técnicas de criação e inovação.</p>				

Bibliografia Básica:

AMARAL, Aracy. **Artes Plásticas na Semana de 22**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

CABANNE, Pierre. **Engenheiro do tempo perdido: Marcel Duchamp**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

CHIPP, H. B. coord. **Teorias da Arte Moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

GOMBRICH, Ernst. **História da Arte**. Rio de Janeiro Zahar, 2009.

GOMPERTZ, Will. **Isso é arte? 150 anos de arte moderna do impressionismo até hoje**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

GULLAR, Ferreira. **Etapas da arte contemporânea. Do cubismo à arte neoconcreta**. Rio de Janeiro, 1999.

HAUSER, A. **História social da literatura e da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Bibliografia Complementar:

ARCHER, Michael. **Arte contemporânea**. 2 ed. São Paulo Martins Fontes, 2012

BARDI, P. M. **História da Arte Brasileira**. São Paulo: Cia. das Letras, 1992.

CAMPOS, A. de; CAMPOS, H. de; PIGNATARI, D. **Teoria da poesia concreta**. São Paulo: Duas Cidades, 1975.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas Artes Visuais**. 3ª Edição. São Paulo, Editora: Perspectiva, 2011.

RICKEY, George. **Construtivismo**: origens e evolução. São Paulo: Cosac & Naif, 2002.

ZANINI, Walter. **História Geral da Arte no Brasil**. V. 2. São Paulo: Instituto Walter Moreira Salles e Fundação Djalma Guimarães, 1983.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
PIN	PORTUGUÊS INSTRUMENTAL	40	20	60

EMENTA

Ementa:

Concepção de linguagem, fala, norma, língua. Linguagem verbal e não verbal. Conceituação de gênero e sequência textual. Elementos da Comunicação. Funções de Linguagem. Tópicos de gramática normativa: Fonética, Morfologia, Sintaxe, Semântica e Estilística. Revisão textual. Ortografia portuguesa. Prática de leitura e produção textual. Formas de tratamento. Frases e expressões usuais na publicidade.

Área de integração:

Com a componente Introdução à Publicidade - Bases éticas da publicidade: autorregulamentação publicitária no Brasil. Composição do fazer publicitário: agências, profissionais liberais e comunicação interna.

Bibliografia Básica:

MEDEIROS, João Bosco. **Português instrumental**: contém técnicas de elaboração de trabalho de conclusão de curso (TCC). 10. ed. São Paulo: Atlas, 2020. 448 p. ISBN 9788522485581.

PALADINO, Valquíria da Cunha (org.). **Coesão e Coerência Textuais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Freitas Bastos, 2011. ISBN 9788579871412.

ROCHA, Carlos Alberto de Macedo; ROCHA Carlos Eduardo Penna de M. **Dicionário de locuções e expressões da língua portuguesa - 1º Edição**. Editora Lexikon 702 ISBN 9788586368868.

Bibliografia Complementar:

CANO, Márcio Rogério de Oliveira. **Língua portuguesa sujeito, leitura e produção**. Editora Blucher 169 ISBN 9788521210467. – 2018

CARVALHO, Nelly. **O texto publicitário na sala de aula**. Editora Contexto 130 ISBN 9788572448659. - 2014

GIORGIO, Alexandre Augusto. **Publicidade e propaganda**. Editora Pearson 139 ISBN 9788543016948. -2016

KLEIN, Cristina. **Minigramática da Língua Portuguesa – Ilustrada**. Editora Rideel 328 ISBN 9788533948655. - 2018

SILVA, Alexsandro; Pessoa, Ana Cláudia; Lima, Ana. **Ensino de gramática - Reflexões sobre a língua portuguesa na escola - 1ª Edição**. Editora Autêntica 178 ISBN 9788582172414. – 2014.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
CRI	CRIATIVIDADE	10	30	40
EMENTA				
<p>Ementa:</p> <p>O conceito de criatividade: teorias e técnicas de criação e inovação. Criatividade aplicada à publicidade. O papel da inovação na criatividade e na publicidade. Ordenações perceptivas: as modalidades de apreensões sensoriais. Análise de criatividade em produções publicitárias.</p>				
<p>Área de integração:</p> <p>Com o componente História da arte moderna - As vanguardas artísticas europeias: futurismo, expressionismo, dadaísmo e surrealismo. Marcel Duchamp e as transformações do objeto artístico.</p> <p>Com o componente Produção Gráfica - Sistemas de cor, Mercado Gráfico Editorial e Sustentabilidade: desafios e inovações.</p>				
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>BERTOMEU, João Vicente Cegato. <b>Criação na Propaganda Impressa</b>. 3. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2006.</p> <p>BARRETO, Roberto Menna. <b>Criatividade em Propaganda</b>. 12.ed. São Paulo: Summus, 1982.</p> <p>DUALIBI, Roberto; SIMONSEN, Harry. <b>Criatividade e Marketing</b>. São Paulo: Makron Books, 2009.</p>				

Bibliografia Complementar:

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual**: Uma Psicologia da Visão Criadora. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade no trabalho e na vida**. São Paulo: Summus, 2013.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. 24.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: Teoria, Técnica e Prática. 8.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.

VESTERGAARD, Torben. **A linguagem da Propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
PGR	PRODUÇÃO GRÁFICA	40	20	60

EMENTA

Ementa:

A escrita. Impressão em relevo e encavo. A TIPOGRAFIA, antecedentes, a prensa de Gutenberg, a produção de livros na Alemanha e na Itália nos séculos XV e XVI. O desenho de tipos, sua anatomia, história e classificação. Tipos de papel, características e aplicações. Sistemas de impressão: tipografia, rotogravura, serigrafia, offset, digital e outros. Sistemas de cor. Desenho vetorial e da imagem bitmap na produção gráfica. Mercado Gráfico Editorial e Sustentabilidade: desafios e inovações.

Área de integração:

No componente Criatividade - Análise de criatividade em produções publicitárias;

No componente Introdução à informática e ao EaD - Gerenciador de pastas e arquivos, Ferramentas de sistemas, Softwares utilitários); Internet (World Wide Web, Navegadores, Pesquisa de informações, Download de arquivos.

No componente História da arte moderna - Toulouse Lautrec e o cartaz publicitário.

Bibliografia Básica:

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Impressão e acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BAER, Lorenzo. **Produção gráfica**. São Paulo: Ed. Senac, 2005.

BANN, David. **Novo Manual de Produção Gráfica**. Edição revisada e atualizada. São Paulo: Bookman, 2012.

CAMARGO, Mario de. **Gráfica: Arte e indústria no Brasil, 180 anos de história**. São Paulo: Bandeirantes / Edusc, 2003.

CRAIG, James. **Produção Gráfica**. São Paulo: Nobel, 1987.

FERLAUTO, Claudio. **O tipo da gráfica, uma continuação**. Ed. Rosari, 2002.

HEITLINGER, Paulo. **Tipografia: origens, formas e usos das letras**. Lisboa: Dinalivro, 2006.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. São Paulo: Editora Ática, 2002.

NIEMEYER, L. **Tipografia: uma apresentação**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

PORTA, Frederico. **Dicionário de artes gráficas**. Porto Alegre: Editora O Globo, 1958.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. 8. ed. Brasília: Linha Gráfica, 2003.

STATUÉ, Enric. **Aldo Manuzio: editor, tipógrafo, livreiro: o design do livro do passado, do presente e, talvez, do futuro**. Ateliê Editorial, 2004.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. 3. ed. Teresópolis: 2AB, 2010.

Bibliografia Complementar:

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**: versão 3.2. Tradução de André Stolarski. 2. ed. São Paulo: Cosac Nayfy, 2011.

CATAFAL, Jordi; OLIVA, Clara. **A gravura**. Barcelona: Estampa, 2003.

COLARO, Antonio Celso. **Produção visual e gráfica**. São Paulo: Summus, 2005.

DA FONSECA, Joaquim. **Tipografia & Design gráfico**: Design e produção de impressos e livros. Bookman Editora, 2009.

FARIAS, Priscila L. **Tipografia Digital**. O impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro: Ed. 2AB, 1998.

GRUSZYNSKI, A. C. **Do invisível ao ilegível**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores, editores e estudantes. Tradução de André Stolarski. São Paulo: Cosac Nayfy, 2006.

SEGUNDO MÓDULO

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO				
PERÍODO LETIVO: MÓDULO 2				
Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
CP1	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA I	30	50	80
EMENTA				

Ementa:

O processo de criação na publicidade. A dupla de criação: redator publicitário e diretor de arte. Conceito criativo e tema para campanha publicitária. O texto publicitário: características e estruturas. Elementos do discurso publicitário para anúncios impressos. Criação de naming e slogans. Elementos e princípios da comunicação visual aplicados à construção de mensagens publicitárias. Criação de peças publicitárias para suportes impressos: jornal, revista, mídia exterior, publicações gráficas em redes sociais, banners, material para ponto de venda, folders e flyers.

Área de integração:

No componente Design da informação - Visualização da informação: diagramas, formulários e pictogramas. Legibilidade e leitura da tipografia.

No componente Planejamento e Atendimento Publicitário - A função do atendimento no planejamento de uma campanha publicitária. A importância do briefing para o atendimento e planejamento publicitário. A elaboração do planejamento em publicidade.

No componente Sociologia e Antropologia do consumo - Os estudos de consumo como objeto da cultura. Consumo e representação. As trocas simbólicas e o imaginário do consumo. Práticas, distinção e hierarquia social através do consumo. Os processos de consumo e a mediação social.

Bibliografia Básica:

CARRASCOZA, João Anzanello. **A Evolução do Texto Publicitário: A Associação de Palavras Como Elemento de Sedução na Publicidade**. São Paulo: Futura, 1999.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. Brasília: Senac, 2009.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio Criativo na Publicidade**. São Paulo: WMF / Martins Fontes, 2007.

Bibliografia Complementar:

CARRASCOZA, João Anzanello. **Do Caos à Criação Publicitária**. São Paulo: Saraiva, 2008.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5 ed. São Paulo: Blücher, 2006.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto**. 8 ed. São Paulo: Escrituras, 2008.

GONÇALVES, Lilian S. **Neuromarketing aplicado à redação publicitária**. São Paulo: Novatec, 2013.

MARTINS, Jorge. **Redação Publicitária: Teoria e Prática**. v.2. São Paulo: Atlas, 1997.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 2

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
DIN	DESIGN DA INFORMAÇÃO	40	20	60

EMENTA

Ementa:

Breve histórico da visualização de dados: cartografia, ilustração científica e gráficos estatísticos. Design da Informação: conceituação, contextualização na área do design. Visualização da informação: diagramas, formulários e pictogramas. Legibilidade e leitura da tipografia. O Infográfico. Sinalização e wayfinding. O conceito de interatividade.

Área de integração:

No componente Criação Publicitária I - O processo de criação na publicidade. A dupla de criação: redator publicitário e diretor de arte. Criação de peças publicitárias para suportes impressos: jornal, revista, mídia exterior, publicações gráficas em redes sociais, banners, material para ponto de venda, folders e flyers.

Bibliografia Básica:

BONSIEPE, Gui. **Design do material digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1995.

CAIRO, A. **Infografia 2.0**: visualización interactiva de información en prensa. Madrid: Alamut. 2008.

D'AGOSTINI, Douglas. **Design de sinalização**. Editora Blucher, 2021.

FASSINA, U. 2011. **A infografia como recurso comunicacional no processo de aquisição de informação e compreensão de tipografia**. Dissertação de Mestrado. UEL, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Londrina.

GIANNELLA, Júlia Rabetti & MEDEIROS, Rodrigo Pessoa. **Visualização de dados**: avanços por pesquisadores brasileiros In: C. G. Spinillo; L. M. Fadel; V. T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). **Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação**. São Paulo: Blucher. 2015.

LIMA, Ricardo Oliveira da Cunha. **Análise da infografia jornalística**. 2009. 143 f. Dissertação (Mestrado em Design) – ESDI/UERJ, Rio de Janeiro, 2009.

LUPTON, Ellen. **Novos Fundamentos do Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2018.

MIRANDA, Fabiano de & ANDRADE, Rafael de Castro. **Pensar Infográfico**: uma proposta de ensino introdutório de infografia sob a perspectiva da linguagem gráfica. *InfoDesign - Revista Brasileira De Design Da Informação*, 14(3), 374–396. <https://doi.org/10.51358/id.v14i3.567> 2017.

MORAES, ARY. **Infografia, história e projeto**. Origens, conceitos e processos de design que modificou a forma da mídia mais tradicional da História. São Paulo: Blucher, 2013.

SAMARA, Timothy. **Grid**: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

Bibliografia Complementar:

BIERUT, Michael. (Org). **Textos clássicos do design gráfico**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

CARVALHO, Ricardo A. P.; EMANUEL, Bárbara. **Linguagem e design** - sobre a impossibilidade da neutralidade do design. In C. G. Spinillo; L. M. Fadel; V.T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). **Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação**. São Paulo: Blucher, 2015. 2015.

CHAMMA, Norberto. Lelé. PASTORELO, Pedro D. **Marcas e sinalização: práticas em design corporativo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

GOMES FILHO, J. **Gestalt do Objeto**: Sistema de leitura visual das formas. São Paulo: Ed. Escrituras, 2000.

HULBURT, Allen. **Layout** - O Design da Página Impressa. São Paulo: Ed. Nobel, 1989.

LEBORG, Christian. **Gramática Visual**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2016.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio é a mensagem**. São Paulo: Ubu, 2018.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2007.

NOGUEIRA, Daniel Moura. **Visualização de dados**: o discurso persuasivo dos atributos visuais nos infográficos. Rio de Janeiro, 2014. 168p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

PIGNATARI, Décio. **Informação, Linguagem, Comunicação**. São Paulo: Cultrix. 1981.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DESIGN DA INFORMAÇÃO (SBDI). Brasil, 2020. Disponível em: <<http://www.sbdi.org.br/definicoes>>. Acesso em: 12/11/2022.

VINCENT, Charles de Castro. **Grids**: soluções criativas para designers gráficos. Porto Alegre: Bookman, 2009.

## CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

## PERÍODO LETIVO: MÓDULO 2

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
PAP	PLANEJAMENTO E ATENDIMENTO PUBLICITÁRIO - EAD	20	20	40

## EMENTA

## Ementa:

Definição, conceitos e estrutura de planejamento e atendimento publicitário. Relações de atendimento com clientes e fornecedores. A função do atendimento no planejamento de uma campanha publicitária. Características de um profissional que trabalha com atendimento publicitário. A importância do briefing para o atendimento e planejamento publicitário. A elaboração do planejamento em publicidade.

## Área de integração:

No componente Criação Publicitária I - O processo de criação na publicidade. A dupla de criação: redator publicitário e diretor de arte. Conceito criativo e tema para campanha publicitária. O texto publicitário: características e estruturas.

## Bibliografia Básica:

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. 8.ed. São Paulo: Global, 2001.

KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectiva**. Vol.2. São Paulo: Saraiva, 2009.

LUPPETTI, Marcélia. **Atendimento em Publicidade**. São Paulo: Thomson, 2008.

Bibliografia Complementar:

AAKER, David A. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.

BARBOSA, Ivan Santo; PEREZ, Clotilde (Org.). **Hiperpublicidade v.2: Atividades e Tendências**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2002.

ROBERTS, Kevin. **Loveemarks: o futuro além das marcas**. Rosemberg. São Paulo: Books do Brasil, 2005.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 2

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
SAC	SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA DO CONSUMO	40	20	60

EMENTA

Ementa:

As visões da sociologia e da antropologia sobre os processos de consumo. A Cultura como sistema de significação. Os estudos de consumo como objeto da cultura. Consumo e representação. As trocas simbólicas e o imaginário do consumo. Práticas, distinção e hierarquia social através do consumo. Os processos de consumo e a mediação social. Aspectos da cultura brasileira e consumo.

Área de integração:

No componente Criação Publicitária I - Elementos do discurso publicitário para anúncios impressos. Criação de naming e slogans. Elementos e princípios da comunicação visual aplicados à construção de mensagens publicitárias.

Bibliografia Básica:

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

COVALESKI, Rogério. (org.) **Da Publicidade ao Consumo**: ativismos, reconfigurações, interações. Recife: Editora UFPE, 2020.

KRENAK, Ailton. *A vida não é útil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

Bibliografia Complementar:

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A embalagem do sistema**. A publicidade no capitalismo brasileiro. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro - RJ: PUC-Rio-Apicuri, 2016

ROCHA, Everardo. **Magia e Capitalismo**: Um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **A nova retórica do capital**: a publicidade brasileira em tempos neoliberais. São Paulo: EDUSP, 2010.

TERCEIRO MÓDULO

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 3

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
CP2	CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA 2	30	50	80
<b>EMENTA</b>				
<p>Ementa:</p> <p>Bases da criação publicitária para mídias audiovisuais, sonoras e digitais. Redação para mídias sonoras, digitais e audiovisuais. Formatos para veiculação de anúncios sonoros, audiovisuais e digitais. Linguagem, técnicas criativas, concepção e desenvolvimento de roteiros. Pré-produção, produção e pós-produção de publicidade sonora e audiovisual. Prática de novos formatos: <i>podcast</i>, webséries, Product placement e outros</p>				
<p>Área de integração:</p> <p>No componente Ética - Ética aplicada à publicidade. Aspectos legais da Comunicação Social. Legislação aplicada à publicidade. O código de autorregulamentação publicitária, CONAR.</p> <p>No componente Marketing Digital - Consumidor digital; As ferramentas de comunicação no marketing digital; Planejamento: Público-alvo e Personas; Conceito criativo; Estratégia de mídia; Métricas e avaliação de eficácia da comunicação.</p>				
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>BARRETO, Tiago. <b>Vende-se em 30 segundos</b>: Manual do Roteiro Para Filme Publicitário. São Paulo: Senac, 2004.</p> <p>CEZAR, Newton. <b>Mídia Eletrônica</b>: A Criação de comerciais para TV, Rádio e Internet. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.</p> <p>SANTI, Vilso Junior Chierentín. <b>Mediação e Mídia</b>: Conexões e desconexões na análise comunicacional. Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2016.</p>				

Bibliografia Complementar:

CARRASCOZA, João A. **A Evolução do Texto Publicitário**: A Associação de Palavras Como Elemento de Sedução na Publicidade. São Paulo: Annablume, 1999.

COMPARATO, Doc. **Da Criação ao Roteiro**: O Mais Completo Guia da Arte e Técnica de Escrever Para Televisão e Cinema. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio** – Teoria e Prática. São Paulo: Summus, 2014.

FIELD, Syd. **Manual do Roteiro**. São Paulo: Objetiva, 1995.

KELLISON, Cathrine. **Produção e direção para TV e Vídeo**: Uma Abordagem Prática. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

MARTINS, Zeca. Redação Publicitária: **A Prática na Prática**. São Paulo: Atlas, 2006.

PRIMO, Lane. SIDARTA, Nogueira. **Produção Audiovisual** - Imagem, Som e Movimento. São Paulo: Editora Érica, 2014.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 3

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
MDI	MARKETING DIGITAL	40	40	80
EMENTA				

Ementa:

Marketing digital e o mercado; Mix de marketing digital; Consumidor digital; As ferramentas de comunicação no marketing digital; Monitoramento de campanhas digitais; Técnica da análise de conteúdo; inbound Marketing; Planejamento: Público-alvo e Personas; Ferramentas digitais; Redes Sociais; Objetivo e meta de comunicação; Conceito criativo; Estratégia de mídia; Métricas e avaliação de eficácia da comunicação.

Área de integração:

No componente Criação Publicitária II - Bases da criação publicitária para mídias audiovisuais, sonoras e digitais. Formatos para veiculação de anúncios sonoros, audiovisuais e digitais.

No componente Ética - Ética e Moral. Ética aplicada à publicidade. Aspectos legais da Comunicação Social. Legislação aplicada à publicidade.

No componente Identidade Visual - Marca. Identidade visual: conceito, terminologia e metodologias. Naming e Branding. Análise de identidade visual.

Bibliografia Básica:

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria Das Mídias Digitais** - Linguagens, Ambientes e Redes. Petrópolis: Editora Vozes, 2ª. Edição, 2014.

MARTINS, Guilherme Magalhães; e Longhi, João Victor Rozatti (org). **Direito Digital: Direito Privado e Internet**. Indaiatuba: Editora Foco, 2ª Edição, 2019.

SCHWINGEL, Carla. SEPAC. **Mídias digitais: Produção de conteúdos para a web**. Série Manuais dos cursos oferecidos pelo SEPAC - Serviço à Pastoral da Comunicação. São Paulo: Editora Paulinas, 1ª Edição, 2012.

VAZ, Conrado A. **Google Marketing** - o guia definitivo de marketing digital. São Paulo: Novatec, 3ª Edição 2010.

Bibliografia Complementar:

BARBOSA FILHO, André. **Comunicação digital**: educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Paulinas, 1ª Edição, 2008.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias**: o novo ritmo da informação. 8. ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2011.

ROSA, Andreniza Aquino Eluan da. **Convergência das mídias**. Florianópolis: Ed. do IFSC, 2012.

STERNE, Jim. **Métricas em Mídias Sociais**. Barueri: Editora Nobel. 1ª Edição, 2012. GUEDES, Caroline Lengert. **Desenvolvimento de projetos com mídias integradas na educação**. Florianópolis: Ed. do IFSC, 2012.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z**: os termos de mídia, seus conceitos, critérios e fórmulas, explicados e mostrados graficamente como são utilizados na mídia. São Paulo: Flight Editora, v. 1, 2002.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 3

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
IDV	IDENTIDADE VISUAL	40	20	60

EMENTA

Ementa:

História da identidade visual. Marca. Identidade visual: conceito, terminologia e metodologias. Símbolo: psicologia da forma, composição e cor. Manual de identidade visual. Naming e Branding. Análise de identidade visual. Orçamento: custos e prazo.

Direitos autorais e de imagem.

Área de integração:

No componente Criação Publicitária II - Bases da criação publicitária para mídias audiovisuais, sonoras e digitais.

No componente Marketing digital - As ferramentas de comunicação no marketing digital; Ferramentas digitais; Redes Sociais; Objetivo e meta de comunicação; Conceito criativo; Estratégia de mídia; Métricas e avaliação de eficácia da comunicação.

Bibliografia Básica:

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. **Branding + design**: a estratégia na criação de identidades de marca. São Paulo: Senac, 2016.

CARDOSO, Rafael; RAINHO, Maria do Carmo Teixeira; HEYNEMANN, Claudia B. **Marcas do progresso**: consumo e design no brasil do século XIX. Rio de Janeiro: Editora Maud, Arquivo Nacional, 2009.

CONSOLO, Cecilia. **Marcas - Design Estratégico**: do Símbolo à Gestão da Identidade Corporativa. São Paulo: Blucher, 2015.

COSTA, Joan. **A imagem da marca**. Um fenômeno social. São Paulo: Edições Rosari, 2008.

HEALEY, Mattew. **Design de Logotipos**. Mais de 300 Cases Internacionais Desconstruídos e Analisados. São Paulo: Rosari, 2012.

MUNHOZ, Daniella Michelena. **Manual de Identidade Visual Guia Para Construção**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PEON, MARIA LUISA. **Sistemas de Identidade Visual**. São Paulo: Ed. 2AB, 2003.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**: Guia Essencial para Toda a Equipe de Gestão de Marcas. São Paulo: Bookman, 2012.

Bibliografia Complementar:

CARDOSO, Rafael. **Impresso No Brasil** - 1808-1930 - Destaques da História Gráfica no acervo da Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro D. **Marcas & sinalização**: Prática em design corporativo. São Paulo: Senac, 2007.

DONDIS, Donis A. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1991.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais & Símbolos**. Desenho, projeto e significado. Editora Martins Fontes, São Paulo, 2001.

GUILLERMO, Álvaro. **Branding**: Design e estratégias de marcas. São Paulo: Ed. A Girafa, 2008.

KLEIN Naomi. **Sem Logo**: a tirania das marcas em um planeta vendido. Edições Record, Rio de Janeiro, 2002.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. São Paulo: Ed. Martin Fontes, 2006.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar Identidades Visuais para Marcas de Sucesso**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

VILLAS BOAS, André. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

PERÍODO LETIVO: MÓDULO 3

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
ELP	ÉTICA E LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA	30	10	40

## EMENTA

### Ementa:

Ética e Moral. O conceito de ética e suas variações na história. Ética aplicada à publicidade. Aspectos legais da Comunicação Social. Legislação aplicada à publicidade. Abordagens das relações Étnico- raciais, prevista na lei 10.639, de 09 de

janeiro de 2003. Direitos Humanos aplicado de maneira transversal para a compreensão da ética prevista na Resolução CNE nº 01, de 30 de maio de 2012. O código de autorregulamentação publicitária, CONAR.

### Área de integração:

No componente Marketing digital - Monitoramento de campanhas digitais; Planejamento: Público-alvo e Personas; Redes Sociais; Objetivo e meta de comunicação; Conceito criativo; Estratégia de mídia;

No componente Criação Publicitária II - Bases da criação publicitária para mídias audiovisuais, sonoras e digitais. Redação para mídias sonoras, digitais e audiovisuais.

### Bibliografia Básica:

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.

CONAR, Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e seus Anexos**. Disponível em: <http://www.conar.org.br/>. Acesso em: 20 de novembro de 2022.

CORTINA, Adela; MARTINEZ, Emilio. **Ética**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

Bibliografia Complementar:

BAUMAN, Zygmunt. **A Ética é possível num mundo de consumidores?** São Paulo: Jorge Zahar, 2011.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo.** Para uma teoria da cidadania. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

FERNANDES NETO, G. **Direito da Comunicação.** São Paulo: Editora RT, 2004.

FERRY, J. **Filosofia da Comunicação.** São Paulo: Paulus, 2007.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo.** São Paulo: Editora Unesp, 2011.

**CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO**

**PERÍODO LETIVO: MÓDULO 3**

Código	Componente Curricular	Carga Horária (h)		
		Teórica	Prática	Total
LBS	Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS (EAD)	30	10	40

**Ementa:** Comunicação básica em Libras que visa a um diálogo funcional, entre pessoas surdas e ouvintes, dentro e fora do ambiente acadêmico.

**COMPETÊNCIAS:** - Atuar com ética e compromisso com vistas à construção de uma sociedade justa, equânime, igualitária, em específico com pessoas surdas - Demonstrar consciência da diversidade, respeitando as diferenças. - Conhecer aspectos culturais específicos da comunidade surda brasileira.

**HABILIDADES:** - Reconhecer a trajetória histórica da educação de pessoas com surdez no Brasil e no mundo, e a luta desses sujeitos pela inclusão social. - Desmistificar ideias recebidas relativamente às línguas de sinais. - Compreender os principais aspectos da Língua Brasileira de Sinais – Libras, contribuindo para a inclusão da pessoa com surdez. - Interagir com a comunidade surda brasileira. - Utilizar a Libras em contextos diversos. - Estabelecer a comparação entre Libras e Língua Portuguesa, buscando semelhanças e diferenças. - Estabelecer de forma básica a comunicação com as pessoas com surdez.

**BASES TECNOLÓGICAS: (CONTEÚDOS):** 1. Noções básicas de deficiência auditiva/surdez 2. Historicidade da Linguagem de sinais 2.1 Breve história das pessoas com deficiência auditiva-surdez no mundo e no Brasil 2.2 Breve história das línguas de sinais; 2.3 Língua, linguagem, sinais e gestos 2.4 A língua de sinais na constituição da identidade e cultura surdas. 3. Legislação específica: 3.1 Lei nº 10.436, de 24/04/2002; 3.2 Decreto nº 5.626, de 22/12/2005. 4 Introdução a Libras: 4.1 Parâmetros da Libras: configurações de mão, ponto de articulação/localização, movimento, orientação/direcionalidade da mão, expressões; 4.2 Características da língua, seu uso e variações regionais; 4.3 Alfabeto da Libras, Saudação, Identificação Pessoal: nome, sinal; Pronomes Pessoais, Meses, Números, Família; Material Escolar, Cores; Sentimentos; Verbos; Profissões; 5. Prática introdutória em Libras 5.1 Diálogo e conversação básica; 5.2 Expressão viso-espacial

**Bibliografia Básica:**

ARANTES, Valéria Amorim. (Org.). **Inclusão escolar: pontos e contrapontos**. São Paulo, Summus, 2007.

BRASIL. **Ministério da Educação**. Decreto nº. 5.626, de 22 de dezembro de 2005, regulamenta a Lei nº. 10.426, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras, e o art. da Lei nº. 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Brasília: Presidência da República/Casa Civil/Subchefia para Assuntos Jurídicos, 2005.

\_\_\_\_\_. Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência. **Acessibilidade** – Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2005. 160p.

\_\_\_\_\_. Lei n. 10.436, de 24 de abril de 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 25 abr. 2002.

HONORA, Márcia; FRIZANCO, Mary Lopes Esteves. **Livro Ilustrado de Língua Brasileira de Sinais: Desvendando a comunicação usada pelas pessoas com surdez**. Editora: Ciranda Cultural, 2010.

SACKS, Oliver W. **Vendo vozes: Uma viagem ao mundo dos surdos**. Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. SLOMSKI, Vilma Geni. **Educação bilíngue para surdos: concepções e implicações práticas**. Curitiba: Juruá, 2010. 124 p.

### **Bibliografia Complementar:**

ALMEIDA, E. C. **Atividades Ilustradas em Sinais de LIBRAS**. 2. ed. São Paulo: Revinter, 2013. 242p.

BRASIL, Ministério da Educação – SEESP/INES. **Dicionário Digital de LIBRAS**.

\_\_\_\_\_. **Dicionário Digital de LIBRAS**. Site do MEC [www.dicionariolibras.com.br](http://www.dicionariolibras.com.br)

\_\_\_\_\_. **Dicionário Enciclopédico Ilustrado trilingue de LIBRAS**. Sites do MEC: [www.ines.org.br/libras](http://www.ines.org.br/libras); [www.feneis.com.br](http://www.feneis.com.br) e [www.surdosol.com.br](http://www.surdosol.com.br)

CAPOVILLA, F. C. et al. **Novo Deit–Libras**: Dicionário enciclopédico ilustrado trilingue da Língua de Sinais Brasileira. Vol. 1, 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2010. 2800p.

QUADROS, R. M.; KARNOP, L. B. **Língua dos Sinais Brasileira**: estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2003. 222p.

\_\_\_\_\_, R. M. de & KARNOPP, L. **Língua de sinais brasileira**: estudos linguísticos. ArtMed: Porto Alegre, 2004

SILVA, Márcia Cristina Amaral da. **Os surdos e as notações numéricas**. Maringá: Eduem: 2010

COUTINHO, Denise, **Libras e Língua Portuguesa** (semelhanças e diferenças) \ Volume I \ 3ª Ed. Denise Coutinho. João Pessoa: Idea, 2015. 77 p.: il.

\_\_\_\_\_, Denise, **Libras e Língua Portuguesa** (semelhanças e diferenças) \ Volume II \ 3ª Ed. Denise Coutinho. João Pessoa: Idea, 2015. 161 p.: il.

A integração dos componentes será desenvolvida por compatibilidade de ementas, por meio de projeto integrador e ficará sob a responsabilidade dos docentes elaborarem os conteúdos que constituirão as bases científicas, instrumentais e tecnológicas dos componentes curriculares, as quais deverão estar articuladas e integradas entre si para o desenvolvimento de determinada competência da área específica ou de outras áreas de conhecimento, visando garantir a interdisciplinaridade.

#### **d) Terminalidade - Saídas Intermediárias**

**Este curso não prevê terminalidades intermediárias.**

#### **8. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)**

Este curso não prevê Trabalho de Conclusão de Curso.

#### **9. PRÁTICA PROFISSIONAL**

##### **a) Prática Profissional Supervisionada**

A prática profissional do curso será concebida nas reuniões de planejamento de forma que representem a relação da teoria e prática. A prática profissional ocorrerá de forma integrada, contextualizada e inter-relacionando os saberes apreendidos. Terá a pesquisa como princípio pedagógico, mantendo-se a relação pesquisa- ensino-extensão e inovação.

As atividades relativas à prática profissional serão previstas pelos docentes nos planos de ensino dos componentes curriculares.

### **b) Estágio Profissional Supervisionado**

Considerando que a articulação entre os conteúdos teóricos e a prática realizar-se-á transversalmente ao longo do curso, este não prevê a realização de estágio curricular obrigatório.

É facultada aos estudantes a possibilidade de, caso assim desejarem, realizarem estágio curricular não obrigatório, com carga horária não especificada, além da carga horária mínima do curso, desde que estabelecido convênio e termos de compromisso entre as empresas ou instituições e o IFRR, que garantam as condições legais necessárias e estejam em conformidade com a Lei n.º 11.788, de 25 de setembro de 2008, a Resolução n.º 418 – Conselho Superior, de 18 de dezembro de 2018, a Resolução n.º 292 – Conselho Superior, de 5 de maio de 2017 e Organização Didática em vigor.

### **c) Projeto**

Em se tratando de atividades que demandem a execução de projeto integrador, a metodologia de desenvolvimento da prática profissional estará detalhada no formato de projeto, de acordo com sua natureza, podendo se caracterizar como Projetos de pesquisa, Projetos de extensão e Projetos de ensino integrados.

As atividades relativas ao desenvolvimento de projetos de pesquisa e/ou extensão serão, preferencialmente, ofertadas no *Campus* e proporcionarão a integração entre teoria e prática, com base na interdisciplinaridade, resultando em relatórios sob o acompanhamento e supervisão de um orientador

Os projetos integrados serão propostos pelos docentes durante a oferta dos componentes curriculares, planejados para a vivência de uma experiência profissional, objetivando a aplicação de conhecimentos adquiridos ou ao desenvolvimento de uma competência, a fim de preparar os estudantes para os desafios no exercício da profissão.

## **10. ATIVIDADES ACADÊMICAS-CIENTÍFICO-CULTURAIS (AACCS)**

As Atividades Acadêmicas-Científico-Culturais (AACCs) referem-se a vivências acadêmicas nas áreas de ensino, pesquisa e/ou extensão. Tem caráter de complementação da prática profissional quando realizadas na área objeto de formação do estudante, desde que haja relação com os conteúdos dos componentes curriculares da matriz e respeitando os objetivos e o perfil profissional de conclusão do curso, bem como sua estrutura curricular. Têm caráter optativo e, quando previstas no PPC, reger-se-ão por norma específica, em consonância com a legislação vigente e resoluções específicas do IFRR. É facultada aos estudantes a possibilidade de, caso assim desejarem, realizarem AACCs.

São consideradas atividades complementares:

- a. atividades artísticas, culturais e desportivas não curriculares;
- b. seminários não curriculares;
- c. fóruns;

- d. palestras;
- e. visitas técnicas não curriculares;
- f. realização de estágios não curriculares;
- g. monitorias voluntárias;
- h. cursos de pequena duração; e desenvolvimento de projetos de ensino, pesquisa e extensão, desde que não sejam contemplados em editais.

## **11. ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA**

Na perspectiva de flexibilizar a formação de técnicos, por meio das competências necessárias para o mundo do trabalho, o curso de Publicidade será estruturado anualmente, sendo composto de 03 (três) módulos. O curso será oferecido no período noturno, com vistas à demanda de mercado e disponibilidade de recursos humanos, físicos e financeiros.

Os procedimentos metodológicos visam como habilidade cognitiva fundamental a capacidade de desenvolver competências e possibilitar a aquisição de conhecimentos de forma criativa para a resolução de situações problemas detectados na dinâmica da prática social e produtiva. A metodologia deve ser desenvolvida de forma a contemplar os aspectos envolvidos no desenvolvimento das competências cognitivas, psicomotoras e sócio afetivas, dando ênfase à contextualização e à prática social e produtiva. Tanto na atividade de ensino presencial, como nos três componentes oferecidos na modalidade à distância e nas atividades no laboratório de informática.

A metodologia adotada integra os conteúdos teóricos à prática, sistematizando uma ação conjunta, tornando-os mais compreensivos e significativos. Os docentes buscarão desenvolver um ensino construtivo, orientando a aprendizagem do estudante, a fim de incentivá-lo a conduzir suas competências. Com isso, o estudante irá adquirir conhecimentos aproveitando sua capacidade de partilhar liderança.

No desenvolvimento das atividades, os docentes adotarão várias técnicas de ensino, visando torná-las mais ajustadas à realidade dos estudantes e mais eficientes quanto aos seus resultados. Esses docentes utilizarão metodologias que facilitem o desenvolvimento da área profissional, incluindo aplicação dos conceitos e princípios científico-tecnológicos significativos, envolvendo consequentemente o uso inteligente de ferramentas e técnicas, indispensáveis para o processo de profissionalização do estudante.

Caberá ao docente definir no plano de ensino do seu componente, as melhores estratégias, técnicas e recursos para o desenvolvimento do processo educativo, mas sempre de acordo com o projeto pedagógico do curso. Dentre elas aulas expositivas dialogadas com esquemas e suportes visuais; aulas práticas; estudos de texto; estudos de caso; resumos; mapas conceituais; estudos dirigidos; aulas orientadas; listas de discussão por meios informatizados; filmes; uso de tecnologias de informática; soluções de problemas; resoluções de exercícios; grupos de trabalho (GT)/seminários; ensinamentos em pequenos grupos; grupos de verbalização e de observação (GVGO); dramatizações; seminários; painéis; entrevistas; discussões e debates; oficinas práticas; estudos do meio; pesquisas direcionadas; exposições; visitas técnicas; e dinâmicas em grupo.

A tecnologia tem um papel fundamental nos processos de ensino e aprendizagem, permitindo melhorias na comunicação, ofertando espaços de simulação de atividades práticas que não sejam possíveis de realizar de forma direta por indisponibilidade de espaço e estrutura, entre outras possibilidades de mediação.

Desse modo, ao adotar atividades à distância torna-se necessário descrever os suportes tecnológicos utilizados para tal e as formas de mediação presencial desse processo que deverão contribuir para fazer com que os estudantes se interessem e sejam ativos no processo de desenvolvimento de sua aprendizagem e em sua inserção no contexto institucional.

Assim, neste curso técnico subsequente o professor exercerá diferentes papéis na oferta de componente curricular que adote atividades à distância, entre os quais a tutoria, que pode se realizar por meio das seguintes ações:

#### 1. Tutoria presencial

A tutoria presencial consiste na atuação e no encontro presencial com os estudantes, que ocorrerá uma vez na semana. As atribuições do professor durante a tutoria presencial são:

I. Apoiar os estudantes nas atividades presenciais;

II. Receber e distribuir material educativo para os discentes;

III. Orientar os estudantes quanto ao manuseio das mídias e tecnologias utilizadas no curso;

IV. Identificar as dificuldades dos estudantes, ajudando-os a saná-las e estimulando-os a desenvolver análise crítica dos problemas;

V. Dedicar a devida atenção aos estudantes que sejam Pessoas com Deficiência (PcD), buscando orientação e apoio específicos, quando for o caso;

VI. Incentivar e motivar o trabalho colaborativo, cooperativo, orientando para a formação de grupos de estudos;

VII. Identificar os estudantes com problemas de desmotivação, rendimentos insuficientes e atrasos no desenvolvimento das atividades, dedicando-lhes atenção especial;

VIII. Aplicar instrumento avaliativo presencial;

IX. Coordenar as atividades teóricas e práticas presenciais.

#### 2. Tutoria à distância

O professor da disciplina também exercerá atividades de tutoria à distância. Nesta atribuição, sua principal responsabilidade é dar suporte à distância em relação ao conteúdo ministrado.

Suas atribuições são:

I. Fazer uso dos recursos tecnológicos disponibilizados para interagir com os estudantes (ambiente virtual de aprendizagem institucional; Sistema Unificado de Administração Pública – SUAP; aplicativos de mensagem instantânea; chats; correio eletrônico etc.) e apoiá-los diariamente no estudo dos conteúdos específicos, esclarecendo suas dúvidas, indicando técnicas alternativas de aprendizagem, recomendando leituras, pesquisas e outras atividades;

II. Incentivar o estudo em grupo;

III. Elaborar relatórios de desempenho dos estudantes nas atividades;

IV. Coordenar as atividades à distância;

V. Manter contatos regulares com todos os estudantes durante o curso;

VI. Participar e promover discussões e debates nas ferramentas de fórum;

VII. Acompanhar as atividades do Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA.

## **12. ATIVIDADES A DISTÂNCIA**

Este curso será desenvolvido de forma presencial, contudo três componentes serão ofertados na modalidade Ead, sendo eles, Introdução à Publicidade no primeiro módulo, Planejamento e Atendimento Publicitário no segundo módulo e o componente optativo Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS no terceiro módulo. A carga horária destinada a Ead, referente aos componentes curriculares citados, será de 120h, que correspondem a cerca de 10% da carga horária total do curso.

Os componentes serão ofertados em EaD, sendo que 20% da carga horária poderá ser utilizada para atendimentos presenciais individuais e/ou coletivos, como aula presencial, revisão/reforço e/ou ainda atividades práticas. A oferta será realizada pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem, na plataforma Moodle. Neste sentido, ficarão disponíveis os conteúdos e atividades avaliativas, correspondente à carga horária do componente curricular. Da mesma forma será utilizado o SUAP para o registro das aulas e notas nos diários correspondentes ao componente.

O planejamento, bem como a descrição das atividades dos momentos não presenciais, deverá constar no Plano de Ensino de cada componente curricular ofertado na modalidade EaD, de forma clara e precisa, especificando a carga horária à distância, a metodologia adotada, critérios de avaliação, cronograma de atividades e mecanismos de atendimento individualizado aos estudantes.

## **13. ARTICULAÇÃO DO ENSINO COM A PESQUISA E EXTENSÃO E INOVAÇÃO**

A articulação do ensino com a pesquisa e extensão no desenvolvimento das atividades curriculares do curso, tem por objetivo estimular o desenvolvimento de soluções técnicas e tecnológicas, estendendo seus benefícios à comunidade, possibilitando a articulação com o mundo do trabalho e dando ênfase à produção, ao segmento ao desenvolvimento e à difusão de conhecimentos científicos e tecnológicos.

As atividades deverão ser previstas no plano de ensino ou ser desenvolvidas em formato de projetos de ensino, pesquisa ou extensão, com ou sem fomento por meio de edital institucional, garantindo ao estudante o papel de protagonista do processo de construção de seu conhecimento e de sua formação profissional.

## **14. APOIO AO DISCENTE**

O Coordenador de Curso estabelecerá mecanismos adequados de orientação acadêmica aos estudantes (divulgação do Calendário Acadêmico, Projeto Pedagógico do Curso e demais normas acadêmicas). Também dará suporte quanto às dificuldades encontradas no ensino dos componentes curriculares. Para o atendimento ao estudante, a Coordenação de Curso conta com o suporte da Coordenação Pedagógica (COPED) e da Coordenação de Assistência Estudantil (CAES).

A COPED e à CAES, são as coordenações que trabalham em conjunto, oferecendo serviços para possibilitar a permanência e êxito dos estudantes ao longo do curso e para atuar:

- no que se refere à sensibilização dos estudantes sobre seus direitos e deveres;

- na implementação das políticas de assistência ao estudante;
- no combate à retenção e à evasão;
- no suporte às demandas psicossociais e de enfermagem;
- no suporte ao planejamento docente e;
- no acompanhamento do cumprimento do calendário acadêmico, do Projeto Pedagógico do Curso e do desempenho acadêmico das turmas.

## **15. TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO(TDICs)**

O uso das TDICs serão executadas no processo de ensino aprendizagem conforme as atividades propostas no decorrer do curso.

As práticas pedagógicas devem ser contextualizadas visando promover o crescimento intelectual do aluno por meio de experiências significativas e motivadoras de aprendizagem. Tais experiências devem levar em conta aspectos referentes à prática social e à vivência contextualizada dos alunos. Para acompanhar o uso cada vez mais intenso da tecnologia da informação e comunicação (TIC), como recurso do processo de ensino e aprendizagem, o IFRR busca continuamente a melhoria de acessibilidade às novas tecnologias.

A infraestrutura oferecida aos alunos e professores contempla laboratórios de informática com programas específicos, aplicáveis ao ensino nas diferentes áreas. Acompanhando a evolução dos recursos educacionais, os corpos docente e discente terão à sua disposição laboratórios de informática, para atender às demandas dos cursos com livre acesso à Internet e a biblioteca virtual com um acervo atualizado com livros referentes às mais diversas áreas.

Além disso, o Campus Boa Vista Zona Oeste implementou o Laboratório IF Maker que tem como função primordial estimular o espírito de criação e inovação nos estudantes, integrando novas tecnologias e a sala de aula por meio de ferramentas como impressoras 3D, *scanner* 3D, CNC *Laser*, kit Robótica Arduino e Lego, entre outros equipamentos.

## **16. CONSELHO DE CLASSE**

O IFRR possui Conselho de Classe presidido pelo Departamento de Ensino, que é um órgão de natureza consultiva e deliberativa, responsável pelo acompanhamento do processo pedagógico e pela avaliação do desempenho escolar dos estudantes matriculados nos cursos técnicos, tendo sua organização e funcionamento fixados pela Organização Didática da instituição.

Constituirá o Conselho de Classe, além do Departamento de Ensino, todos os docentes da turma, no período letivo em questão, representantes dos discentes, o coordenador de curso, a equipe multidisciplinar de assistência ao estudante e um representante da equipe técnico-pedagógica.

O Conselho de Classe, cuja finalidade é analisar os problemas educacionais da turma integralmente e os referentes às diferenças individuais e ambientais dos discentes, reunir-se á ao final do período letivo, em caráter ordinário, e, em caráter extraordinário, quando convocado pelo Departamento de Ensino, para tratar de assunto específico.

Ao final do período letivo, o Conselho de Classe analisará a situação dos discentes com reprovação nos componentes curriculares, tendo a prerrogativa de homologar, ou não, a média/nota final atribuída pelos docentes.

São atribuições do Conselho de Classe:

- Levantar as dificuldades da turma com relação à aprendizagem, ao relacionamento docente e discente, ao relacionamento entre os próprios discentes e outros assuntos que mereçam ser analisados coletivamente;

- Deliberar sobre medidas técnicas, administrativas e pedagógicas a serem tomadas, visando a superar dificuldades detectadas;

- Despertar nos docentes e nos discentes o hábito de reflexão, de análise e de autoavaliação sobre o seu próprio desempenho, no cumprimento de suas obrigações e responsabilidades;

- Servir como instrumento de aperfeiçoamento da prática pedagógica, buscando alternativas e sugerindo metodologias, procedimentos e recursos didáticos e metodológicos que contribuam para ajustes necessários na condução do processo de ensino-aprendizagem.

Por determinação do Departamento de Ensino, em função de assuntos específicos a serem tratados, o Conselho de Classe poderá ser convocado para reunir-se com:

- Toda a turma de discentes;
- Sem a presença dos discentes; ou
- Com determinado grupo de discentes.

O Conselho de Classe é temporário e ocasional, sendo constituído conforme preconiza a Organização Didática do IFRR.

## **17. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO**

O IFRR compreende avaliação de caráter polidimensional que inclui avaliação da aprendizagem do estudante, avaliação das estratégias de ensino e avaliação do Projeto Pedagógico de Curso (PPC) para ressignificação do processo educacional.

A avaliação da aprendizagem do estudante deve ser entendida como um meio para acompanhamento da apropriação do conhecimento, da formação de atitudes e do desenvolvimento de habilidades conforme perfil profissional do curso.

Avaliação do ensino compreende o acompanhamento pedagógico no que tange a prática docente para identificar os meios, instrumentos, estratégias de ensino que contribuem para a superação das dificuldades no processo de aprendizagem.

A avaliação do Projeto Pedagógico de Curso (PPC) é entendida como um processo contínuo de monitoramento e/ou de reformulação deste, a partir das necessidades do mundo do trabalho, do processo de ensino e aprendizagem e da avaliação do curso. Os critérios a serem adotados para aplicação do processo de avaliação serão especificados em cada PPC, conforme finalidade e estratégias de ensino que forem definidas, observadas as normas gerais deste documento e legislações pertinentes.

### **a. Do processo de ensino-aprendizagem**

A avaliação do processo ensino e aprendizagem têm como parâmetro os princípios do projeto pedagógico institucional (PPI) e o perfil de conclusão do Curso.

A avaliação da aprendizagem do estudante compreenderá os aspectos cognitivo e social, sendo os critérios e valores estabelecidos em cada instrumento de avaliação, descritos na metodologia do Plano de Ensino dos docentes e previamente apresentados aos estudantes, no início do componente curricular.

O processo avaliativo deverá considerar os aspectos atitudinais, conceituais e procedimentais, não devendo os atitudinais ultrapassar 30% (trinta por cento) do quantitativo da avaliação.

A avaliação do processo de aprendizagem será processual, sistemática, integral, diagnóstica e formativa, envolvendo docentes e estudantes e deve garantir conformidade entre os processos, as técnicas, os instrumentos de avaliação, as bases tecnológicas, as habilidades e as competências a serem desenvolvidas.

A avaliação deverá ser um diagnóstico constante – processo contínuo e formativo – em que os aspectos qualitativos se sobreponham aos quantitativos, conforme estabelece a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira (LDBEN), considerando as modalidades:

I - Avaliação Diagnóstica - realizada no início do processo de ensino aprendizagem:

- a) Detecta o nível de conhecimentos dos estudantes;
- b) Retroalimenta o processo, indicando os elementos que precisarão ser aprofundados;

II - Avaliação Formativa - de caráter contínuo e sistemático:

- a) Ocorre durante o processo de ensino-aprendizagem;
- b) É interna ao processo e centrada no estudante;
- c) Também tem caráter diagnóstico;
- d) Possibilita acompanhar o domínio de competência e adequar o ensino aos ajustes na aprendizagem e no desenvolvimento do estudante;

III – Avaliação Somativa - possibilita avaliar as competências pretendidas:

- a) fornece resultados de aprendizagem;
- b) subsidia o planejamento do ensino para a próxima etapa;
- c) informa o rendimento dos estudantes em termos parciais e finais.

Os instrumentos de avaliação deverão ser diversificados, estimulando o estudante à pesquisa, à reflexão, a acionar outros conhecimentos e habilidades evidenciando iniciativa, criatividade para resolução de problemas.

É de competência do docente a elaboração, a aplicação e o julgamento do trabalho de avaliação da aprendizagem. Quando o conteúdo de qualquer avaliação prevista, discrepar dos objetivos gerais ou específicos constantes no Plano de Ensino, o setor de apoio pedagógico proporá sua adequação.

O docente poderá adotar instrumentos de avaliação que julgar mais eficientes, devendo expressá-lo no Plano de Ensino. São considerados, dentre outros, os seguintes instrumentos avaliativos:

I - Fichas de observação com critérios estabelecidos;

II - Projetos;

III - Estudo de caso;

IV - Painéis integrados.

V - Lista de verificação de desempenho e competências;

VI - Exercícios

VII - Questionários;

VIII - Pesquisa;

IX - Dinâmicas;

X - Teste/exame/prova escrita ou oral;

XI - Prática Profissional;

XII - Relatórios;

XIII - Portfólio;

XIV - Atividade prática;

XV - Jogos pedagógicos;

XVI - Teatro.

As avaliações devem ser estabelecidas de forma contextualizada, preferencialmente em articulação entre os componentes curriculares que trabalham a mesma competência. Os resultados das avaliações da aprendizagem deverão ser analisados pelo docente junto a turma, visando garantir o melhor aproveitamento dos conteúdos trabalhados.

A avaliação dos estudantes com Deficiências, Transtorno Global do Desenvolvimento e Superdotação/Altas habilidades devem ser adaptada às suas necessidades educacionais específicas com apoio do Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (NAPNE).

A verificação da aprendizagem dos estudantes será expressa em notas, numa escala de 0,0 (zero) a 10 (dez) pontos ou de 0 (zero) a 100 (cem) pontos conforme o sistema acadêmico adotado.

As datas das avaliações ficarão a critério do docente, comunicadas previamente aos estudantes, considerando o calendário acadêmico. Os docentes terão um prazo máximo de 10 (dez) dias úteis após a realização das avaliações, para apresentar os resultados aos estudantes, de modo a possibilitar a análise do seu desempenho.

Em caso de uso de tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC), o docente deverá optar por tecnologias disponíveis na instituição ou acessíveis aos estudantes, a fim de propiciar ao estudante a realização das atividades avaliativas.

A nota do componente curricular será composta por uma das seguintes formas:

I - Somativa;

II - Média aritmética simples;

III - Média ponderada.

No sistema de avaliação somática a nota do componente curricular será composta pela soma simples dos instrumentos avaliativos

No sistema de avaliação média aritmética simples a nota do componente curricular será composta pela média aritmética de duas notas (N1 e N2);

No sistema de avaliação média ponderada a nota do componente curricular será composta, levando-se em consideração o peso atribuído para cada nota (N1 e N2).

A nota do componente curricular será composta por no mínimo (02) dois e no máximo (04) quatro instrumentos avaliativos, diferentes entre si, distribuídos entre N1 e N2, quando for o caso.

O processo avaliativo deverá ficar estabelecido no Plano de Ensino, além de ser apresentado aos estudantes nos primeiros dias de aula do componente curricular.

O estudante tem direito à avaliação de segunda chamada, desde que realize a abertura de chamado via Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP) solicitando à Coordenação de Curso, no prazo de até 72 (setenta e duas) horas, considerando os dias úteis, após a realização da avaliação à qual não se fez presente e mediante a apresentação dos documentos justificativos, abaixo especificados:

I - Atestado médico ou declaração de comparecimento, comprovando a impossibilidade de participar das atividades escolares do dia;

II - Declaração da Coordenação de Assistência Estudantil, comprovando que o estudante está temporariamente impossibilitado de comparecer ao campus;

III - Declaração de corporação militar, comprovando que, no horário da realização da primeira chamada, estava em serviço;

IV - Declaração do Coordenador de Curso, comprovando que o estudante estava representando o IFRR em atividade científica, artística, cultural ou esportiva;

V - Ordem Judicial;

A realização da avaliação de segunda chamada dependerá do parecer emitido pela Coordenação de Curso que dispõe de 24 (vinte e quatro) horas, para notificar o docente. Cabe ao docente do componente curricular elaborar e aplicar o instrumento de avaliação de segunda chamada, no prazo máximo de 08 (oito) dias úteis a partir do deferimento do pedido.

Os documentos apresentados não abonarão as faltas do estudante nos períodos indicados, mas lhe darão o direito de realizar as atividades avaliativas que porventura forem aplicadas durante seu afastamento.

Os demais casos, não previstos em Lei, serão avaliados pela Coordenação de Curso. O não comparecimento do estudante, em qualquer etapa de avaliação, decorrido o prazo de pedido de segunda chamada, implica a atribuição de nota 0,0 (zero), desde que não esteja amparado legalmente.

#### **b) Aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores**

O aproveitamento de estudos ocorre por meio da dispensa de componente curricular cursado anteriormente, nos termos desta Organização Didática. O estudante terá direito a aproveitamento de estudos realizados com êxito, desde que do mesmo nível de ensino ou de um nível superior para um inferior.

O período para requerer aproveitamento de estudo será definido no Calendário Acadêmico. Para requerer o aproveitamento de estudos, o estudante deverá observar a compatibilidade de competências e habilidades, conteúdos, cargas horárias entre o componente curricular cursado e o que está sendo ofertado.

O estudante poderá requerer aproveitamento de, no máximo, 50% (cinquenta por cento) da carga horária do curso e ocorrerá quando se tratar de cursos legalmente autorizados e realizados em instituições de ensino reconhecidas e credenciadas pelo Ministério da Educação (MEC).

O estudante do IFRR que tenha cursado componente curricular em outra instituição poderá solicitar aproveitamento de estudos ou contabilizar carga horária para Atividades Complementares. A solicitação para aproveitamento de estudos deverá ocorrer via Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP) em Central de serviço com abertura de chamado>Registro acadêmico>Aproveitamento, com especificação do(s) componente(s) curricular (es) de que se pleiteia,

anexando os seguintes documentos:

I - Histórico Escolar;

II - Ementário dos componentes curriculares estudados, com a especificação de carga horária, conteúdos, unidades de ensino, bibliografia, devidamente assinada pelo responsável do curso.

O pedido de aproveitamento de estudos dará origem no setor de Registro Acadêmico que será despachado para a/o Diretoria/Departamento de Ensino/Coordenação de Curso ao qual o estudante estiver vinculado, que deverá observar, em seu parecer:

I - Os conteúdos e as cargas horárias devem coincidir em, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) com o programa dos componentes curriculares do curso pretendido no IFRR;

II - Os componentes curriculares cursados com aprovação em outros cursos do mesmo nível de ensino ou de nível superior.

O aproveitamento de estudos compreenderá apenas componentes curriculares que tenham sido cursados com êxito em instituições de ensino reconhecidas pelo MEC. O docente responsável pelo componente curricular solicitado terá cinco (05) dias úteis para analisar os documentos referentes, em conformidade com as disposições constantes nesta Organização Didática, emitindo parecer para anexar ao processo.

O Coordenador do Curso deverá analisar o processo com o parecer do docente e publicar parecer final em, no máximo, vinte (20) dias após solicitação do estudante, observando o aproveitamento da disciplina, listando a(s) equivalência(s), a(s) dispensa(s) e as que o estudante deverá cursar.

Após o trâmite, os resultados deverão ser encaminhados ao setor de Registro Acadêmico para encaminhamentos necessários. Até a data de publicação do parecer, o estudante deverá frequentar as aulas regularmente. Para efeito de Registro Acadêmico, constará no Histórico Escolar a indicação de que houve Aproveitamento de Estudos (AE) e a relação de componentes curriculares aproveitados com a respectiva carga horária.

### **c) Procedimentos de avaliação do curso**

A avaliação do curso compreende a análise das práticas no desenvolvimento do curso e o processo de retroalimentação curricular em busca da qualidade do ensino ofertado, obtendo informações sobre o funcionamento do Curso, por meio da avaliação da eficiência e eficácia do processo de ensino e aprendizagem, em cumprimento à Organização Didática do IFRR.

Após o término de cada módulo, os estudantes responderão a um questionário, preferencialmente digital, disponibilizado em plataformas digitais com acesso via computadores (desktops) e dispositivos móveis. Caberá à Direção-Geral homologar o instrumento que deverá ser proposto pelo Departamento de Ensino, em conjunto com sua equipe técnico-pedagógica. A Coordenação de Curso será responsável pela realização da avaliação em data prevista no Calendário Acadêmico, em parceria com o Departamento de Ensino e o Setor Pedagógico.

Dessa forma, constituirá objeto de avaliação permanente do curso: a consecução dos objetivos propostos no projeto pedagógico, tendo em vista o perfil e as competências do egresso, tendo como referência:

a) avaliação dos componentes curriculares e das atividades acadêmicas específicas do curso (visa identificar e diagnosticar o desenvolvimento do currículo, os meios, instrumentos, mecanismos e recursos que melhor se ajustam à aprendizagem do estudante, por meio da avaliação dos seguintes objetos: plano de ensino; projetos orientados pelo docente; produtos desenvolvidos sob a orientação docente e equipe pedagógica; sugestões e críticas dos estudantes, dos docentes, da equipe pedagógica, dos demais servidores técnico administrativos e da comunidade);

b) avaliação do corpo docente do curso (objetiva assumir função diagnóstica para favorecer a percepção da eficácia e eficiência do trabalho docente, no planejamento, organização, aplicação e avaliação das atividades pedagógicas em decorrência da especificidade do curso, verificar a adequação da formação dos docentes aos componentes curriculares por eles ministrados e realizar a autoavaliação docente). Serão avaliados diversos itens relativos à prática em sala de aula, domínio de conteúdo, formas de avaliação, assiduidade, pontualidade, postura profissional, dentre outros;

c) avaliação do corpo técnico do curso (pretende assumir função diagnóstica para favorecer a percepção da eficácia e eficiência do trabalho técnico, no planejamento, organização, aplicação e avaliação de atividades pedagógicas em decorrência da especificidade do curso, verificar o acompanhamento técnico-pedagógico, psicossocial e de saúde junto aos estudantes e realizar a autoavaliação do corpo técnico);

d) avaliação das instalações e equipamentos disponibilizados aos estudantes, corpos técnico e docente: será realizada avaliação dos espaços educativos como salas de aula, laboratórios, biblioteca e demais ambientes didáticos, assim como da disponibilidade, do acesso e da qualidade dos equipamentos existentes para as atividades de ensino, a fim de favorecer a eficácia e eficiência dos trabalhos técnicos e pedagógicos, no planejamento, organização, aplicação e avaliação das atividades do curso em decorrência da especificidade do curso;

e) avaliação dos índices de reprovação, retenção e evasão: realizado por meio de estudos pela equipe de acompanhamento do curso (Coordenadores de Cursos e Equipe Técnico Pedagógica) com vistas a retroalimentação do Plano de Ação de Permanência e Êxito do CBVZO;

f) autoavaliação dos estudantes: será desenvolvida a fim de que permita ao estudante acompanhar seu desempenho no percurso de formação e identifique pontos a serem aprimorados, considerando-se esta prática imprescindível à aprendizagem com autonomia. O resultado do processo da autoavaliação poderá ser expresso em menções como: Ótimo – capaz de desempenhar, com destaque, as competências exigidas pelo perfil profissional de conclusão; Bom – capaz de desempenhar, a contento, as competências exigidas pelo perfil profissional de conclusão; e Insuficiente – ainda não capaz de desempenhar as competências exigidas pelo perfil profissional de conclusão. As menções consideram os critérios e indicadores de desempenho relacionados com as competências profissionais descritas no perfil de conclusão.

No acompanhamento do desempenho acadêmico, os cursos ou componente(s) curricular(es) que, repetidamente, apresentarem alto índice de reprovação, deverão ser objeto de acompanhamento pedagógico por parte da Coordenação de Curso e setor Pedagógico, visando embasar as necessárias intervenções. (IFRR, 2023, p.79).

Os dados serão tabulados e analisados pela Coordenação de Curso e ficarão disponíveis para acesso de todos os envolvidos no processo avaliativo. Quando necessário, ocorrerão intervenções administrativas e pedagógicas para auxiliar estudantes, corpos docente e técnico, por parte da Coordenação de Curso e Direção de Ensino.

#### **d) Sistema de avaliação institucional**

A avaliação interna é coordenada pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) que é responsável por conduzir os processos de avaliação interna da Instituição, de sistematização e de prestação das informações solicitadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) levando em consideração a participação dos docentes, dos técnico-administrativos, dos gestores, dos estudantes e da comunidade externa. A CPA atua em conjunto com as Comissões Setoriais de Avaliação Locais (CSAs) que têm a atribuição de desenvolver o processo de autoavaliação, do trabalho de sensibilização da comunidade acadêmica e de divulgação a esta de todo o processo.

**18 PERFIS DAS EQUIPES DOCENTE, TÉCNICO PEDAGÓGICA E TÉCNICO ADMINISTRATIVO**

a) Pessoal Docente

Nº	PROFESSOR	FORMAÇÃO SUPERIOR	TITULAÇÃO			CARGA HORÁRIA
			ESPECIALIZAÇÃO	MESTRADO	DOUTORADO	
1	Adriana Alves do Amaral	Licenciatura Plena em Letras Português/Inglês	Estudos Literários e Língua Portuguesa	-	-	40 – DE
2	Alexandre Soares de Melo	Graduação em Direito e Tecnologia em Gestão Pública	Gestão Pública e em Violência Doméstica	Ciências Jurídicas	-	40 – DE
3	André Maia Lima	Bacharelado e licenciatura em Educação Física	-	Ciências do Esporte	Ciências do Esporte	40 – DE
4	Antonio Ferreira da Silva	Licenciatura em Física	-	Física	-	40 – DE
5	Armando Gomes Neto	Licenciatura em Química	-	Educação	-	40 – DE
6	Bárbara Morais da Costa de Souza	Bacharelado em Secretariado Executivo	Secretariado Executivo	-	-	40 – DE
7	Caio Felipe Fonseca do Nascimento	Bacharelado em Ciências Contábeis	Auditoria e Perícia Contábil	Contabilidade e Finanças	-	40 – DE

8	Cícero Thiago Monteiro Dantas dos Reis	Bacharelado em Ciências Econômicas	-	Sociedade e Cultura na Amazônia	-	40 – DE
9	Clarice Gonçalves Rodrigues Alves	Licenciatura em História	PROEJA	Educação e Interculturalidade.	-	40 – DE
10	Daniele Sayuri Fujita Ferreira	Licenciatura e Bacharelado em Ciências Biológicas	-	Ciências Ambientais	Ciências	40 – DE
11	Elaine Ramires Pinto	Bacharelado em Administração	Gestão Pública	Engenharia de Produção	-	40 – DE
12	Elieser Rufino de Souza	Licenciatura em Letras: Língua e Literatura Portuguesa e Inglesa	Ensino-aprendizagem de línguas e literatura	Letras	-	40 – DE
13	Fernanda do Casal	Bacharelado em Administração	Docência na Educação Profissional e Tecnológica	Educação Profissional e Tecnológica	-	40 – DE
14	Francisco Oliveira Silva Junior	Licenciatura Plena em Física	-	-	-	40 – DE
15	George Homer Barbosa de Medeiros	Licenciatura em Matemática	Especialização em Matemática Financeira e Estatística	Matemática	-	40 – DE
16	Gisela Hahn Rosseti	Licenciatura em Educação Física	Educação Inclusiva	Mestrado em Educação	-	40 – DE

17	Gutemberg Leao Brasil	Licenciatura em Matemática	Docência do Ensino Superior	Matemática	-	40 – DE
18	Hudson do Vale de Oliveira	Bacharelado em  Engenharia  Agronômica,  Administração e Comunicação  Social  Com habilitação em  Jornalismo	MBA em Gestão de Cooperativas	Agronomia	Agronomia	40 – DE
19	Isaac Sutil da Silva	Licenciatura em Ciências Biológicas	Educação Profissionalizante Integrada ao Ensino Médio	Ensino de Ciências	-	40 – DE
20	Jaiandra da Silva Guimarães	Bacharelado em Administração	Mudanças Climáticas	Ciências do Ambiente e Sustentabilidade  na Amazônia	-	40 – DE
21	Jonierison Alves  Pontis	Licenciatura em  Química	-	Química	-	40 – DE
22	Josenildo Rodrigues da Silva	Licenciatura em  Matemática	-	Matemática	-	40 – DE
23	Lee Marcos Cruz  de Souza	Tecnologia em Análise  e Desenvolvimento  de Sistemas	Gestão Escolar Integrada e Práticas Pedagógicas	Engenharia de Processos	-	40 – DE
24	Marcos Antonio de Oliveira	Bacharelado e licenciatura  em História		História Social	Sociologia da Educação	40 – DE

25	Mariana da Silva de Souza	Bacharelado em Ciências Contábeis	Formação do Docente para o Ensino Superior	-	-	40 – DE
27	Mariana Lima da Silva	Bacharelado em Ciências Sociais	Filosofia e Ensino de Filosofia	Sociedade e Fronteiras	-	40 – DE
28	Paulo Sergio Romeu Alvarenga	Letras - Licenciatura: Língua Inglesa e Língua Portuguesa	Docência para a Educação Profissional	Engenharia de Produção	-	40 – DE
29	Rafaela dos Santos Morgade	Licenciatura em Língua Espanhola e Literatura Hispânica	Tradução em Espanhol	-	-	40 – DE
30	Rômulo do Nascimento Pereira	Bacharelado em Desenho Industrial	Artes Visuais: cultura e criação, e Docência para a Educação Profissional e Tecnológica	Letras e Artes	Design	40 – DE
31	Sandra Grutzmacher	Licenciatura Plena em Português	Literatura Brasileira e MBA em Recursos Humanos e Marketing	Educação	-	40 – DE
32	Sueli Souza Martins	Licenciatura em Geografia	Metodologias de Ensino na Educação Superior	-	-	40 – DE
33	Tarsis Araújo Magalhães Ramos	Licenciatura em Língua Portuguesa/Literatura	Educação Ambiental	-	-	40 – DE
34	Tatyanne Rezende Costa	Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda	Gestão de Marketing e Comunicação Integrada	-	-	40 – DE
35	Valério Ramalho da Silva	Licenciatura em Educação Artística	Tecnologia em Educação a Distância	Educação	-	40 – DE

36	Veritha Nascimento Pessoa	Licenciatura em Geografia	Educação Ambiental	-	-	40 – DE
37	Vitor Lopes Resende	Bacharelado em Comunicação Social	MBA em Negócios e Empreendimentos e MBA em Gestão Gastronômica e Hoteleira	Comunicação	-	40 – DE
38	Wilson Alves da Silva Filho	Bacharelado em Secretariado Executivo	Educação Empreendedora	-	-	40 – DE

b) Equipe Técnico-Pedagógica

Nº	Técnico	CARGO/ FUNÇÃO	TITULAÇÃO					CH
			TÉCNICO	GRADUAÇÃO	ESPECIALIZAÇÃO	MESTRADO	DOUTORADO	
1	Aldaires Aires da Silva Lima	Técnico em Assuntos Educacionais	-	Licenciatura em Ciências Biológicas	Educação Ambiental e Sustentabilidade;  Educação Profissional e Tecnológica Inclusiva	Educação	-	40
2	Francimeire Sales de Souza	Pedagogo	-	Licenciatura em Pedagogia com Habilitação em Coordenação pedagógica	Gestão Escolar;  Educação Profissional e Tecnológica Inclusiva	Educação	-	40

3	Gardênia da Silva Frazão	Técnico em Assuntos Educacionais	-	Bacharelado em Ciências Naturais com Habilitação em Biologia	Docência do ensino superior	-	-	40
---	--------------------------	----------------------------------	---	--	-----------------------------	---	---	----

b) Equipe Técnico-Administrativa

Nº	Técnico	CARGO/ FUNÇÃO	TITULAÇÃO					CH
			TÉCNICO	GRADUAÇÃO	ESPECIALIZAÇÃO	MESTRADO	DOUTORADO	
1	Aline Lima Soares da Costa	Auxiliar de Biblioteca	Agroindústria	Licenciatura em Letras - Espanhol	Especialização em Compreensão de Textos e Tradução da Língua Espanhola	-	-	40
2	Antonio Teixeira Linhares Filho	Operador de Máquinas Pesadas	-	-	-	-	-	40
3	Diogo Saul Silva Santos	Administrador	-	Bacharelado em Administração	Gestão e Administração Pública	-	-	40
4	Dumont Camelo Melo	Técnico em Laboratório	-	Bacharelado em Ciência da Computação	Informática e Comunicação na Educação	-	-	40
5	Elisângela Monção Mine	Assistente Social	-	Bacharelado em Serviço Social	Gestão Social: Defesa e Garantia de Direitos.	-	-	40
6	Elivaldo Torreia de Souza	Assistente em Administração	-	Bacharelado em contabilidade	Gestão Pública	-	-	40

7	Enilde Lopes Satelles	Técnico em Secretariado	Secretariado	Bacharelado em Administração	Gestão de Pessoas	-	-	40
8	Eunice Lima de Oliveira Barbosa	Tradutor e Intérprete de LIBRAS	-	Licenciatura em Pedagogia; Bacharelado em Letras-libras	Educação Profissional e Tecnológica Inclusiva	-	-	40
9	Gabriel Carvalho Gomes	Técnico em Laboratório	Técnico em Biocombustíveis	Tecnologia em Gestão ambiental	-	Agroecologia	-	40
10	Gessyglay Silva Claudino	Auxiliar em Administração	-	-	-	-	-	40
11	Gildo Sousa dos Santos Junior	Técnico em Audiovisual	-	Tecnologia em Gerência de conteúdo para web	-	-	-	40
12	Igor Sales Gomes de Lima	Tecnólogo em Gestão Pública	-	Tecnologia em Gestão Pública	MBA em Contabilidade Pública e Responsabilidade Fiscal	-	-	40
13	Ilmara da Silva Ferreira	Assistente de Aluno	-	Tecnologia em Gestão Pública	-	-	-	40
14	João Danilo Souto Maior Nogueira Neto	Técnico em Eletrotécnica	-	Bacharelado em Engenharia Elétrica	-	-	-	40
15	Jonatas Silva Lima	Tecnólogo em Gestão Pública	-	Tecnologia em Gestão Pública	-	-	-	40

16	Jorge Luis Cavalcante de Souza	Assistente em Administração	-	Bacharelado em Direito	Direito Público	-	-	40
17	Jose Gabriel Ribeiro Figueiredo	Tradutor Intérprete de Libras	-	Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas	MBA em Administração Estratégica; Tradução, Interpretação e Docência da Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS	-	-	40
18	José Ribamar Cardoso Oliveira	Assistente de Aluno	-	Tecnologia em Gestão Pública	-	-	-	40
19	Joziane Lucas Gomes	Assistente de Aluno	-	Licenciatura em Ciências Biológicas	-	-	-	40
20	Larissa Oliveira Lira	Psicóloga	-	Bacharelado em Psicologia	Saúde pública com ênfase em saúde da família.	-	-	40
21	Leidiane Firmino de Sá	Assistente em Administração	-	Licenciatura Plena em Letras - Espanhol e Literatura Hispânica; Tecnologia em Gestão Ambiental	-	-	-	40
22	Leonardo Pereira Santos	Contador	-	Bacharelado em Ciências Contábeis	Gestão Pública	-	-	40
23	Manaliel Pais Pereira Junior	Técnico em Tecnologia da Informação	-	Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas	Sistemas de Telecomunicações	-	-	40

24	Marta Sabrina Mota	Administradora	-	Bacharelado em Ciências Contábeis e Administração	Contabilidade Pública e Responsabilidade Fiscal	-	-	40
25	Marta Silva Sousa	Assistente Social	-	Bacharelado em Serviço Social	Serviço Social na Educação	-	-	40
26	Maycon Diego Silva Ribeiro	Analista de Sistemas de Informação	-	Bacharelado em Sistemas de Informação	Engenharia de Sistemas	-	-	40
27	Nataliana Ribeiro dos Santos	Assistente em Administração	-	Licenciatura Plena e Bacharelado em História	Gestão Escolar	-	-	40
28	Raleide Greisa Nogueira Barata	Técnico em Secretariado	Secretariado	Tecnologia em Gestão Hospitalar	Gestão em Saúde	-	-	40
29	Rosineia Silva da Silva	Bibliotecário/Documentalista	-	Bacharelado em Biblioteconomia	Gestão da Informação em Biblioteca Digital	-	-	40
30	Rosana Maria Lima Oliveira	Técnico em Secretariado	-	Gestão Pública	Gestão pública e de pessoas	-	-	40
31	Sheneville Cunha de Araújo	Jornalista	-	Bacharelado em Comunicação Social	Comunicação Social, Assessoria de Comunicação e Novas Tecnologias	Antropologia Social	-	30
32	Simone Sibele Schuertz Souza	Auxiliar em Biblioteca	-	Bacharelado em Ciência da Computação; Tecnologia em Design Gráfico	Engenharia de Sistemas	-	-	40

33	Thiago dos Santos Cidade	Técnico em Tecnologia da Informação	-	Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas	Projetos de Sistemas de Informação	-	-	40
34	Vivian Alves de Azevedo	Enfermeira	Enfermagem	Bacharelado em Enfermagem	Saúde da Família na atenção primária; Enfermagem do trabalho; Enfermagem Obstétrica	-	-	40

## 19 INSTALAÇÕES, EQUIPAMENTOS, RECURSOS TECNOLÓGICOS E BIBLIOTECA.

Os espaços físicos utilizados pelo curso são constituídos por infraestrutura adequada que atende às necessidades exigidas pelas normas institucionais, diretrizes do curso e órgãos oficiais de fiscalização pública. As dependências encontram-se dentro do padrão de qualidade exigido pela Lei de Acessibilidade nº 13.146/2015, sendo que o acesso às salas de aula, bem como a circulação pelo campus, é sinalizado por pisos táteis e orientação em braile. Há rampas em espaços que necessitam de deslocamento vertical.

A infraestrutura compõe-se dos seguintes espaços: salas de aula, instalações administrativas, instalações para os docentes, coordenação, laboratórios específicos, auditório, biblioteca etc.

Os mobiliários são adequados para as atividades, todas as salas de aula são dotadas de carteiras móveis, em material adequado. A mesa do professor também é adequada ao trabalho do docente, tanto em relação ao material quanto às dimensões e localização. A lousa é feita em vidro, e os professores utilizam pincel para o desenvolvimento de suas atividades, fornecidos periodicamente pela instituição. Todas as salas possuem sistema de refrigeração artificial através de aparelhos de ar-condicionado. A limpeza das salas de aula é realizada diariamente. Todas as salas de aula possuem acesso à internet.

Os Laboratórios de Informática, amplamente utilizados pelos docentes e discentes, garantem as condições necessárias para atender às demandas de trabalhos e pesquisas acadêmicas, promovendo também o desenvolvimento de habilidades referentes ao levantamento bibliográfico e à utilização de bases de dados.

O espaço dispõe de novos equipamentos para propiciar conforto e agilidade aos seus usuários, que podem contar com auxílio da equipe de Tecnologia da Informação (TI), nos horários de aulas e em momentos extraclasse, para esclarecer dúvidas e resolver problemas.

A Instituição disponibiliza recursos de informática aos seus discentes (recursos de hardware e software), implementados de acordo com as necessidades do curso. Estão disponibilizados laboratórios específicos e compartilhados de informática entre os vários cursos, todos atendendo às aulas e às monitorias.

Além da biblioteca física, o Campus possui uma biblioteca virtual que é gerenciada em suas rotinas pelo software Pergamum, programa desenvolvido pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Seu acervo consta não somente livros da bibliografia básica das disciplinas ofertadas, mas

também da bibliografia complementar, além de livros para consulta interna, dicionários, enciclopédias, periódicos, jornais, mapas e materiais audiovisuais especializados nas áreas de atuação das unidades, e está totalmente inserido no Sistema Pergamum, com possibilidade de acesso ao catálogo on-line para consulta.

A Biblioteca Digital tem como missão disponibilizar ao aluno mais uma opção de acesso aos conteúdos necessários para uma formação acadêmica de excelência por meio de um meio eficiente, acompanhando as novas tendências tecnológicas.

## **20. POLÍTICAS DE INCLUSÃO**

O Campus Boa Vista Zona Oeste atende o que preconiza a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania. E o Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004, promovendo acessibilidade da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, desde o processo de seleção até o acompanhamento do egresso. No contexto da educação inclusiva, recomenda-se que o ponto de partida seja as particularidades do aluno, com foco em suas potencialidades. A proposta curricular é uma só para todos os estudantes, porém, é imprescindível que as estratégias pedagógicas sejam diversificadas, com base nos interesses, habilidades e necessidades de cada um. Só assim se torna viável a participação efetiva, em igualdade de oportunidades, para o pleno desenvolvimento de todos os alunos.

Algumas tecnologias que poderão ser trabalhadas no atendimento aos alunos que delas necessitam são: materiais escolares e pedagógicos acessíveis, comunicação alternativa, recursos de acessibilidade ao computador, recursos para mobilidade, localização, a sinalização e o mobiliário que atenda às necessidades posturais. O campus conta atualmente com dois tradutores e intérpretes de Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS), podendo expandir seu quadro profissional técnico, conforme demanda.

Com a responsabilidade em ofertar uma educação fundamentada nos princípios da inclusão social, tendo em vista a garantia dos Direitos Humanos. Em seu planejamento, o Instituto Federal busca incluir atividades, políticas e programas educacionais voltados para responder tal necessidade. O Campus Boa Vista Zona Oeste tem em sua estrutura os núcleos de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas (Neabi) e o de Atendimento às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (Napne).

O NAPNE/IFRR tem por finalidade fomentar políticas públicas de inclusão e assessorar o desenvolvimento de ações de natureza sistêmica, no âmbito do ensino, da pesquisa, da extensão e inovação, que promovam o cumprimento efetivo das Leis 10.098/2000 e 13.146/2015, bem como do Decreto 5.296/2004 e dos demais instrumentos legais correlatos.

O NEABI Tem a finalidade de regulamentar as ações referentes à implementação das Leis nº 10.639/03 e nº 11.645/2008, pautadas na construção da cidadania por meio da valorização da identidade étnico-racial, principalmente, de negros, afrodescendentes e indígenas, e para atender a temática “História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena”. É um núcleo de promoção, planejamento e execução de políticas inclusivas pautado na construção da cidadania por meio da valorização da identidade étnico-racial, do respeito às diferenças e à igualdade de oportunidades, que venha a eliminar as barreiras atitudinais.

## **21. DIPLOMAS E CERTIFICADOS**

Ao discente que concluir todos os componentes curriculares previstos nos módulos do Curso, alcançar a frequência de 75% e a média mínima estabelecida na Organização Didática vigente será conferido o Diploma de Técnico em Publicidade Subsequente ao Ensino Médio.

## 22. REFERÊNCIAS

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Parecer n. 16, de 5 de outubro de 1999. **Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico.**

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Parecer n. 39, de 8 de dezembro de 2004. **Aplicação do Decreto n. 5.154/2004 na Educação Profissional Técnica de nível médio e no Ensino Médio.**

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Resolução CNE/CEB n. 01/04. Institui as **Diretrizes para a organização e a realização de Estágio de discente da Educação Profissional e do Ensino Médio inclusive na modalidade de Educação Especial.**

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Resolução CNE/CEB n. 04/05. Inclui novo dispositivo à Resolução CNE/CEB N°. 01/05, que atualiza as **Diretrizes Curriculares Nacionais definidas para o Ensino Médio e para a Ed. Profissional Técnica de nível médio às disposições do Decreto nº 5154/04.**

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). **Resolução CNE/CEB n. 02/05. Modifica a redação do §3º do art. 5º da Resolução CNE/CEB N° 1/2004.**

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Resolução n. 4, de 8 de dezembro de 1999. Institui as **Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico.**

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). RESOLUÇÃO No 2, DE 15 DE DEZEMBRO DE 2020. Aprova a quarta edição do **Catálogo Nacional de Cursos Técnicos.**

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.** Lei n. 9.394, de 20 dez. Brasília, 1996.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Lei nº 11.892, de 29/12/ 2008. **Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia.** Brasília/DF: 2008.

BRASIL. Ministério da Educação. **Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos.** Brasília. 2016.

BRASIL. Resolução n°. 688/2022 – Conselho Superior, de 16 de julho de 2022- **Regulamenta a Elaboração de Projeto Pedagógico de Curso.**

BRASIL. Resolução nº 608/2021 - CONSUP/IFRR, de 26 de outubro de 2021, que dispõe sobre a **Política de Acompanhamento dos Egresso (PAE) do Instituto Federal de Roraima;**

BRASIL. Resolução nº 657/2022 - CONSUP/IFRR, de 10 de maio de 2022, que Regulamenta a **Política de Assistência Estudantil do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de**

## Roraima – IFRR;

BRASIL. Resolução nº 477/CONSUP/IFRR, de 30 de outubro de 2019, que aprova o **Plano Estratégico Institucional para Permanência e Êxito dos Estudantes do IFRR**;

BRASIL. Resolução nº 434/CONSUP/IFRR, de 18 de fevereiro de 2019, que aprova o **Regulamento das Atividades Acadêmico-Científico-Culturais (AACCs) do IFRR**;

BRASIL. Resolução nº 3, de 21 de novembro de 2018, que atualiza as **Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio**.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contagem da População 2022**. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/>> Acesso em: 24/01/2023.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RORAIMA/IFRR – **Plano de Desenvolvimento Institucional/PDI**. Roraima, 2019-2023.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RORAIMA/CAMPUS BOA VISTA ZONA OESTE – **Projeto Pedagógico do Curso Técnico Comércio**. Roraima, 2022

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RORAIMA. Resolução 682/2022 - CONSUP/IFRR, de 16 de julho de 2022.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Nilra Jane Filgueira Bezerra, REITOR - CD0001 - IFRR**, em 08/03/2023 12:52:24.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 07/03/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifrr.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 197633

Código de Autenticação: d8373da478

