

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ
CAMPUS TABULEIRO DO NORTE

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO EM VENDAS SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

Tabuleiro do Norte, 2026



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ
CAMPUS TABULEIRO DO NORTE

Luiz Inácio Lula da Silva
Presidente da República

Camilo Sobreira de Santana
Ministro da Educação

Marcelo Bregagnoli
Secretário de Educação Profissional e Tecnológica

José Wally Mendonça Meneses
Reitor do IFCE

Cristiane Borges Braga
Pró-Reitora de Ensino do IFCE

Reuber Saraiva de Santiago
Pró-Reitor de Administração e Planejamento do IFCE

Marcel Ribeiro Mendonça
Pró-Reitor de Gestão de Pessoas do IFCE

Ana Cláudia Uchoa Araújo
Pró-Reitora de Extensão do IFCE

Joélia Marques de Carvalho
Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação do IFCE

Samuel Lázaro Luz Lemos
Diretor-Geral do IFCE - *campus* Tabuleiro do Norte

Sávio Fernandes Ribeiro
Chefe do Departamento de Administração e Planejamento do IFCE - *campus* Tabuleiro do Norte

Wyllame Carlos Gondim Fernandes
Chefe do Departamento de Ensino do IFCE - *campus* Tabuleiro do Norte

Samiles Vasconcelos Cruz Benedito
Coordenadora Técnico-Pedagógica – CTP do IFCE - *campus* Tabuleiro do Norte

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PROJETO DO CURSO TÉCNICO EM VENDAS SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO

(PORTARIA Nº 4549/GAB-TAB/DG-TAB/TABULEIRO, DE 18 DE JUNHO DE 2026)

Keully Cristynne Aquino Diógenes
Presidente da Comissão

Átila de Freitas
Professor da Área Técnica

Marusa Hitaly da Silva Cunha
Professora da Área Técnica

Linária de Melo Oliveira Gomes
Professora da Área Técnica

Simone de Castro Alencar
Professora da Área Técnica

Túlio Cristiano Soares de Oliveira
Professor da Área Comum

Wyllame Carlos Gondim Fernandes
Chefe do Departamento de Ensino

Priscila Marcia Maia da Silva
Auxiliar de Biblioteca

Siberio Livio Oliveira Barros
Auxiliar de Biblioteca

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO 6
2 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO 7
3 JUSTIFICATIVA PARA A CRIAÇÃO DO CURSO 10
4 FUNDAMENTAÇÃO LEGAL 13
5 OBJETIVOS DO CURSO 16
5.1 OBJETIVO GERAL 16
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 16
6 FORMAS DE INGRESSO 18
7 ÁREAS DE ATUAÇÃO 19
8 PERFIL ESPERADO DO FUTURO PROFISSIONAL 20
9 METODOLOGIA 22
9.1 METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO E APRENDIZAGEM 22
9.1.1 Formação Humana Integral 23
9.1.2 Construtivismo 24
9.1.3 Humanismo 25
9.1.4 Os Quatro Pilares da Educação para o século XXI 25
9.2 TÉCNICAS E ATIVIDADES DE ENSINO-APRENDIZAGEM 26
9.3 NÚCLEOS DA MATRIZ CURRICULAR 27
9.4 COERÊNCIA ENTRE PROPOSTA PEDAGÓGICA E EXECUÇÃO DAS DISCIPLINAS 28
9.5 USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICS) 28
9.6 ESTRATÉGIAS DE APOIO E ACOMPANHAMENTO AOS DISCENTES 28
9.7 EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL 28
9.8 ATENDIMENTO EDUCACIONAL ESPECIALIZADO 29
9.9 ATIVIDADES NÃO PRESENCIAIS 29
10 ESTRUTURA CURRICULAR 31
10.1 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR 31
10.2 MATRIZ CURRICULAR 34
11 FLUXOGRAMA CURRICULAR 35
12 ITINERÁRIOS FORMATIVOS 36
12.1 SOLICITAÇÃO E EMISSÃO DAS CERTIFICAÇÕES INTERMEDIÁRIAS 37
13 AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM 39
13.1 SISTEMÁTICA DE AVALIAÇÃO 40
14 PRÁTICA PROFISSIONAL SUPERVISIONADA - PPS 44
15 ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO 45
16 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES 47
17 EMISSÃO DE DIPLOMA 47
18 AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO 48

18.1 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO 48
18.2 AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DOCENTE 49
19 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS CONSTANTES DO PDI NO ÂMBITO DO CURSO 51
20 APOIO AO DISCENTE 52
20.1 COORDENAÇÃO DE CURSO 52
20.2 COORDENADORIA DE ASSISTÊNCIA ESTUDANTIL (CAE) 52
20.3 COORDENAÇÃO TÉCNICO-PEDAGÓGICA (CTP) 54
20.4 BIBLIOTECA 55
20.5 NÚCLEOS 55
21 CORPO DOCENTE 57
22 CORPO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO 59
23 INFRAESTRUTURA 60
23.1 BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS 60
23.1.1 Acervo 60
23.1.2 Serviços Oferecidos 60
23.2 INFRAESTRUTURA FÍSICA E RECURSOS MATERIAIS 61
23.3 AUDITÓRIO 61
23.4 SALA DE VIDEOCONFERÊNCIA 62
23.5 SALA DOS PROFESSORES 62
23.6 ATENDIMENTO INDIVIDUALIZADO DOS ALUNOS 62
23.7 ESPAÇO DE CONVIVÊNCIA E ALIMENTAÇÃO 62
23.8 ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO 63
23.9 INFRAESTRUTURA DE LABORATÓRIOS 63
23.9.1 Infraestrutura de Laboratório de Informática Conectado à Internet 64
23.9.2 Laboratório Específico – Práticas de Gestão 64
REFERÊNCIAS 66
ANEXOS - PUDs 69

DADOS DO CURSO

- **Identificação da Instituição de Ensino**

Nome: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - *Campus* Tabuleiro do Norte		
CNPJ: 10.744.098/0016-21		
Endereço: Rua Raimundo Noronha Chaves, 85, Zezito Freire		
Cidade: Tabuleiro do Norte	**UF:** CE	**Fone:** (85) 3401-2282
E-mail: gabinete.tabuleiro@ifce.edu.br	**Página institucional na internet:** https://portal.ifce.edu.br/campus/tabuleirodonorte/	

- **Informações gerais do curso**

Denominação	Curso Técnico em Vendas Subsequente ao Ensino Médio
Titulação conferida	Técnico em Vendas
Nível	(x) Médio ( ) Superior
Forma de articulação com o Ensino Médio	( ) Integrada ( ) Concomitante (x) Subsequente
Modalidade	(x) Presencial ( ) A distância
Duração	2 semestres
Periodicidade	Anual
Formas de ingresso	Processo seletivo, normatizado por Edital; Como transferido, segundo determinações publicadas em Edital; Como aluno especial, mediante solicitação
Número de vagas anuais	40
Turno de funcionamento	Noturno
Ano e semestre do início do funcionamento	2027.1
Carga horária dos componentes curriculares	800 h
Carga horária do estágio supervisionado	-
Carga horária total da prática profissional supervisionada	80h

Carga horária total do curso	800 h
Sistema de carga horária	01 crédito = 20h
Duração da hora-aula	60 min (50 minutos + 10 minutos de atividades não presenciais)

1 APRESENTAÇÃO

O Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Vendas Subsequente ao Ensino Médio, pertencente ao eixo tecnológico Gestão e Negócios do IFCE - *Campus* Tabuleiro do Norte, é resultado do diálogo institucional com as demandas locais em torno de um curso técnico adequado à dinamicidade da região e que atenda aos anseios empreendedores cada vez mais fortes no Vale do Jaguaribe.

O processo de criação do curso resulta de um estudo de potencialidades locais desenvolvido por equipe do *Campus* Tabuleiro do Norte (finalizado no ano de 2025), o que se deu a partir de: 1) pesquisa documental e levantamento de informações com instituições agentes de desenvolvimento, tais como Prefeitura Municipal de Tabuleiro do Norte, SEBRAE, Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará (ADECE), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre outras fontes oficiais; 2) levantamento de capacidades locais com foco em infraestrutura e recursos intelectuais; 3) consulta à comunidade acadêmica; 4) escuta ativa, geral e aberta à comunidade (que teve como uma de suas atividades a realização de grupo focal com representantes locais de comércios, instituições e lideranças regionais); 5) audiência pública para validação do relatório final do estudo.

A implantação do Curso Técnico em Vendas no IFCE *Campus* Tabuleiro do Norte visa oferecer uma formação de educação profissional, na forma de oferta subsequente, que articule trabalho, ciência, tecnologia e cultura na formação de um profissional técnico em vendas preparado para atuação exitosa no mundo do trabalho, de modo que os futuros profissionais sejam capacitados para atuar de forma técnica, crítica e reflexiva nos diversos contextos comerciais vivenciados na sociedade. A realização do curso permitirá ao egresso a continuidade dos estudos, sua inserção no mundo do trabalho ou melhoria de suas práticas profissionais.

Este projeto apresenta intensa articulação, por meio dos saberes amplamente desenvolvidos no IFCE *Campus* Tabuleiro do Norte, entre as perspectivas local, regional, nacional e global no que concerne à área de vendas. A proposta aqui apresentada está socialmente referenciada e habilita o futuro Técnico em Vendas a atuar em diferentes contextos, inclusive virtualmente, o que amplia suas possibilidades e perspectivas de trabalho.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) foi criado pela Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Contudo, a trajetória da Rede Federal no Brasil é anterior e remonta ao início do século XX, durante a presidência de Nilo Peçanha. Originada como instrumento político para atender camadas menos favorecidas, essa rede evoluiu até se consolidar como um conjunto abrangente de instituições federais voltadas à educação profissional e tecnológica, que hoje desempenham papel central na oferta de formação em múltiplos níveis e modalidades. Formam cidadãos aptos a contribuir em diversos setores, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional. Em suas atividades, atuam desde a Educação de Jovens e Adultos e o ensino técnico de nível médio até a pós-graduação, participando de programas de extensão, divulgação científica e tecnológica, pesquisa aplicada e produção cultural.

No Ceará, a história da instituição é centenária: teve início em 1909 como Escola de Aprendizes Artífices e passou por várias denominações — Liceu Industrial do Ceará (1941), Escola Técnica Federal do Ceará (1968), Centro Federal de Educação Profissional e Tecnológica do Ceará (1994) — até tornar-se Instituto Federal em 2008. Atualmente, a estrutura do IFCE compreende 33 campi, entre campi em funcionamento, em implantação ou em estágio avançado, além de um Polo de Inovação e da Reitoria, e exerce papel relevante na qualificação profissional, técnica e tecnológica. Vinculado ao Ministério da Educação, o IFCE é autarquia com autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar. A missão do IFCE é gerar, disseminar e aplicar conhecimentos científicos e tecnológicos, contribuindo de forma integral para a formação cidadã, ampliando a inserção social, política, cultural e ética dos seus estudantes.

O *campus* de **Tabuleiro do Norte** surgiu na segunda fase de expansão da rede federal iniciada em 2006. Em 9 de junho de 2008, o CEFET-CE recebeu autorização para criar uma Unidade de Ensino Descentralizada (UNED) em Limoeiro do Norte, que, alinhada aos arranjos produtivos locais e à identificação de parcerias, implantou os campi avançados de Tabuleiro do Norte, Morada Nova e Jaguaribe, consolidando-se como pólo regional. Com objetivo de crescimento rápido e sustentável e atento às especificidades regionais, o *campus* de Tabuleiro do Norte conquistou autonomia financeira e de planejamento, formalizada em abril de 2013 pela portaria nº 330, publicada no Diário Oficial da União, quando foi elevando à condição de *campus* convencional. Inspirado pelas potencialidades produtivas locais, o campus passou a ofertar, em 2013, os cursos técnicos subsequentes em Manutenção Automotiva e Petróleo e

Gás, que foram integrados ao ensino médio a partir de 2017. Ainda em 2017, introduziu o curso técnico subsequente em Soldagem, pioneiro no estado pelo IFCE. Atendendo à demanda regional pelo eixo de gestão e negócios, o campus iniciou, no segundo semestre de 2017, o curso técnico subsequente em Administração, motivado pelo dinamismo do setor de serviços e pela atividade metalmecânica local. Em 2023, diante da procura por formação flexível, foi lançada a versão à distância do Curso Técnico Subsequente em Administração, destinada a quem busca qualificação sem a disponibilidade para aulas presenciais integrais.

No segundo semestre de 2018, o campus ampliou seu escopo ao incorporar o eixo tecnológico Produção Cultural e Design, com o Curso Técnico Subsequente em Instrumento Musical, voltado à formação de profissionais para carreiras artísticas e acadêmicas na música. Essa iniciativa fortaleceu a cultura local, oferecendo aos jovens oportunidades de aprimoramento musical e contribuindo para a formação de mão de obra qualificada no setor cultural, com alcance regional e nacional. Na mesma época, o campus passou a oferecer a primeira pós-graduação gratuita em Tabuleiro do Norte, com o curso de Teoria, Metodologia e Práticas de Ensino, evidenciando sua capacidade de atender à formação docente na região.

O primeiro curso de graduação gratuito da cidade foi implantado em 2020: a Licenciatura em Letras Português/Inglês, voltada à formação de professores de línguas e ao atendimento da demanda por profissionais qualificados para o ensino de línguas estrangeiras, contribuindo para o desenvolvimento cultural e econômico local. Atendendo à crescente necessidade de profissionais em tecnologia da informação, o campus implementou, no segundo semestre de 2023, o Curso Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, com o propósito de preparar estudantes para os desafios da era digital, incluindo inovação, competitividade e soluções para problemas complexos como segurança cibernética e inteligência artificial.

Embora o campus tenha inicialmente priorizado o setor metalmecânico — coerente com a vocação de Tabuleiro do Norte, conhecida como “Terra dos Caminhoneiros” e situada em rota estratégica de transporte — essa orientação foi flexibilizada após análise regional e conjuntural, de modo a ampliar a missão institucional do IFCE. Essa estratégia mostrou-se acertada: o campus registra fluxo crescente de comunidade acadêmica, impulsionado pela ampliação de cursos, eventos e oportunidades para a população do Vale do Jaguaribe. Atualmente há cerca de **906 matrículas**, com potencial de expansão, além das centenas de vagas oferecidas semestralmente em cursos de Formação Inicial e Continuada (FICs), fortalecendo a atuação extensionista do IFCE. Em sua trajetória, mais de **11.000 alunos** já

foram atendidos pela unidade, dos quais mais de **5.000** concluíram com sucesso algum dos cursos oferecidos.

3 JUSTIFICATIVA PARA A CRIAÇÃO DO CURSO

Localizado na região leste do estado do Ceará, o município de Tabuleiro do Norte possui uma área territorial de 1.047,637km². Seu território faz divisa com os municípios de Limoeiro do Norte, Alto Santo, São João do Jaguaribe e com o estado do Rio Grande do Norte. No Censo 2022, sua população local era de 30.652 habitantes, dos quais cerca de 65,32% residem na zona urbana. Sua densidade demográfica é de 29,26 hab/km² (IBGE, 2022). O Produto Interno Bruto (PIB) per capita do município é de R$ 19.072,63, sendo os setores industriais e de serviços do município. A presença de instituições educacionais na região se faz necessária, considerando que 48,7% da população declarou não ter instrução ou possuir apenas o nível fundamental incompleto (IBGE, 2022).

Quanto aos aspectos de emprego do munícipio, de acordo com dados do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), em 2024 o município de Tabuleiro do Norte contava com 46,36% de seus trabalhadores formais empregados no comércio (IPECE, 2026), 28,93% no setor de serviços e os demais em atividades industriais de transformação, agropecuária, nos serviços industriais de utilidade pública, na construção civil e na administração pública.

O município de Tabuleiro do Norte é tradicionalmente conhecido como *Cidade dos Caminhoneiros*, considerando sua estratégica localização entre importantes estradas que favorecem o escoamento de produtos (TABULEIRO…, 2026). Esse contexto mobiliza a cidade em torno da constituição de diversos empreendimentos de assistência aos caminhoneiros, com destaque para as atividades metalúrgicas e mecânicas. Esse aquecimento da atividade metalmecânica destaca o município de Tabuleiro do Norte na região do Baixo Jaguaribe, de modo que sua contribuição para o setor tem proporcionado ao município sediar o Polo Multissetorial Metalmecânico do Vale do Jaguaribe:

> O Polo Multissetorial Metalmecânico do Vale do Jaguaribe é um cluster produtivo em formação, localizado no município de Tabuleiro do Norte, na Região do Vale do Jaguaribe. O projeto foi contemplado no Programa de Desenvolvimento Urbano de Polos Regionais no Ceará da Secretaria das Cidades e, atualmente, está em fase de obras sob a tutela da Companhia de Desenvolvimento do Ceará (CODECE). Sua localização é estratégica em escala regional e estadual, margeando a Rodovia BR116, de grande circulação, e inserido no eixo urbano de maior dinamismo no Vale do Jaguaribe. Almeja-se que o empreendimento seja capaz de estabelecer convergência entre os segmentos de transporte de cargas e serviços complementares, metalmecânico e logístico, consolidando-se como polo industrial e entreposto logístico. Além disso, o Polo Multissetorial será organizado com um centro empresarial, que abrigará um bloco para a

> administração do empreendimento, com escritório e recepção, bem como um centro de treinamento e capacitação, entre outras funcionalidades. Destaque-se que o empreendimento tem algumas características inovadoras. Em parte isso é devido ao seu caráter multissetorial e sinérgico (o empreendimento pode conseguir aglomerar atividades industriais, de serviços e comércio de maneira integrada). E em parte, devido ao sistema de gestão planejado, que vai estimular desde as primeiras empresas, a formação de um sistema de associação e comitês temáticos. Com a maturação do empreendimento, a gestão do polo poderá ser outorgada, paulatinamente, para os empresários (FIEC, 2021, p. 13).

As atividades decorrentes da tradição em torno dos serviços para caminhões em Tabuleiro do Norte rendem marcos institucionais, a exemplo da criação da Associação dos Caminhoneiros de Tabuleiro do Norte (ACATAN), que visa melhorias nas condições de trabalho dos caminhoneiros. Atualmente órgãos governamentais têm reconhecido o Arranjo Produtivo Local (APL) de Serviços de Manutenção e Reparação Automotiva de Tabuleiro do Norte e delineado o desenvolvimento preliminar desse APL (ADECE, 2022).

O município é dividido em três distritos: Tabuleiro do Norte (Sede), Olho D'Água da Bica e Peixe Gordo. O distrito de Olho D'Água da Bica tem relevância no cenário de turismo religioso no estado por sediar a terceira maior romaria do Ceará, a de Nossa Senhora da Saúde. As festividades acontecem durante o mês de agosto e levam milhares de fiéis ao distrito para vivenciar momentos de devoção, missas e a tradicional caminhada, celebrando a padroeira com forte apoio local.

Outro evento que há 31 anos faz parte do calendário cultural da região e reforça a identidade local de *Terra dos Caminhoneiros* é o Festival dos Caminhoneiros, promovido pela ACATAN, que reúne milhares de visitantes anualmente. No ano de 2025, paralelamente ao evento, também ocorreu a Feira Nordeste Transporte & Logística.

As informações levantadas apontam para uma tradição empreendedora na região (que se manifesta nos empreendimentos formais e nas iniciativas de comercialização local também nas feiras e eventos culturais). Considerando ser o IFCE - *Campus* Tabuleiro do Norte a única instituição pública de ensino superior do município, sua atuação em torno da educação profissional e do atendimento às demandas dos cidadãos, do mercado e da sociedade tornam-se essenciais para o desenvolvimento sustentável local e regional.

Por meio do ensino, pesquisa e extensão, a unidade apresenta respostas ao contexto de demandas locais, considerando os eixos tecnológicos vivenciados no *campus*: Gestão e Negócios, Produção Industrial, Controle e Processos Industriais e Produção Cultural e Design. Apesar de o município contar com escolas estaduais de educação profissional, os cursos

técnicos na região voltados à área de Gestão e Negócios (e posteriormente sua verticalização para cursos superiores) continuam a ser demandados pelos locais, conforme resultado do Estudo de Potencialidades realizado pelo IFCE.

Dessa forma, o Curso Técnico em Vendas Subsequente ao Ensino Médio se apresenta no eixo tecnológico Gestão e Negócios de forma a preencher a lacuna de formação técnica voltado ao comércio, proporcionando a oferta de mão de obra qualificada para toda a região. A oferta na modalidade subsequente visa a elevação da qualidade dos serviços prestados e almejados pela sociedade, o que se dá a partir da formação de Técnicos em Vendas apropriados de conhecimentos gerais, científicos e tecnológicos, capazes de impulsionar o desenvolvimento econômico da região de modo articulado aos processos de democratização e justiça social.

4 FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

- Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB).
- Decreto nº 5154/2004 de 23 de julho de 2004 que estabelece as diretrizes curriculares Nacional para Educação profissional e tecnológica e dá outras providências.
- Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais (Libras), e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000.
- Lei nº 11.741/2008. Altera dispositivos da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para redimensionar, institucionalizar e integrar as ações da educação profissional técnica de nível médio, da educação de jovens e adultos e da educação profissional e tecnológica.
- Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria o Instituto Federal do Ceará e dá outras providências.
- Lei nº 11.645, de 10 de março de 2008. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática “História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena”.
- Decreto nº 12.686, de 20 de outubro de 2025. Institui a Política Nacional de Educação Especial Inclusiva e a Rede Nacional de Educação Especial Inclusiva.
- Resolução CNE/CP nº 01, de 17 de junho de 2004. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura AfroBrasileira e Africana.
- Resolução CNE/CP nº 01, de 30 de maio de 2012. Estabelece as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.
- Resolução CNE/CP nº 02, de 15 de junho de 2012. Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental.
- Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.
- Resolução CNE/CES nº 03, de 2 de julho de 2007. Dispõe sobre procedimentos a serem adotados quanto ao conceito de hora-aula, e dá outras providências.

- Resolução CNE/CEB n° 02, de 15 de dezembro de 2020. Aprova a quarta edição do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos.
- Resolução n° 01, de 05 de janeiro de 2021. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica.
- Resolução CONSUP nº 11, de 21 de fevereiro de 2022. Aprova a normatização da Prática Profissional Supervisionada (PPS) da educação profissional técnica de nível médio e dos cursos de especialização técnica de nível médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE.
- Resolução Consup que aprova o Regulamento de Organização Didática (ROD).
- Resolução Consup nº 39, de 22 de agosto de 2016, que aprova a Regulamentação das Atividades Docentes (RAD) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE.
- Resolução Consup do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do IFCE.
- Resolução Consup do Projeto Político Pedagógico Institucional (PPPI do IFCE.
- Resolução Consup/IFCE n° 100/2017, de 27 de setembro de 2017, que aprova o regulamento para criação, suspensão de oferta de novas turmas, reabertura e extinção de cursos do IFCE.
- Resolução Consup que estabelece o Manual de elaboração de Projetos Pedagógicos.
- Resolução Consup que aprova o Regulamento do Estágio Supervisionado no Instituto Federal do Ceará – IFCE.
- Nota Técnica vigente que trata do alinhamento das matrizes dos cursos técnicos e de graduação.
- Manual de Estágio do IFCE.
- Tabela de Perfil Docente do IFCE.
- Resolução n° 75, de 13 de agosto de 2018, que organiza o funcionamento do Colegiado de cursos no IFCE.
- Instrução normativa IFCE / IFCE Nº 16, de 07 de Julho de 2023. Dispõe sobre procedimentos para o cumprimento da carga horária das aulas em horas-relógio, pelas disciplinas dos cursos técnicos e de graduação ofertados no turno noturno, na forma presencial no Instituto Federal de Educação do Ceará (IFCE).
- Instrução Normativa PROEN/IFCE Nº 26, de 16 de setembro de 2024. Dispõe sobre as atribuições das coordenadorias de cursos técnicos e de graduação no âmbito do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE.

- Resolução CONSUP/IFCE Nº 340, de 29 de agosto de 2025, que regulamenta os procedimentos para identificação, acompanhamento e realização do Plano Educacional Individualizado de Acessibilidade Curricular (PEI-AC) do IFCE.

5 OBJETIVOS DO CURSO

5.1 OBJETIVO GERAL

Proporcionar uma formação profissional integrada e holística, na forma de oferta subsequente, que articule trabalho, ciência, tecnologia e cultura, visando ao desenvolvimento de competências e habilidades pessoais, técnicas e éticas, de modo a preparar o discente para atuar de forma crítica, autônoma, empreendedora e sustentável na área de vendas, com capacidade de compreender a realidade regional, integrar teoria e prática e contribuir para a transformação social por meio do trabalho como princípio educativo.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O curso Técnicos em Vendas, de nível médio, tem como objetivos específicos:

- Proporcionar formação técnica e prática para a atuação profissional em empresas de comércio atacadista, varejista e digital, bem como para o empreendedorismo e a representação comercial autônoma;
- Desenvolver competências de liderança situacional, trabalho em equipe e tomada de decisões frente a cenários mercadológicos dinâmicos;
- Capacitar os estudantes para a identificação e segmentação de perfis de clientes, aprimorando o relacionamento interpessoal e a abordagem comercial;
- Habilitar para a análise e o direcionamento de produtos e serviços aos canais de distribuição e formatos de venda mais adequados;
- Instrumentalizar os futuros técnicos no domínio das etapas do processo de vendas, desde a preparação e demonstração até a efetivação e o fechamento do negócio;
- Ensinar princípios de organização, funcionalidade, estética e criatividade aplicados aos pontos e ambientes de venda;
- Qualificar para o suporte ao cliente, promovendo práticas estruturadas de retenção, fidelização e atendimento de pós-venda;
- Capacitar para a prospecção ativa de clientes e a gestão sistemática de carteiras comerciais e cadastros;
- Desenvolver a capacidade analítica para pesquisa e coleta de informações estratégicas sobre o mercado e a concorrência;

- Promover uma postura profissional pautada na ética, tenacidade comercial, poder de persuasão e capacidade de negociação;
- Estimular o pensamento analítico, o planejamento estratégico e a organização das rotinas e fluxos de trabalho comercial;
- Aprimorar a comunicação oral e escrita aplicada à redação comercial, negociação e apresentações corporativas.
- Fomentar a resiliência profissional e a habilidade para atuar cooperativamente sob pressão e em situações imprevistas.

6 FORMAS DE INGRESSO

O ingresso ao curso se dará por meio do Processo Seletivo, sob responsabilidade da Pró-Reitoria de Ensino (Proen), por meio do Departamento de Ingressos, do IFCE, normatizado por edital público. No caso de não preenchimento das vagas ofertadas por meio dos processos seletivos, o *campus* poderá realizar processo seletivo complementar, desde que haja a anuência da Proen. Outras formas de acesso previstas são:

- ✓ Como diplomado ou transferido, segundo determinações publicadas em edital;
- ✓ Como aluno especial, mediante solicitação, conforme preconiza o Regulamento de Orientação Didática (ROD) do IFCE.

Para o acesso ao curso Técnico em Vendas, na modalidade Subsequente, o candidato deverá ter concluído o Ensino Médio. Serão ofertadas anualmente 40 vagas no período noturno. Faz-se necessário reforçar que o processo seletivo não exigirá dos candidatos competências e habilidades específicas do curso.

7 ÁREAS DE ATUAÇÃO

O profissional egresso do Curso Técnico em Vendas atua no eixo tecnológico de Gestão e Negócios, desenvolvendo atividades relacionadas à comercialização de produtos (bens e serviços) em diferentes segmentos econômicos. Sua inserção no mundo do trabalho pode ocorrer em organizações públicas, privadas e do terceiro setor, abrangendo empresas do comércio varejista e atacadista, indústrias, prestadoras de serviços, instituições financeiras, startups e, ainda, de forma autônoma empreendendo na área de vendas. Sua atuação pode ocorrer tanto em estruturas presenciais quanto em plataformas virtuais de comercialização, acompanhando as transformações tecnológicas e mercadológicas contemporâneas.

Entre os principais campos para sua atuação profissional destacam-se as áreas de:

- Atendimento ao cliente;
- Vendas internas e externas;
- Representação comercial;
- Marketing comercial;
- Comércio eletrônico e digital (e-commerce e redes sociais);
- Televendas;
- Relacionamento com clientes e pós-venda;
- Suporte às equipes comerciais;
- Planejamento de estratégias de vendas;
- Organização do ambiente comercial e;
- Análise de mercado.

Além disso, a formação técnica possibilita mobilidade profissional e continuidade de estudos, favorecendo itinerários formativos em cursos superiores das áreas de Administração, Marketing, Gestão Comercial e áreas correlatas, em consonância com a perspectiva de verticalização da educação profissional prevista pelo CNCT.

8 PERFIL ESPERADO DO FUTURO PROFISSIONAL

Em consonância com as Diretrizes da Educação Profissional Técnica de Nível Médio, o perfil profissional articula formação técnica e formação cidadã, preparando o estudante para o mundo do trabalho e para o exercício consciente de sua função social, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social em âmbito local e regional, com base na valorização da diversidade humana e na adoção de condições formativas acessíveis às diferentes necessidades dos estudantes.

No exercício de suas atividades profissionais, o Técnico em Vendas poderá desenvolver funções relacionadas ao planejamento, execução e acompanhamento dos processos comerciais das organizações. Entre suas principais atividades, destacam-se o atendimento e a identificação das necessidades dos clientes; a apresentação e comercialização de produtos e serviços; a prospecção de novos clientes e o acompanhamento da carteira de clientes; a organização e atualização de informações comerciais; a execução de ações de relacionamento, fidelização e pós-venda; e o apoio ao planejamento e à implementação de estratégias de vendas.

O profissional poderá ainda atuar na identificação dos canais de venda mais adequados aos produtos, serviços e públicos atendidos; acompanhar práticas da concorrência e tendências de mercado; colaborar na análise de informações e indicadores comerciais; organizar ambientes e pontos de venda; apoiar ações de promoção e merchandising; e utilizar ferramentas digitais aplicadas ao relacionamento com clientes e à comercialização de produtos e serviços, inclusive em ambientes de comércio eletrônico e redes sociais.

De acordo com a natureza e a estrutura da organização em que estiver inserido, poderá desempenhar atividades de vendas internas e externas, atendimento presencial ou por meios digitais, televendas, representação comercial, promoção de vendas e suporte às equipes comerciais, além de desenvolver atividades de forma autônoma ou empreendedora na área de vendas. Em sua atuação, deverá observar princípios éticos, legislação aplicável, respeito à diversidade, qualidade no atendimento e orientação para as necessidades dos clientes.

Dentre as funções que poderão ser desempenhadas pelo egresso, destacam-se:

- realizar atendimento, negociação e venda de produtos e serviços em ambientes físicos e digitais;
- identificar necessidades, perfis e características dos clientes;
- prospectar novos clientes e apoiar a gestão da carteira de clientes;
- realizar ações de relacionamento, fidelização e pós-venda;

- coletar e organizar informações sobre mercado, clientes e concorrentes;
- apoiar o planejamento e a execução de estratégias e ações comerciais;
- identificar e utilizar diferentes canais de comercialização;
- organizar pontos e ambientes de venda, contribuindo para exposição e promoção dos produtos;
- acompanhar informações e indicadores relacionados ao desempenho comercial;
- utilizar ferramentas digitais para vendas, atendimento e gestão de informações de clientes;
- prestar suporte às equipes comerciais e às rotinas da área de vendas;
- atuar em vendas internas e externas, representação comercial, promoção de vendas, televendas e comércio eletrônico.

9 METODOLOGIA

9.1 METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO E APRENDIZAGEM

O processo de ensino e aprendizagem fundamenta-se em uma abordagem predominantemente prática, contextualizada e interdisciplinar, tendo como referência situações reais do ambiente profissional da área de vendas. As metodologias adotadas colocam o estudante como sujeito ativo da aprendizagem, promovendo a integração entre teoria e prática desde o início do curso.

A interdisciplinaridade é garantida por meio da articulação entre os componentes curriculares, especialmente nas atividades práticas, conforme descrito nos Programas de Unidades Didáticas (PUDs), permitindo ao estudante compreender o processo de vendas de forma sistêmica. A articulação teórico-prática ocorre de maneira contínua, por meio da problematização de situações reais, estudos de caso, simulações e vivências práticas.

A flexibilidade curricular manifesta-se na organização dos componentes curriculares, na adoção de estratégias pedagógicas diversificadas e na utilização complementar de atividades mediadas por tecnologias digitais, respeitando o limite legal de até 20% da carga horária. A acessibilidade pedagógica e atitudinal é assegurada pela adoção de práticas inclusivas, respeito à diversidade, adequação de materiais e metodologias e eliminação de barreiras no processo educativo.

As metodologias que serão adotadas por nossa instituição nos processos de ensino-aprendizagem se tornam abrangentes por acionarem concepções de educação e teorias da aprendizagem que guardam distinções entre si, mas que são de grande relevância para contextos educacionais complexos e diversificados. Essas concepções e teorias, quando são apropriadas e acionadas de forma articulada pela comunidade escolar, especialmente pelos profissionais diretamente ligados ao ensino, aumentam as possibilidades de ações qualificadas para diferentes circunstâncias educacionais e de aprendizagem. Tais metodologias estão apoiadas na perspectiva da Formação Humana Integral, no Cognitivismo/Construtivismo, no Humanismo e nos Quatros Pilares da Educação do Século XXI. Essas perspectivas, guardam um núcleo comum: a adoção de metodologias ativas para que se materializem nos diversos contextos educativos.

9.1.1 Formação Humana Integral

A formação humana integral está presente nas legislações e normativas de criação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. De acordo com Ciavatta (2005, p.85), a Formação Humana Integral é a concepção de educação que parte do pressuposto de que a:

> formação integrada sugere superar o ser humano dividido historicamente pela divisão social do trabalho entre a ação de executar e a ação de pensar, dirigir ou planejar. Trata-se de superar a redução da preparação para o trabalho ao seu aspecto operacional, simplificado, escoimado dos conhecimentos que estão na sua gênese científico-tecnológica e na sua apropriação histórico-social. Como formação humana, o que se busca é garantir ao adolescente, ao jovem e ao adulto trabalhador o direito a uma formação completa para a leitura do mundo e para a atuação como cidadão pertencente a um país, integrado dignamente à sua sociedade política. Formação que, nesse sentido, supõe a compreensão das relações sociais subjacentes a todos os fenômenos.

Para Moura (2007, p. 22), a perspectiva da Formação Humana Integral está pautada nos seguintes eixos norteadores: homens e mulheres como seres histórico-sociais; trabalho como princípio educativo; a pesquisa científica como princípio pedagógico; a realidade concreta como uma totalidade, como uma síntese das múltiplas relações; trabalho, ciência, tecnologia e cultura como categorias indissociáveis da formação humana. Para o referido autor,

> compreende-se que uma prática pedagógica significativa decorre da necessidade de uma reflexão sobre o mundo do trabalho, da cultura desse trabalho, das correlações de força existentes, dos saberes construídos a partir do trabalho e das relações sociais que se estabelecem na produção.

A perspectiva de Formação Humana Integral concebe o Currículo Integrado como forma de organização curricular. Alguns princípios podem orientar a organização de um currículo integrado: a contextualização, a interdisciplinaridade e o compromisso com a transformação social, conforme prerrogativa de Araújo e Frigotto (2015, p. 69-70),

> A contextualização pressupõe, na perspectiva aqui trabalhada, a íntima articulação dos conteúdos formativos com a realidade social e com os projetos políticos dos trabalhadores e de suas organizações sociais. Pistrak (2009) compreendia que a realidade social se constituiria como ponto de partida para os currículos integrados e a realidade social transformada como ponto de chegada.
>
> A interdisciplinaridade é compreendida como o princípio da máxima exploração das potencialidades de cada ciência, da compreensão dos seus limites, mas, acima de tudo, como o princípio da diversidade e da criatividade (ETGES apud BIANCHETTI; JANTSCH, 1995). Para esse autor, a interdisciplinaridade não toma a fragmentação disciplinar como uma patologia. Esse conceito de interdisciplinaridade pressupõe que é, na totalidade dinâmica, que os construtos particulares se fazem verdade. Para Pistrak (2009), a dificuldade da ação interdisciplinar é que cada disciplina toma seus objetivos específicos como os mais importantes, em vez de

> subordinar-se a um objetivo geral já que, na escola, cada '[...] ciência deve ser ensinada apenas como meio de conhecer e de transformar a realidade de acordo com os objetivos gerais da escola'.

Em termos metodológicos, a materialização dessa perspectiva, segundo Araújo e Frigotto (2015), dar-se-á através: 1. Da valorização de atividades de problematização como estratégias de promoção da autonomia; 2. Do trabalho colaborativo como estratégia de trabalho pedagógico; 3. Da tarefa de promover a auto-organização dos estudantes.

Nessa abordagem, o protagonismo e a mediação dos educadores são fundamentais para consolidar o processo participativo em que o aluno possa desempenhar papel ativo de construtor do seu próprio conhecimento.

Adota-se essa perspectiva devido ao consenso do sujeito que se pretende formar: um indivíduo crítico, autônomo, capaz de trabalhar coletivamente e desenvolver sua capacidade criativa a partir das representações e significados políticos e sociais. Um indivíduo que compreenda a sociedade globalizada e que se paute em valores fraternos de promoção da equidade e da solidariedade. Compreende-se que os principais interlocutores são os estudantes de origem popular, juntamente com a comunidade escolar e seus agentes pedagógicos, assim como a comunidade local.

9.1.2 Construtivismo

O construtivismo é uma teoria que admite o ser humano como ser construtor do seu próprio conhecimento e essa construção se dá por meio do uso de sua capacidade de pensar e da sua interação com o meio. Dessa forma, essa concepção critica o pensamento tradicional positivista.

O positivismo trouxe grandes contribuições para a construção do conhecimento científico ao se afastar de explicações puramente especulativas, utilizando instrumentos de pesquisa empírica. Porém, deu muita ênfase ao objeto externo e operacional, não levando em consideração os aspectos subjetivos e não observáveis da conduta humana.

Moreira (1999, p.15), define o construtivismo como:

> uma posição filosófica cognitivista interpretacionista. Cognitivista porque se ocupa com a cognição, de como o indivíduo conhece, de como ele constrói sua estrutura cognitiva. Interpretacionista porque supõe que os eventos e objetos são interpretados pelo sujeito cognoscente. O ser humano tem a capacidade criativa de interpretar e representar o mundo, não somente de responder a ele. [...]
> No ensino esta postura implica deixar de ver o aluno como um receptor de conhecimentos, não importando como os armazena e organiza em sua mente.

> Ele passa a ser considerado agente de uma construção que é a sua própria estrutura cognitiva [...].

Entende-se que é desafiante a adoção dessa perspectiva, porém a oferta de uma educação de qualidade perpassa pela promoção de sujeitos ativos em seu processo de ensino aprendizagem.

9.1.3 Humanismo

A perspectiva humanista de educação compreende que a educação deve ser "centrada na pessoa", na busca por autor realização e crescimento pessoal por parte do sujeito aprendente. Para Moreira (1999, p.16),

> A filosofia humanista vê o ser que aprende, primordialmente, como pessoa. O importante é a auto-realização da pessoa, seu crescimento. O aprendiz é visto como um todo – sentimentos, pensamentos e ações – não só intelecto. Neste enfoque a aprendizagem não se limita a um aumento de conhecimentos [...] Não tem sentido falar do comportamento ou da cognição sem considerar o domínio afetivo, os sentimentos do aprendiz. Ele é pessoa e as pessoas pensam sentem e fazem coisas integralmente.

A escola, de uma maneira geral, enfatiza a abordagem comportamentalista que se pauta na relação estímulo-resposta. Compreende-se que a exacerbação da utilização desse tipo de abordagem não propicia a promoção de sujeito críticos e autônomos.

Segundo Moreira (1999, p.140), "[...] nesta perspectiva, a atenção volta-se para eventos observáveis e mensuráveis no mundo exterior ao indivíduo; esta ênfase no ambiente objetivo, por sua vez, provê uma base para o estudo de manipulações que produzem mudanças comportamentais".

Não descartando esse tipo de abordagem, compreende-se que a sua adoção não promove, necessariamente, mudanças profundas, conscientes e duradouras. Dessa forma, através da perspectiva humanista, tenta-se englobar e transcender, como defende o autor supracitado, os três tipos gerais de aprendizagem: a cognitiva, a afetiva e a psicomotora.

9.1.4 Os Quatro Pilares da Educação para o século XXI

Os Quatro Pilares da Educação para o século XXI são fundamentos para a educação apresentados no Relatório da Unesco, redigido pela Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI, coordenada por Jacques Delors. O relatório defende uma educação

direcionada para quatro tipos de aprendizagem: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver juntos e aprender a ser. De acordo com a UNESCO (1998, p. 89-90),

> Para poder dar resposta ao conjunto das suas missões, a educação deve organizar-se em torno de quatro aprendizagens 89 fundamentais que, ao longo de toda a vida, serão de algum modo para cada indivíduo, os pilares do conhecimento: aprender a conhecer, isto é adquirir os instrumentos da compreensão; aprender a fazer, para poder agir sobre o meio envolvente; aprender a viver juntos, a fim de participar e cooperar com os outros em todas as atividades humanas; finalmente aprender a ser, via essencial que integra as três precedentes. É claro que estas quatro vias do saber constituem apenas uma, dado que existem entre elas múltiplos pontos de contato, de relacionamento e de permuta.

De acordo com o referido relatório, “aprender a conhecer” e “aprender a fazer” são aprendizagens que estão intrinsecamente ligadas. E esta última, em especial, é uma aprendizagem que está relacionada à formação profissional, a como “adaptar a educação ao trabalho futuro”.

Sabe-se que as formulações curriculares são uma síntese de interesses, objetivos e concepções de educação, algumas delas conflitantes entre si. A referida proposta não foge desses conflitos, mesmo sabendo que será um desafio materializar tais perspectivas metodológicas aqui apresentadas.

9.2 TÉCNICAS E ATIVIDADES DE ENSINO-APRENDIZAGEM

As atividades didáticas priorizam metodologias práticas e inovadoras, alinhadas à formação profissional, tais como:

i. Estudos de caso baseados em empresas e contextos reais de vendas;

ii. Simulações de atendimento ao cliente, negociação, vendas consultivas e pós-venda;

iii. Oficinas práticas e laboratórios de práticas comerciais

iv. Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP)

v. Aprendizagem Baseada em Projetos, com possibilidade de desenvolvimento de projetos integradores;

vi. Jogos empresariais, dinâmicas de grupo e role play;

vii. Análise de indicadores comerciais e resultados de vendas;

viii. Avaliações integradas entre componentes curriculares;

ix. Organizações de eventos acadêmicos (Feira de Negócios);

x. Visitas técnicas que integrem um ou mais componentes curriculares;

xi. Debates, roda de conversa e seminários em sala ou ambientes institucionais que proporcionem vivências práticas;

xii. Atividades práticas e teóricas individuais e em grupo;

xiii. Observação, descrição e reprodução de fenômenos;

xiv. Experimentação e construção de experimentos, protótipos entre outros;

xv. Utilização de ferramentas de tecnologia da informação e comunicação para execução prática de atividades e trabalhos;

xvi. Elaboração de relatórios; e

xvii. Produção de artigos científicos.

É válido destacar ainda que as aulas práticas de laboratório são essenciais para que o aluno possa compreender melhor os conhecimentos técnicos científicos propostos pelo curso. Portanto, o contato do aluno com a prática deve ser planejado previamente, considerando os diferentes níveis de profundidade e complexidade dos conteúdos envolvidos, tipo de atividade, competências e objetivos que se pretende alcançar. Essas estratégias possibilitam o desenvolvimento das competências técnicas, cognitivas e socioemocionais previstas no perfil do egresso, fortalecendo a relação entre a formação acadêmica e o mundo do trabalho.

9.3 NÚCLEOS DA MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular do curso está estruturada em núcleos formativos, conforme a concepção da Educação Profissional e Tecnológica dos Institutos Federais:

- Núcleo Básico: contempla componentes curriculares que contribuem para a formação geral do estudante, como Comunicação e Expressão, Informática e Tecnologias, Matemática Comercial, Direito do Consumidor e Inglês Instrumental.
- Núcleo Tecnológico: concentra os conhecimentos específicos da área de vendas, incluindo: Marketing, Negociação e Atendimento ao Cliente, Gestão de Equipes, Operação de Caixa, Empreendedorismo e Criatividade, Gestão de Pontos de Venda, Gestão da logística, produção e qualidade, Formação de Preços e Gestão de Projetos, Eventos e Merchandising.
- Núcleo de Disciplinas Optativas: Artes, Educação Física e Libras.

A organização em núcleos garante a integralização curricular, a progressão formativa e a coerência entre os objetivos do curso e o perfil profissional do egresso.

9.4 COERÊNCIA ENTRE PROPOSTA PEDAGÓGICA E EXECUÇÃO DAS DISCIPLINAS

Para assegurar a coerência entre o que se propõe no PPC e o que será executado nas disciplinas, serão elaborados planos de ensino alinhados às competências profissionais, aos objetivos do curso, programação do PUD e à carga horária presencial e a distância. As atividades mediadas por tecnologias digitais, quando previstas, terão planejamento específico, acompanhamento docente, registro de participação e avaliação compatível com os objetivos de aprendizagem.

9.5 USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TICS)

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) serão utilizadas como ferramentas complementares ao ensino presencial e a distância, apoiando o desenvolvimento das atividades práticas e teóricas. Serão utilizados recursos multimídia, plataformas colaborativas, simuladores, fóruns de discussão e ferramentas digitais aplicadas à área de vendas, ampliando as possibilidades de interação e aprendizagem.

9.6 ESTRATÉGIAS DE APOIO E ACOMPANHAMENTO AOS DISCENTES

O curso prevê estratégias sistemáticas de apoio e acompanhamento aos estudantes, tais como:

I Monitorias presenciais e/ou mediadas por tecnologias;

II Atividades de nivelamento, especialmente nos componentes básicos;

III Letramento e numeramento: oferta de disciplina de reposição/revisão de conhecimentos básicos do Ensino Fundamental;

IV Atendimento pedagógico individualizado;

V Acompanhamento do desempenho acadêmico e da frequência;

VI Orientação acadêmica e profissional, em consonância com as políticas institucionais do IF.

9.7 EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Deverão ser implementadas estratégias didático-pedagógicas para garantir a abordagem de conteúdos pertinentes às políticas de educação ambiental, de educação em direitos humanos,

de educação das relações étnico-raciais, de promoção da equidade de gênero e do respeito à diversidade sexual, bem como ao ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena (Leis nº 10.639/2003 e nº 11.645/2008), além da educação especial inclusiva (Decreto nº 12.686/2025).

O Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas (NEABI) promove ações que envolvem questões de diversidade étnico-racial. O Núcleo de Gênero e Diversidade Sexual (NUGEDS) desenvolve iniciativas voltadas à equidade de gênero e ao respeito à diversidade sexual, enquanto o Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE) atua no fortalecimento da inclusão, da acessibilidade e do apoio educacional especializado. Assim, para uma maior efetividade da aplicação das legislações supracitadas, a instituição deverá fomentar o fortalecimento da articulação entre o curso e os núcleos NEABI, NUGEDS e NAPNE, visando à promoção de ações formativas, eventos e projetos que contribuam para a efetivação das diretrizes legais no âmbito do curso.

As estratégias didático-pedagógicas do curso asseguram a abordagem transversal e integrada de conteúdos relacionados à educação ambiental, educação em direitos humanos e educação das relações étnico-raciais. Essas temáticas serão trabalhadas de forma prática e contextualizada, por meio de estudos de caso, debates, análise de situações do cotidiano profissional e ações educativas alinhadas às políticas institucionais dos Institutos Federais.

9.8 ATENDIMENTO EDUCACIONAL ESPECIALIZADO

A Instituição deverá promover a inclusão adequada de alunos e servidores com necessidades específicas no cotidiano escolar. Para tanto, é necessário fomentar a implementação e o fortalecimento do Núcleo de Acessibilidade às Pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE).

Serão assegurados atendimentos educacionais especializados aos estudantes com deficiência e/ou necessidades educacionais específicas, em conformidade com a legislação vigente e com as políticas de inclusão do Instituto Federal. As ações incluem tradução e interpretação em Libras, materiais didáticos acessíveis, recursos de tecnologia assistiva, descrição de conteúdos, adaptações metodológicas e avaliações diferenciadas, garantindo a equidade no processo de ensino e aprendizagem.

9.9 ATIVIDADES NÃO PRESENCIAIS

As atividades não presenciais voltadas à complementação da carga horária em horas-relógio no turno noturno serão desenvolvidas em estrita observância à Instrução Normativa IFCE nº 16/2023, que regulamenta a integralização da hora-aula de 50 minutos para a hora-relógio de 60 minutos mediante o acréscimo de 10 minutos de atividades pedagógicas supervisionadas por aula em cada componente curricular. Essas atividades têm finalidade didático-pedagógica articulada aos conteúdos programáticos e serão planejadas pelos docentes para execução individual ou coletiva pelos estudantes.

No âmbito do curso, o desenvolvimento dessas práticas abrangerá leituras orientadas, análises críticas, resenhas, fichamentos, listas de exercícios, questionários, estudos dirigidos, estudos de caso, elaboração de relatórios técnicos, trabalhos de pesquisa, seminários e resolução de situações-problema aplicadas à área comercial.

Operacionalmente, as aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

10 ESTRUTURA CURRICULAR

10.1 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Vendas tem como princípio orientador a promoção da inclusão social dos estudantes, fundamentada no desenvolvimento de sua formação técnica e de uma formação geral que lhes permita compreender e atuar de forma proativa, democrática e crítica no contexto sociocultural e político em que estão inseridos. Dessa maneira, busca-se preparar o educando tanto para o exercício da cidadania quanto para sua inserção em ambientes produtivos.

Nessa perspectiva, o currículo do IFCE é estruturado a partir de atividades multidisciplinares que favorecem a construção do conhecimento, a aprendizagem significativa e o desenvolvimento da autonomia intelectual e da proatividade dos estudantes, considerando as demandas sociais e as exigências do mundo do trabalho.

A organização curricular do Curso Técnico em Vendas está em conformidade com as normas legais e pedagógicas vigentes, observando as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio e para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, os Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio, os Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional, o Decreto nº 5.154/2004, além das diretrizes estabelecidas no ROD do IFCE e nos Procedimentos Internos definidos pelo *Campus*.

O curso está estruturado em uma matriz curricular constituída pelos seguintes componentes curriculares: Marketing (80h), Negociação e Atendimento ao Cliente (80h), Gestão de Equipes (80h), Comunicação e Expressão (40h), Operação de Caixa (40h), Informática e Tecnologias (40h), Matemática Comercial (40h), Empreendedorismo e Criatividade (80h), Gestão de Pontos de Venda (80h), Direito do Consumidor (40h), Inglês Instrumental (40h), Gestão da Logística, Produção e Qualidade (80h), Formação de Preços (40h), Gestão de Projetos, Eventos e Merchandising (40h), Artes (40h), Educação Física (40h) e Libras (40h).

A formação dos estudantes é estruturada de modo a integrar, de forma indissociável, a capacitação geral e técnica, assegurando que o educando se torne plenamente preparado para a vida em sociedade e para o mundo do trabalho. Esse processo contempla tanto o domínio de conhecimentos teóricos quanto a aplicação prática, promovendo o desenvolvimento de competências que possibilitam a mobilização de múltiplas habilidades. Dessa forma, o discente

é estimulado a realizar atividades de maneira autônoma, eficaz e inovadora, consolidando sua capacidade de atuação crítica e criativa nos diferentes contextos em que estiver inserido.

O Curso Técnico em Vendas terá duração de um ano e será estruturado a partir de uma base sólida de conhecimentos científicos, tecnológicos e humanísticos, totalizando uma carga horária de 800 horas-aula de componentes curriculares. Na proposta deste curso foi utilizada a conversão das horas-aula de 50 (cinquenta) minutos para 60 (sessenta) minutos, por se tratar de curso noturno a ser integralizado em dois semestres. Os procedimentos para a referida conversão seguiram o que prevê a Instrução Normativa IFCE nº 16, de 07 de julho de 2023, que trata sobre procedimentos para o cumprimento da carga horária das aulas em horas-relógio, pelos componentes curriculares dos cursos técnicos oferecidos no turno noturno e na forma presencial, no Instituto Federal de Educação do Ceará (IFCE):

> Art. 6º Nos cursos noturnos do IFCE, quando o tempo efetivo de duração de aula das disciplinas da matriz curricular obedecer a horarelógio no total de 60 (sessenta) minutos, 50 (cinquenta) minutos serão destinados à realização de aulas presenciais com a participação de aluno e professor, enquanto que os 10 (dez) minutos adicionais serão cumpridos por discente e docente, por meio de atividades não presenciais.
> §1º. Para fins de atendimento ao que dispõe esta Instrução Normativa, as atividades não presenciais são atividades pedagógicas desenvolvidas pelos estudantes sob a orientação e acompanhamento do professor.
> §2º. As atividades não presenciais devem fazer parte da metodologia de ensino do curso e podem fazer parte do processo de avaliação da aprendizagem da disciplina.
> Art. 7º As atividades não presenciais devem ser planejadas pelo professor da disciplina, podendo a execução ser feita pelos alunos de forma individual e/ou em grupo.
> §1º São exemplos de atividades não presenciais: a) Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos; b) Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos; c) Estudos de caso, relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.
> §2º Em consonância com o Regulamento de Organização Didática do IFCE (ROD), é vedada a realização de atividades não presenciais para fins de reposição de atividades acadêmicas presenciais, inclusive aulas.
> §3º As atividades não presenciais de cada disciplina não devem ser contabilizadas como "atividades complementares".
> §4º Será permitida a implementação de atividades não presenciais na prática profissional supervisionada somente quando estiver prevista no PPC como disciplina e como parte da carga horária total de disciplinas da matriz curricular dos cursos.
> §5º As atividades não presenciais de que trata esta Instrução Normativa não estão relacionadas aos cursos técnicos ofertados na forma presencial com carga horária de até 20% (vinte por cento) a distância e nem aos cursos de graduação ofertados na forma presencial com carga horária de até 40% (quarenta por cento) a distância. Os procedimentos para oferta desses cursos em específico, seguem normas específicas.

Considerando as cargas horárias das disciplinas organizadas na matriz curricular, que são de 40h ou 80h, os registros de aulas indicados nos PUDs indicarão os quantitativos de aulas presenciais (respectivamente 40 ou 80) e a quantidade de aulas referentes às atividades não presenciais (respectivamente 8 ou 16), de acordo com o que orienta a Instrução Normativa IFCE Nº 16, de 07 de Julho de 2023.

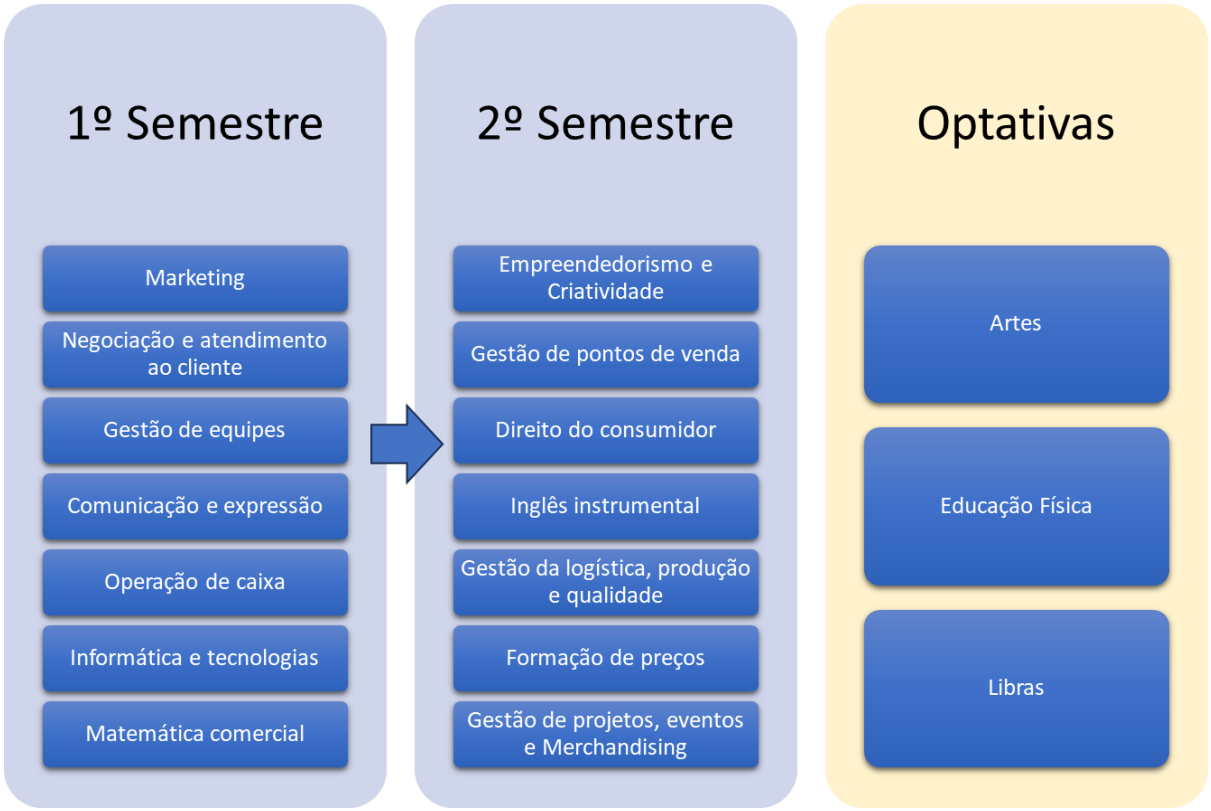
A prática profissional figura neste projeto pedagógico como carga horária inserida nas disciplinas obrigatórias, logo figurando também como atividade obrigatória, e totaliza 80 horas. No Curso Técnico Subsequente em Vendas, apesar de estimulada, a realização de estágio curricular não é obrigatória.

As disciplinas presentes na matriz curricular que segue encontram-se alinhadas com o que se espera do profissional técnico em vendas e seus conteúdos (detalhados nos Programas de Unidades Didáticas - PUDs e disponibilizados ao final deste documento) foram construídos a partir de um diálogo interdisciplinar condizente com o atual contexto e com as projeções para o mundo do trabalho nos próximos anos.

10.2 MATRIZ CURRICULAR

	MATRIZ CURRICULAR - CURSO TÉCNICO EM VENDAS							
	Componentes			Carga horária			Créditos	Total de horas
	Código	Disciplina	Pré-requisito	Teórica	Prática	Prática profissional		
Semestre I	TSVEN101	Marketing	--	60	10	10	4	80
	TSVEN102	Negociação e Atendimento ao Cliente	--	60	10	10	4	80
	TSVEN103	Gestão de Equipes	--	60	10	10	4	80
	TSVEN104	Comunicação e expressão	--	20	20	--	2	40
	TSVEN105	Operação de Caixa	--	20	10	10	2	40
	TSVEN106	Informática e tecnologias	--	20	20	--	2	40
	TSVEN107	Matemática Comercial	--	40	--	--	2	40
	TOTAL DO SEMESTRE I			**280**	**80**	**40**	**20**	**400**
Semestre II	TSVEN201	Empreendedorismo e Criatividade	--	60	10	10	4	80
	TSVEN202	Gestão de Pontos de Venda	--	60	10	10	4	80
	TSVEN203	Direito do Consumidor	--	40	--	--	2	40
	TSVEN204	Inglês instrumental	--	30	10	--	2	40
	TSVEN205	Gestão da logística, produção e qualidade	--	60	20	--	4	80
	TSVEN206	Formação de Preços	--	20	10	10	2	40
	TSVEN207	Gestão de Projetos, Eventos e Merchandising	--	20	10	10	2	40
	TOTAL DO SEMESTRE II			**270**	**90**	**40**	**20**	**400**
Optativas	TSVENOP301	Artes	--	30	10	--	2	40
	TSVENOP302	Educação Física	--	20	20	--	2	40
	TSVENOP303	Libras	--	40	--	--	2	40
	TOTAL DO CURSO (Componentes curriculares obrigatórios e Prática profissional)							**800**

11 FLUXOGRAMA CURRICULAR



12 ITINERÁRIOS FORMATIVOS

Em conformidade com a Portaria nº 1.432, de 28 de dezembro de 2018, que orienta a organização de itinerários formativos nos cursos técnicos (BRASIL, 2019), o Curso Técnico em Vendas foi estruturado de modo a possibilitar certificações intermediárias vinculadas às ocupações previstas na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). Essa organização permite ao estudante obter qualificações progressivas ao longo da formação, ampliando sua empregabilidade e favorecendo a construção de trajetórias profissionais diversificadas.

Os itinerários formativos foram delineados a partir das disciplinas que compõem o curso, articulando competências específicas às demandas do mercado de trabalho. Assim, cada certificação intermediária corresponde a um conjunto de saberes e habilidades que qualificam o estudante para funções distintas, conforme indicado pelo CNCT:

• Auxiliar Administrativo (120h)

Disciplinas: Comunicação e Expressão, Informática e Tecnologias, Matemática Comercial.

Escopo: Ênfase em rotinas administrativas, organização documental e apoio à gestão.

• Auxiliar de Faturamento (120h)

Disciplinas: Operação de Caixa, Matemática Comercial, Formação de Preços.

Escopo: Capacitação para emissão de notas fiscais, controle de caixa e gestão de recebíveis.

• Auxiliar de Crédito e Cobrança (240h)

Disciplinas: Matemática Comercial, Formação de Preços, Comunicação e Expressão, Negociação e Atendimento ao Cliente, Informática e Tecnologias.

Escopo: Foco em operações financeiras, análise de crédito e processos de cobrança.

• Operador de Supermercados (200h)

Disciplinas: Operação de Caixa, Gestão de Pontos de Venda, Gestão da Logística, Produção e Qualidade.

Escopo: Formação voltada para operação de frente de loja, reposição e organização de estoques.

• Representante Comercial (240h)

Disciplinas: Marketing, Negociação e Atendimento ao Cliente, Gestão de Projetos, Eventos e Merchandising, Inglês Instrumental.

Escopo: Ênfase em prospecção de clientes, negociação, promoção de produtos e comunicação comercial.

• Estoquista (200h)

Disciplinas: Gestão da Logística, Produção e Qualidade, Gestão de Pontos de Venda, Informática e Tecnologias.

Escopo: Preparação para controle de estoque, armazenagem e distribuição de mercadorias.

A estrutura semestral do curso garante que, ao concluir cada itinerário, o estudante receba uma certificação intermediária correspondente, sem prejuízo da continuidade dos estudos até a obtenção do diploma de Técnico em Vendas. Dessa forma, o curso promove flexibilidade, valorização das competências adquiridas e alinhamento às necessidades do setor produtivo.

12.1 SOLICITAÇÃO E EMISSÃO DAS CERTIFICAÇÕES INTERMEDIÁRIAS

Fará jus à certificação intermediária o estudante regularmente matriculado ou egresso do Curso Técnico em Vendas que concluir, com êxito, os componentes curriculares que compõem o respectivo itinerário formativo, observados os critérios de aproveitamento, frequência e registro acadêmico previstos no Regulamento da Organização Didática do IFCE e neste Projeto Pedagógico de Curso.

As certificações intermediárias poderão ser solicitadas pelo estudante após o registro, no sistema acadêmico, da aprovação em todos os componentes curriculares vinculados à respectiva certificação. A solicitação deverá ser formalizada por meio de requerimento protocolado no campus e dirigido à Coordenadoria do curso técnico subsequente em vendas, que por sua vez, analisará os critérios avaliativos e encaminhará à Coordenadoria de Controle Acadêmico do campus, este protocolo será feito presencialmente ou por meio dos canais

institucionais definidos pelo IFCE campus Tabuleiro do Norte, indicando expressamente a certificação pretendida.

Confirmado o atendimento aos requisitos, a certificação será emitida, registrada pelo setor competente, e comunicada via e-mail ao solicitante, conforme os procedimentos institucionais aplicáveis à emissão de documentos acadêmicos.

O estudante poderá solicitar uma ou mais certificações intermediárias, desde que comprove a conclusão, com aproveitamento, dos componentes curriculares correspondentes a cada itinerário. A emissão da certificação intermediária não substitui o diploma de Técnico em Vendas, nem interrompe ou prejudica a continuidade dos estudos até a integralização da matriz curricular do curso.

Para fins de orientação acadêmica, as certificações intermediárias previstas neste PPC são:

I. Certificado de Auxiliar Administrativo, ao estudante que concluir com êxito os componentes Comunicação e Expressão, Informática e Tecnologias e Matemática Comercial, totalizando 120 horas;

II. Certificado de Auxiliar de Faturamento, ao estudante que concluir com êxito os componentes Operação de Caixa, Matemática Comercial e Formação de Preços, totalizando 120 horas;

III. Certificado de Auxiliar de Crédito e Cobrança, ao estudante que concluir com êxito os componentes Matemática Comercial, Formação de Preços, Comunicação e Expressão, Negociação e Atendimento ao Cliente e Informática e Tecnologias, totalizando 240 horas;

IV. Certificado de Operador de Supermercados, ao estudante que concluir com êxito os componentes Operação de Caixa, Gestão de Pontos de Venda e Gestão da Logística, Produção e Qualidade, totalizando 200 horas;

V. Certificado de Representante Comercial, ao estudante que concluir com êxito os componentes Marketing, Negociação e Atendimento ao Cliente, Gestão de Projetos, Eventos e Merchandising e Inglês Instrumental, totalizando 240 horas;

VI. Certificado de Estoquista, ao estudante que concluir com êxito os componentes Gestão da Logística, Produção e Qualidade, Gestão de Pontos de Venda e Informática e Tecnologias, totalizando 200 horas.

13 AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação da aprendizagem será composta por diversos instrumentos realizados no início, durante e ao final de cada etapa de ensino, possibilitando ao processo avaliativo uma oportunidade para consolidação da aprendizagem da classe discente, bem como redimensionamento da prática docente. Igualmente, deve funcionar como instrumento colaborador na verificação da aprendizagem, levando em consideração o predomínio dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos, conforme a LDB 9.394/96, art. 24, inciso V, alínea "a", "avaliação contínua e cumulativa do desempenho do aluno, com prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados ao longo do período sobre os de eventuais provas finais." (BRASIL, 1996).

Destarte, o campus Tabuleiro do Norte entende que avaliar é orientar e acompanhar o processo educativo como um todo, procurando contribuir para que o aluno desenvolva conhecimentos, habilidades, competências e atitudes, intervindo quando necessário, de forma a agir e corrigir os rumos do processo de instrução. Sendo assim, a avaliação da aprendizagem permite ao professor diagnosticar o nível de desempenho do aluno com relação ao currículo e ao mesmo tempo redimensionar sua práxis pedagógica em prol do processo ensino-aprendizagem, tendo em vista os objetivos propostos. Dessa forma, é importante refletir a avaliação nas dimensões técnica (o que, quando e como avaliar) e ética (por quê, para quê, quem se beneficia, que uso se faz da avaliação).

Fundamentadas numa concepção de avaliação que compreende sua indissociabilidade com a prática pedagógica, as decisões metodológicas estarão condicionadas a uma constante reflexão e ação da prática, com a realização de atividades compatíveis com as propostas de natureza diagnóstica, formativa e somativa, considerando também princípios de equidade, inclusão, acessibilidade, respeito à diversidade e promoção da educação para as relações étnico-raciais. Assim, em processo de avaliação contínua, os estudantes serão observados e avaliados em sua participação em momentos e instrumentos avaliativos, tais como:

i. Aulas teóricas com exposições dialogadas e subsidiadas por recursos didáticos com data show, vídeos, equipamentos técnicos da área, entre outros, visando a apresentação do assunto de forma problematizadora;

ii. Aulas práticas no laboratório de gestão simulando situações reais que ocorrem nas empresas.

iii. Seminários interventivos e reflexivos;

iv. Pesquisas e elaboração de projetos de ensino, pesquisa e extensão sob a orientação docente;

v. Provas objetivas, provas discursivas, autoavaliação;

vi Visitas técnicas às empresas e obras da região;

vii Palestras, oficinas e minicursos com profissionais da área; e

viii Outros instrumentos que enfatizem a resolução de situações-problema específicas do processo de formação do técnico.

Faz-se necessário conduzir o processo de ensino valorizando a apreensão, o desenvolvimento, a aplicação e ampliação do conhecimento científico, técnico e humanista, contribuindo para que o aluno se torne um profissional atuante e um cidadão responsável. Isso implica redimensionar o conteúdo e a forma de avaliação, oportunizando momentos para que o aluno expresse sua compreensão, análise e julgamento de determinados problemas, relacionados à prática profissional.

Cabe ao professor, portanto, observar as competências a serem desenvolvidas, participar do planejamento das atividades, elaborando planos e projetos interdisciplinares, desafiadores e utilizando instrumentos avaliativos variados, de caráter individual ou coletivo, conforme apontado anteriormente.

A avaliação terá, assim, caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.

13.1 SISTEMÁTICA DE AVALIAÇÃO

A sistemática de avaliação da aprendizagem seguirá o disposto no Regulamento da Organização Didática (ROD) do IFCE, aprovado pela Resolução Consup nº 35, de 22 de junho de 2015, especialmente no que se refere aos critérios de composição das notas, média parcial, avaliação final, frequência mínima e recuperação da aprendizagem.

Nesse sentido, o ROD estabelece que:

> Art. 97. A sistemática de avaliação dos conhecimentos construídos, nos cursos com regime de crédito por disciplina, com periodicidade semestral, se desenvolverá em duas etapas.
> § 1º Deverá ser registrada no sistema acadêmico apenas uma nota para a primeira etapa (N1) e uma nota para a segunda etapa (N2), com pesos 2 e 3, respectivamente.

> § 2º O docente deverá aplicar, no mínimo, duas avaliações em cada uma das etapas.
> § 3º O critério para composição da nota de cada etapa, a partir das notas obtidas em cada uma das avaliações, ficará a cargo do docente da disciplina, em consonância com o estabelecido no PUD.
> Art. 98. O cálculo da média parcial (MP) de cada disciplina deve ser feito de acordo com a seguinte equação: MP = 2 x N1 + 3 x N2 / 5.
> Art. 99. Deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a:
> I. 6,0 (seis), para disciplinas de cursos técnicos concomitantes e subsequentes.
> II. 7,0 (sete), para disciplinas de cursos de graduação. Parágrafo único: Os estudantes aprovados com a nota da MP não precisarão realizar a avaliação final (AF) e sua média final (MF) deverá ser igual a sua média parcial (MP).
> Art. 100. Deverão fazer avaliação final (AF) o estudante de curso técnico que obtiver MP inferior a 6,0 (seis) e maior ou igual a 3,0 (três), e o estudante de graduação que obtiver MP inferior a 7,0 (sete) e maior ou igual a 3,0 (três).
> § 1º A avaliação final deverá ser aplicada no mínimo 3 (três) dias letivos após o registro do resultado da MP no sistema acadêmico.
> § 2º A avaliação final poderá contemplar todo o conteúdo trabalhado no período letivo.
> § 3º A nota da avaliação final (AF) deverá ser registrada no sistema acadêmico.
> § 4º O cálculo da média final (MF) o estudante referido no caput deverá ser efetuado de
> acordo com a seguinte equação: MF = MP + AF/2
> § 5º Deverá ser considerado aprovado na disciplina o estudante que, após a realização da avaliação final, obtiver média final (MF) igual ou maior que 5,0 (cinco).

Para fins de registro, o resultado da avaliação deverá expressar o grau de desempenho de cada componente curricular, quantificado em nota de 0 (zero) a 10 (dez). A aprovação ocorrerá simultaneamente através da média final igual ou superior a 6,0 (seis) e da frequência mínima de 75% em todas as disciplinas do ano letivo. Assim, o aproveitamento escolar é avaliado através de acompanhamento contínuo dos estudantes e dos resultados por eles obtidos nas atividades avaliativas, seguindo os preceitos e critérios dos artigos 94 a 96 do Regulamento da Organização Didática do IFCE.

No que se refere à recuperação da aprendizagem, o Regulamento da Organização Didática do IFCE estabelece que:

> Art. 113. Entende-se por recuperação de aprendizagem o tratamento especial dispensado aos estudantes que apresentam desempenhos não satisfatórios.
> Art. 114. Nos PPCs dos cursos técnicos e de graduação devem ser contemplados os estudos de recuperação para os estudantes que não atingirem os objetivos básicos de aprendizagem, estabelecidos em cada nível e modalidade de ensino.

> Parágrafo único: De acordo com a LDB Nº 9.394/96, artigos 13, inciso IV, e 24, inciso V, alínea a, e as diretrizes desta Organização Didática, o processo de recuperação:
> I. Deverá ser definido, planejado e desenvolvido por cada campus, no decorrer de todo o período letivo com base nos resultados obtidos pelos estudantes nas avaliações;
> II. Deverá promover avaliação contínua e processual;
> III. Deverá priorizar o melhor resultado entre as notas obtidas, com comunicação imediata ao estudante, para que prevaleçam os aspectos qualitativos sobre os quantitativos;
> IV. Encerra-se com a aplicação da avaliação final, conforme sistemática de avaliação estabelecida neste regulamento.

No âmbito do Curso Técnico em Vendas, os estudos de recuperação da aprendizagem serão desenvolvidos ao longo do período letivo, com base nos resultados obtidos pelos estudantes nas avaliações, visando ao acompanhamento contínuo, à superação das dificuldades identificadas e à consolidação dos objetivos de aprendizagem.

Esses estudos poderão envolver ações como apoio extraclasse, tutoria, monitoria, atividades orientadas, revisão de conteúdos, estudos dirigidos, acompanhamento individual ou em grupo e outras estratégias pedagógicas definidas pelo docente e/ou pelo campus, conforme as necessidades da turma e as especificidades dos componentes curriculares. Nesse processo, será priorizado o melhor resultado entre as notas obtidas, com comunicação ao estudante, observando-se a prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos.

Entre as estratégias de apoio à aprendizagem, destaca-se a monitoria, que será incentivada no âmbito do curso. Conforme a Resolução nº 76/2019/PROEN/IFCE, a monitoria constitui uma ação pedagógica institucional contemplada no Programa de Permanência e Êxito, voltada à melhoria do ensino e da aprendizagem e, consequentemente, à elevação dos índices de permanência e êxito dos estudantes matriculados nos cursos técnicos e de graduação ofertados pelo IFCE. Trata-se de atividade auxiliar à docência, exercida por discentes, podendo ocorrer na modalidade remunerada, por meio de bolsas, ou voluntária.

Nos termos do art. 3º da Resolução nº 76/2019/PROEN/IFCE, constituem objetivos do Programa de Monitoria do IFCE:

> I. favorecer a melhoria do processo de ensino-aprendizagem e, por conseguinte, a permanência e o êxito estudantil;
> II. prestar suporte ao professor orientador no desenvolvimento das práticas pedagógicas e de novas metodologias de ensino, bem como na produção de material de apoio, com o fim de aprimorar o processo de ensino e aprendizagem;
> III. propiciar ao estudante maior aprofundamento do conhecimento no componente curricular para o qual foi selecionado como monitor;

> IV. estimular o monitor quanto ao interesse pelo ensino e quanto à participação na vida acadêmica em situações extracurriculares e que o conduzam à plena formação científica, técnica, cidadã e humanística;
> V. estimular a participação do discente na vida acadêmica mediante atividades que envolvam pesquisa, execução de projetos e apoio à docência;
> VI. oportunizar ações cooperativas entre os discentes, contribuindo para uma aprendizagem mútua e colaborativa;
> VII. despertar o interesse pela docência.

O Programa de Monitoria constituirá uma ação institucional relevante no âmbito do Curso Técnico em Vendas, possibilitando aos discentes o desenvolvimento de suas potencialidades e habilidades por meio da execução de atividades de apoio ao ensino, relacionadas à área de Gestão e Negócios e campos afins, sempre sob a supervisão de um docente orientador.

O curso propiciará aos discentes oportunidades de participação em processos seletivos para vagas de monitoria remunerada ou voluntária, vinculadas ao Programa de Monitoria do IFCE, conforme disponibilidade institucional. A seleção ocorrerá por meio de edital específico, observadas as normas, regras e requisitos estabelecidos para participação no certame.

14 PRÁTICA PROFISSIONAL SUPERVISIONADA - PPS

A Prática Profissional Supervisionada é obrigatória para a integralização do curso e perfaz uma carga horária total de 80 horas, distribuída na proporção de 10 horas em cada um dos seguintes oito componentes curriculares da matriz: Marketing; Negociação e Atendimento ao Cliente; Gestão de Equipes; Operação de Caixa; Empreendedorismo e Criatividade; Gestão de Pontos de Venda; Formação de Preços; e Gestão de Projetos, Eventos e Merchandising.

Essas atividades constituem elemento estruturante do currículo, integrando teoria e prática por meio de metodologias ativas e situações reais e simuladas do mercado de trabalho. A vivência prática possibilita a consolidação de competências técnicas e socioemocionais na área comercial, orientando-se por princípios éticos, valorização da diversidade, relações profissionais inclusivas e respeito às diretrizes da educação para as relações étnico-raciais.

No curso Técnico em Vendas, as atividades práticas poderão ser desenvolvidas por meio de projetos integradores, estudos de caso, simulações de negociação e de vendas, empresas pedagógicas e visitas técnicas, em conformidade com as ementas e os planos de ensino correspondentes. A avaliação da prática profissional possui caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual, priorizando os aspectos qualitativos sobre os quantitativos e integrando as etapas avaliativas (N1 e N2) da disciplina. Serão considerados critérios como a participação ativa nas dinâmicas, o planejamento e a clareza na elaboração dos trabalhos, a criatividade, o desempenho comportamental e o domínio prático dos conhecimentos técnicos. O registro das atividades e o lançamento das notas serão realizados pelo professor no diário de classe do sistema acadêmico.

15 ESTÁGIO SUPERVISIONADO NÃO OBRIGATÓRIO

Em conformidade com a Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, que regulamenta os estágios supervisionados, e com a Resolução do IFCE nº 028, de 08 de agosto de 2014 (IFCE, 2014), que aprova o manual de estágio do IFCE, compreende-se o estágio como um procedimento didático-pedagógico e ato educativo. Dessa forma, o estágio representa uma atividade curricular que deve integrar a proposta pedagógica da instituição e os instrumentos de planejamento curricular, sendo planejado, executado e avaliado de acordo com os objetivos estabelecidos.

O estágio supervisionado no curso Técnico em Vendas é implantado como componente de caráter não obrigatório, facultado aos discentes desde o primeiro semestre letivo com carga horária prevista de 80 horas. O objetivo central é oportunizar a imersão precoce no ambiente de trabalho comercial, consolidando competências práticas de negociação, atendimento ao cliente, prospecção e pós-venda, integrando os saberes teóricos iniciais às rotinas do mercado.

Para tanto, o plano de estágio curricular supervisionado será organizado observando o disposto no artigo 7º, parágrafo único, da Lei nº 11.788/2008. Nesse sentido, serão mantidos registros detalhados que incluam o acompanhamento, controle e avaliação do estágio, a justificativa, os objetivos, as competências e habilidades a serem desenvolvidas, a responsabilidade pela supervisão do estágio e a duração, com a devida especificação da carga horária diária e total.

Para cursar o estágio, o estudante deverá formalizar o processo junto à Coordenação de Extensão (COEX), que será responsável por orientar, registrar e acompanhar todas as etapas, desde a análise e aprovação da documentação até a homologação do Termo de Compromisso.

Durante o período de realização das atividades, o discente contará com:

- Professor-orientador: designado pelo curso, responsável pelo acompanhamento pedagógico e pela articulação entre as atividades de estágio e os conteúdos desenvolvidos no curso;
- Supervisor de campo: indicado pela parte concedente, responsável pelo acompanhamento técnico das atividades no ambiente de estágio.

O estudante deverá participar das reuniões de acompanhamento e apresentar periodicamente uma Ficha de Acompanhamento das Atividades, contendo registros das experiências e das competências desenvolvidas, relacionando-as às disciplinas do curso e ao perfil profissional do Técnico em Vendas.

Ao término das atividades, o estagiário deverá entregar, no prazo máximo definido pela Coordenação de Extensão, um Relatório Final de Estágio, acompanhado da Ficha de Avaliação do Estagiário, devidamente preenchida e assinada pelo supervisor da parte concedente. O relatório deverá descrever as atividades desenvolvidas, relacionando-as às competências do curso e à formação profissional obtida, conforme modelo e orientações institucionais.

É válido ressaltar, por fim, que essa estrutura planejada para o curso, fundamentada nas normativas vigentes, visa proporcionar aos alunos uma experiência prática enriquecedora, que integra teoria e prática, contribuindo de maneira decisiva para a formação técnica e profissional dos futuros técnicos em vendas.

A Direção-Geral do Campus, em articulação com a Coordenação de Extensão (COEX) e a Coordenação de Curso, deverá promover parcerias externas com empresas da indústria de tecnológica, órgãos públicos e entidades do terceiro setor que atuem nas áreas de tecnologia da informação, comunicação multimídia e inovação, com vistas a ampliar as oportunidades de estágio para os estudantes do Curso Técnico em Vendas. Essa articulação visa fortalecer o vínculo entre a formação escolar e o mundo do trabalho, estimulando o desenvolvimento de competências técnicas, científicas, artísticas e sociais em contextos reais de produção, criação e inovação.

16 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

Os alunos do Curso Técnico em Vendas podem solicitar, no período indicado no calendário acadêmico vigente, o aproveitamento de componentes curriculares mediante análise de compatibilidade de conteúdo e carga horária, sendo exigido aproveitamento mínimo de 75% da carga total da disciplina. Também é possível requerer a validação de conhecimentos obtidos por meio de estudos regulares e/ou experiência profissional, por meio de avaliação teórica e/ou prática.

As regras sobre aproveitamento de componentes e validação de conhecimentos estão previstas, em caráter regimental, no Título III, Capítulo IV do ROD-IFCE. O componente curricular apresentado pelo(a) discente deve estar no mesmo nível ou em nível superior ao componente a ser aproveitado, e o pedido poderá ser formulado apenas uma vez.

17 EMISSÃO DE DIPLOMA

O aluno que concluir com êxito todos os componentes da matriz curricular receberá o Diploma de Técnico de Nível Médio em Vendas. O diploma será emitido no sistema Q-Acadêmico com base no código estabelecido pelo SISTEC.

As certificações intermediárias previstas no item 12 deste PPC serão emitidas mediante solicitação do estudante à Coordenadoria de Controle Acadêmico, após conferência da conclusão, com aproveitamento, dos componentes curriculares correspondentes ao itinerário formativo requerido. A emissão dessas certificações observará os fluxos institucionais de registro acadêmico e não substitui o diploma de Técnico de Nível Médio em Vendas, que será conferido somente ao estudante que integralizar todos os componentes obrigatórios da matriz curricular do curso.

18 AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

A Coordenação e o Colegiado do Curso Técnico Subsequente em Vendas atuarão de forma sistemática no acompanhamento e na avaliação do desenvolvimento do curso, observando a execução do Projeto Pedagógico, o desempenho acadêmico dos estudantes, os indicadores de permanência, retenção, reprovação, evasão e conclusão, bem como as demandas apresentadas por docentes, discentes e demais segmentos envolvidos no processo formativo. A partir dessas informações, o Colegiado discutirá e proporá medidas de aperfeiçoamento das práticas pedagógicas, da organização curricular e das condições de oferta do curso, encaminhando, quando necessário, propostas de atualização do Projeto Pedagógico em estrita observância aos fluxos institucionais vigentes e às orientações do Manual de Normatização de Projetos Pedagógicos dos Cursos do IFCE, aprovado pela Resolução CONSUP/IFCE nº 141, de 18 de dezembro de 2023. Essa atuação terá como finalidade assegurar a melhoria contínua do curso e sua permanente articulação com as necessidades dos estudantes, da sociedade e do mundo do trabalho.

18.1 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO

O Curso Técnico em Vendas, na modalidade subsequente ao Ensino Médio, será submetido a um processo contínuo de avaliação, voltado para assegurar sua qualidade e pertinência. Esse processo contemplará a verificação do atendimento aos objetivos definidos no Projeto Pedagógico, a adequação das instalações e equipamentos disponíveis ao uso de docentes e discentes, a titulação dos professores em relação às disciplinas ministradas e ao perfil do curso, bem como os índices de permanência e conclusão dos estudantes.

A avaliação será conduzida por meio de diversas ações coordenadas pela CTP e pela Coordenação do curso, incluindo:

• análise semestral dos índices de evasão e das causas que levam à desistência dos estudantes;

• acompanhamento dos índices de retenção e reprovação, seguido de entrevistas com os discentes para identificar os fatores envolvidos, além do monitoramento daqueles em situação de dependência;

• realização de reuniões trimestrais com os coordenadores para análise geral do andamento do curso;

• encontros semestrais com os professores para discutir coletivamente a problemática da evasão e definir estratégias de enfrentamento;

• promoção de momentos de reflexão semestrais sobre o planejamento pedagógico, entendido como principal ferramenta educativa e de caráter coletivo;

• realização de conselhos de classe para avaliação do desempenho das turmas e dos estudantes;

• reuniões trimestrais destinadas à apresentação de dados sobre os componentes curriculares com maiores índices de reprovação ou evasão, estimulando a reflexão sobre práticas pedagógicas que possam contribuir para a redução desses indicadores.

De maneira complementar, os resultados dos processos de autoavaliação institucional conduzidos pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) serão utilizados como subsídios para o acompanhamento e o aperfeiçoamento contínuo do Curso Técnico Subsequente em Vendas. Os relatórios e demais resultados disponibilizados pela CPA serão apreciados pela Coordenação e pelo Colegiado do Curso, especialmente quanto aos aspectos relacionados ao ensino, à infraestrutura, ao atendimento aos estudantes, à organização e gestão acadêmica e às demais condições institucionais que repercutam na qualidade da oferta do curso. A partir da identificação de potencialidades e fragilidades, poderão ser definidas ações de melhoria, estabelecidas prioridades e propostos ajustes acadêmicos, pedagógicos ou estruturais, quando cabíveis. Os encaminhamentos decorrentes dessa análise serão acompanhados pela Coordenação e pelo Colegiado, possibilitando que os resultados da avaliação institucional integrem efetivamente o processo de planejamento, tomada de decisão e revisão periódica do Projeto Pedagógico do Curso.

Esse processo avaliativo, ao contemplar tanto aspectos estruturais quanto pedagógicos, busca identificar potencialidades e necessidades de readequação, garantindo que o curso permaneça alinhado aos princípios institucionais de oferta de um ensino inclusivo e de qualidade. A avaliação, portanto, constitui-se em um instrumento estratégico para a tomada de decisões, fornecendo subsídios essenciais ao aperfeiçoamento contínuo das práticas educativas e à consolidação da excelência acadêmica.

18.2 AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DOCENTE

A avaliação do desempenho docente é realizada de forma sistemática, por meio da aplicação de um questionário padrão disponibilizado no sistema Q-Acadêmico ao final de cada

semestre letivo. O principal objetivo desse processo é promover a melhoria contínua da prática pedagógica e assegurar o atendimento qualificado às necessidades dos estudantes.

O instrumento de avaliação contempla questões relacionadas à conduta docente, nas quais os discentes atribuem notas de 1 (um) a 5 (cinco) em aspectos como pontualidade, assiduidade, domínio do conteúdo, estímulo à participação dos alunos, metodologia de ensino, relação professor-estudante e sistema de avaliação adotado. Além disso, o questionário possibilita que os estudantes indiquem pontos positivos e negativos do desempenho docente, bem como apresentem sugestões voltadas ao aprimoramento do curso e da instituição.

Os resultados obtidos são analisados em duas dimensões: coletivamente, nas reuniões de ensino e encontros pedagógicos, e individualmente, em devolutivas direcionadas a cada professor. Essa dinâmica busca não apenas identificar fragilidades e potencialidades, mas também oferecer subsídios concretos para o aperfeiçoamento das práticas didático-pedagógicas, fortalecendo o processo de ensino-aprendizagem e contribuindo para a qualidade acadêmica da instituição.

19 POLÍTICAS INSTITUCIONAIS CONSTANTES DO PDI NO ÂMBITO DO CURSO

O Curso Técnico Subsequente em Vendas dialoga diretamente com diversas políticas institucionais constantes do Plano de Desenvolvimento Institucional do IFCE 2024-2028. Por se tratar de curso técnico, observa-se a busca pelo atendimento aos percentuais legais de ofertas de vagas, conforme preconiza o Tema 4. A construção de um currículo moderno e alinhado com as demandas do mundo do trabalho, da realidade local e regional atendem ao que prevê o Tema 11, Fortalecimento do desenvolvimento local e regional, e o Tema 16, Articulação com os diferentes agentes da economia. A escolha pelo turno e tempo do curso tem como foco o atendimento ao Objetivo Estratégico 9, Desenvolver currículos atentos às necessidades específicas do público trabalhador, adequando a periodicidade de oferta, turnos e peculiaridades locais.

As metodologias, atividades e formato do curso visam atender ao que discute o Tema 3, Melhoria dos Indicadores de Eficiência Acadêmica, considerando que preveem aspectos teórico-práticos e de recuperação da aprendizagem. As disciplinas como *Empreendedorismo e Criatividade* e *Gestão de Projetos* foram desenhadas de modo a fomentar o que propõem os temas 9 e 11, respectivamente: Promoção de uma cultura institucional com foco na Inovação e Fomento à cultura empreendedora. O Objetivo Estratégico 24 detalha o que as disciplinas propõem ao preconizar a ação de Estimular os servidores e alunos a explorarem novas ideias e práticas inovadoras, bem como desenvolverem soluções que contribuam para a qualidade das atividades acadêmicas e administrativas. A disciplina de *Gestão de Equipes*, por sua vez, é delineada de modo a atender o que propõe o Objetivo Estratégico 20: Estabelecer uma cultura institucional de inclusão, diversidade e acessibilidade no ambiente educacional do IFCE; visto que o conteúdo a ser trabalhado na disciplina tem como foco não apenas o futuro (ou atual) contexto de trabalho dos educandos, mas também sua formação pessoal e o fomento ao comportamento que se espera desses estudantes no âmbito da instituição escolar.

20 APOIO AO DISCENTE

O discente do Curso Técnico Subsequente em Vendas contará com o suporte de setores cujas atribuições o auxiliam a permanecer e concluir com êxito o curso.

20.1 COORDENAÇÃO DE CURSO

A coordenação de curso tem como finalidade planejar, executar e supervisionar o curso. Suas atribuições envolvem funções acadêmicas, gerenciais e institucionais, dentre as quais, as de apoio ao discente, tais como: Realizar atendimentos individuais aos estudantes e/ou responsáveis, de acordo com a especificidade do caso; e Mediar, com o apoio da Coordenação Técnico-Pedagógica, situações eventuais que possam ocorrer entre professores e estudantes. O acompanhamento da vida acadêmica do discente pela coordenação tem potencial de contribuir diretamente no sucesso de sua jornada no curso.

20.2 COORDENADORIA DE ASSISTÊNCIA ESTUDANTIL (CAE)

A CAE tem por objetivo assistir a comunidade estudantil, apoiando e acompanhando os programas relacionados à assistência estudantil. Sua ação está pautada, de modo macro, no Programa (e na Política) Nacional de Assistência Estudantil e, institucionalmente, na Política de Assistência Estudantil do IFCE, que está pautada nos seguintes princípios:

I - respeito à liberdade e à dignidade humana;

II - educação e assistência estudantil como um direito social e universal;

III - participação ampliada dos sujeitos nos processos de construção dos programas e projetos institucionais;

IV - valorização das condições de permanência, êxito e conclusão de curso dos estudantes do ensino técnico e superior, mediante serviços e/ou auxílios;

V - equidade na prestação dos serviços educacionais, visando o acesso, a permanência e o êxito acadêmico.

No âmbito do IFCE *Campus* Tabuleiro do Norte, a CAE é composta por nutricionista, assistente social, enfermeira, psicóloga e assistente de alunos. As ações da assistência estudantil estruturam-se em dois eixos principais. O primeiro corresponde aos serviços voltados a toda a comunidade discente, como o atendimento biopsicossocial e a oferta de alimentação escolar

(almoço e lanches). O segundo eixo refere-se aos auxílios, destinados prioritariamente aos estudantes em situação de vulnerabilidade social.

No âmbito dos auxílios, o IFCE disponibiliza diversas modalidades, entre elas:

• auxílio acadêmico;

• moradia;

• alimentação;

• transporte;

• aquisição de óculos;

• emergencial;

• visitas e viagens técnicas;

• didático-pedagógico;

• apoio a discentes mães/pais;

• formação;

• incentivo à cultura e ao desporto;

• pré-embarque internacional.

De acordo com o Regulamento da Política de Assistência Estudantil do IFCE,

> Art. 8° O serviço social atua no âmbito das relações sociais junto a indivíduos, famílias, grupos, comunidade e movimentos sociais desenvolvendo ações de fortalecimento da autonomia, da participação e do exercício da cidadania. Tem como princípios a defesa dos direitos humanos, da justiça social e da liberdade como valor ético central.
> Parágrafo único - As ações desenvolvidas por esses profissionais são:
> I - Incentivar a participação democrática do discente, como sujeito de direitos, no espaço educacional, favorecendo o seu acesso ao Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES);
> II - Planejar, executar, monitorar e avaliar as ações relacionadas aos auxílios e à política de assistência estudantil;
> III - Realizar pesquisas de natureza socioeconômica e familiar para caracterização da população discente, contribuindo na identificação e intervenção dos fatores sociais, culturais e econômicos que influenciam no processo de ensino-aprendizagem, visando a permanência e o êxito dos estudantes;
> IV- Participar de equipes multidisciplinares para a elaboração e execução de programas e projetos sociais voltados a temas relevantes como saúde, violência, cultura, cidadania, direitos sociais e humanos (questão racial, de gênero, orientação sexual, deficiência, políticas afirmativas, dentre outros);
> V - Elaborar relatórios, pareceres e manifestações técnicas para subsidiar decisões institucionais e promover o acesso aos direitos sociais dos discentes;
> VI - Realizar parcerias e articular as instituições locais e/ou regionais contribuindo para a minimização das vulnerabilidades enfrentadas pelos alunos e famílias;
> VII - Realizar visitas domiciliares com o objetivo de ampliar o conhecimento acerca da realidade sócio familiar do discente, de forma a assisti-lo e encaminhá-lo adequadamente e com qualidade;

> VIII - Orientar os discentes e seus familiares sobre os seus direitos, de modo a reforçar o seu poder reivindicatório junto às instituições responsáveis pela execução das políticas sociais;
> IX - Promover a atuação dos estudantes em suas entidades político-representativas, realizando atividades sócio educativas, estimulando o debate acerca das diversidades e da pluralidade;
> X - Assessorar a gestão dos campi em relação ao orçamento da Assistência Estudantil.
> Art. 9° O serviço de saúde atua na prevenção, promoção, tratamento e vigilância à saúde, de forma individual e coletiva, colaborando com o processo de ensino-aprendizagem.
> Art. 10 O serviço de alimentação e nutrição proporciona uma alimentação adequada e saudável de forma a favorecer a permanência do estudante no espaço educacional, contribuindo para a promoção de hábitos alimentares saudáveis, atuando nos programas de educação e assistência nutricional e desenvolvendo ações em conjunto com a equipe multiprofissional que visem à promoção da saúde e segurança alimentar e nutricional.
> Art. 11 O serviço de psicologia apóia a promoção do processo educativo dos sujeitos que compõem a comunidade escolar, valorizando a escuta psicológica. Entre as ações desenvolvidas estão:
> I - acolhimento;
> II - acompanhamento;
> III - avaliação psicológica;
> IV - orientação de discentes e comunidade escolar;
> V - assessoria e/ou participação nos projetos coletivos, buscando a interlocução dos atores protagonistas nos planejamentos e ações educacionais;
> VI - visitas domiciliares; mapeamento da rede de apoio e reflexão sobre os aspectos institucionais.
> § 1º A ênfase do trabalho do psicólogo escolar educacional está na dimensão preventiva da atuação, comprometida com a transformação social, evidenciada em intervenções educativas sobre as demandas dos sujeitos e sobre o contexto educacional.

20.3 COORDENAÇÃO TÉCNICO-PEDAGÓGICA (CTP)

A CTP é responsável por promover, em articulação com os diversos setores da instituição, ações voltadas à garantia da qualidade e do êxito no processo de ensino-aprendizagem. Sua finalidade consiste em assessorar, supervisionar e avaliar as atividades de ensino, pesquisa e extensão, assegurando a regularidade e a efetividade do desenvolvimento educativo.

Entre suas atribuições, destacam-se:

• acolhimento a estudantes, docentes e técnicos administrativos;

• implementação de ações de prevenção e combate à evasão escolar;

• mediação de diálogos entre professores e alunos, visando à melhoria das relações interpessoais;

• acompanhamento individualizado de discentes em disciplinas com menor rendimento acadêmico;

• suporte aos docentes no planejamento e execução de atividades de monitoria;

• monitoramento da frequência e do desempenho acadêmico dos estudantes;

• contato com discentes de baixa frequência, por meio de telefone, e-mail ou visita domiciliar, em parceria com a assistência estudantil;

• acompanhamento de atividades culturais, sociais e esportivas;

• realização de palestras, oficinas e seminários de orientação educacional, abordando temáticas de formação integral e temas transversais;

• acompanhamento de estudantes com deficiência, em parceria com o Núcleo de Acessibilidade às Pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE) e a CAE.

20.4 BIBLIOTECA

A Biblioteca Patativa do Assaré constitui-se em espaço de apoio acadêmico e científico, disponibilizando aos discentes o acesso ao seu acervo e a uma variedade de serviços que visam ampliar as condições de estudo e pesquisa.

Entre os serviços oferecidos, incluem-se:

• atendimento de referência, com auxílio à pesquisa e elaboração de tutoriais;

• orientação e busca bibliográfica;

• empréstimo domiciliar de materiais por período determinado;

• orientação para normalização de trabalhos acadêmicos, conforme normas da ABNT;

• visitas orientadas, com apresentação dos serviços e recursos disponíveis;

• programas de capacitação de usuários, promovendo autonomia na utilização dos recursos da Biblioteca;

• acesso gratuito à internet para fins de estudo, pesquisa e informação;

• renovação de empréstimos e solicitação de reservas via Web;

• elaboração de fichas catalográficas;

• disseminação seletiva da informação.

20.5 NÚCLEOS

O IFCE conta com Núcleos que, ligados à Pró-Reitoria de Extensão, atuam nos *Campi* como apoio aos discentes, assim como no letramento e orientação institucional acerca de

temáticas específicas. No *Campus* Tabuleiro do Norte destacam-se as atuações dos seguintes Núcleos:

a) Núcleo de Acessibilidade às Pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE): por meio de diversas ações visa criar uma cultura da "educação para convivência", aceitação da diversidade e, principalmente, contribuir com a inclusão na instituição.
b) Núcleo Estudos Afro-brasileiros e Indígenas (NEABI): sua missão é sistematizar, produzir e difundir conhecimentos, fazeres e saberes que contribuam para a promoção da equidade racial e dos Direitos Humanos, tendo como perspectiva a superação do racismo e de outras formas de discriminações, ampliação e consolidação da cidadania e dos direitos das populações negras e indígenas no Brasil, no Ceará e, em particular, no Instituto Federal do Ceará.
c) Núcleo de Gênero e Diversidade Sexual (NUGEDS): instância institucional voltada para o estudo, acolhimento e promoção de políticas de igualdade de gênero, diversidade sexual e combate ao preconceito.

21 CORPO DOCENTE

A consecução do Curso Técnico Subsequente em Vendas demanda um corpo docente qualificado para lecionar as disciplinas de sua matriz curricular. Na tabela abaixo é elencado o corpo docente necessário para desenvolvimento do curso.

Tabela 2 - Corpo docente necessário para desenvolvimento do Curso Técnico em Vendas

ÁREAS	SUBÁREAS	QUANTIDADE NECESSÁRIA DE DOCENTES
Administração	Administração de Empresas 96.02.01.00-2	3
	Ciências Contábeis - 96.02.02.00- 99	1
Letras	Língua Portuguesa – 98.02.01.00-8	1
	Língua Inglesa – 98.02.11-00-99	1
	Libras – 98.02.15-00-99	1
Artes	Cordas Dedilhadas – 98.03.11.00- 99	1
Matemática	Análise – 91.01.02.00-0	1
Ciências da Computação	Metodologias e Técnicas da Computação – 91.03.03.00-6	1
Educação Física	Metodologia dos Esportes Coletivos – 94.09.03.00-99	1
Engenharia de Produção	Gerência de Produção – 93.08.01.00-1	1

Fonte: elaboração própria (2026).

Atualmente, o IFCE *Campus* Tabuleiro do Norte, conta com 51 docentes de diferentes áreas do conhecimento. O corpo docente do curso Curso Técnico Subsequente em Vendas deverá ser formado com um mínimo de 50% (cinquenta por cento) de professores do IFCE e poderá ser constituído por: I - professores do IFCE, pertencentes ao quadro permanente ou com vínculo empregatício temporário, substituto ou voluntário, conforme legislação em vigor para estas formas de contratação; II - professores visitantes do IFCE; III - especialistas convidados

para lecionar disciplinas de sua especialidade. Considerando a demanda de disciplinas do e a disponibilidade docente no *Campus*, a Tabela 3 apresenta o corpo docente do referido curso.

Tabela 3 - Corpo docente do curso Técnico em Vendas do IFCE *Campus* Tabuleiro do Norte

PROFESSOR(A)	FORMAÇÃO	TITULAÇÃO	VÍNCULO	REGIME DE TRABALHO
Átila de Freitas	Administração de Empresas	Mestre	Substituto (Tabuleiro do Norte)	40h
Jório Correa da Cunha Filho	Língua Inglesa	Mestre	Efetivo (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
Keully Cristynne Aquino Diógenes	Ciências contábeis	Doutora	Efetivo (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
Linária de Melo Oliveira Gomes	Administração de Empresas	Especialista	Efetivo (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
Marusa Hitaly da Silva Cunha	Administração de Empresas	Mestre	Colaboração Técnica (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
Talita Ferreira da Silva de Brito Arruda	Língua Portuguesa	Doutora	Efetivo (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
Túlio Cristiano Soares de Oliveira	Gerência de Produção	Doutor	Efetivo (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
José Gilson Sombra Saraiva	Artes	Mestre	Efetivo (Tabuleiro do Norte)	40h - DE
Jerônimo de Freitas Regis	Educação Física	Mestre	Substituto (Tabuleiro do Norte)	40h
Geraldo Venceslau de Lima Junior	Letras	Mestre	Efetivo (Limoeiro do Norte)	40h - DE

Fonte: elaboração própria (2026).

É oportuno salientar que o Curso Técnico Subsequente em Vendas já dispõe, em seu quadro de servidores, de todo o corpo docente necessário para assegurar a plena oferta das unidades curriculares, não havendo, portanto, necessidade de novas contratações.

22 CORPO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

O IFCE *Campus* de Tabuleiro do Norte possui, atualmente, 39 servidores técnicos administrativos em educação (TAE) de diferentes habilitações. A Tabela 4 destaca os servidores TAEs que contribuirão diretamente com o desenvolvimento das atividades do referido curso.

Tabela 4 - Relação dos TAEs que atuarão no curso Técnico Subsequente em Vendas

SERVIDORA	CARGO	TITULAÇÃO	SETOR
Adriana Maria de Barros Nunes	Assistente em Administração	Especialista	CCA
Sibério Lívio Oliveira Barros	Auxiliar de Biblioteca	Especialista	CCA
Beth Sebna da Silva Meneses	Nutricionista	Especialista	CAE
Lívia Maria Duarte de Castro	Técnica em Assuntos Educacionais	Doutora	COEX
Mayara Maia Silva	Técnica em Secretariado	Especialista	Ensino
Milena Freitas Mauricio	Assistente Social	Especialista	CAE
Neomisia Maria Leal da Rocha	Assistente de Aluno	Especialista	CAE
Persia Regilda Maia Rebouças	Enfermeira	Especialista	CAE
Pablo Richell de Oliveira Dias	Assistente de Administração	Especialista	Ensino
Verônica Mendes Frota Gomes	Psicóloga	Especialista	CAE
Camila Araújo Pinheiro	Técnica em Assuntos Educacionais	Mestre	CTP
Maria do Socorro Araújo Vale	Pedagoga	Mestre	CTP
Samiles Vasconcelos Cruz Benedito	Técnica em Assuntos Educacionais	Mestre	CTP
Priscila Marcia Maia da Silva	Auxiliar de biblioteca	Especialista	Biblioteca
Maria Soares Sousa	Auxiliar de biblioteca	Mestre	Biblioteca

Fonte: elaboração própria (2026).

23 INFRAESTRUTURA

23.1 BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

A Biblioteca Patativa do Assaré, vinculada ao IFCE *Campus* Tabuleiro do Norte, dispõe de uma área de 160 m². O espaço é equipado com mesas destinadas ao estudo em grupo, cabines individuais e uma ilha digital com acesso à internet. O ambiente é climatizado por sistema de ar-condicionado do tipo split e iluminado por lâmpadas fluorescentes, garantindo conforto aos usuários.

O funcionamento ocorre nos três turnos, assegurando atendimento contínuo ao público. A equipe responsável é composta por duas auxiliares de biblioteca. Aos usuários vinculados ao *Campus* é concedido o empréstimo domiciliar de livros, conforme regulamento do Sistema de Bibliotecas do IFCE (SIBI-IFCE). Por se tratar de uma instituição pública, a biblioteca também está aberta à comunidade externa, oferecendo acesso ao espaço e a determinados serviços, com funcionamento ininterrupto nos dias úteis, das 8h às 20h.

23.1.1 Acervo

O acervo da Biblioteca Patativa do Assaré, que conta com mais de 300 títulos, atende integralmente aos cursos técnicos e superiores atualmente ofertados e está em expansão para contemplar as demandas dos novos cursos, mediante aquisição de materiais informacionais específicos.

Todos os procedimentos de circulação de materiais são automatizados por meio do sistema Sophia (SIBI-IFCE), o que proporciona autonomia aos usuários para realizar serviços como renovação e reserva de materiais de forma on-line, sem necessidade de intermediação direta da equipe da biblioteca.

23.1.2 Serviços Oferecidos

A biblioteca disponibiliza os seguintes serviços:

• Empréstimo e renovação domiciliar: destinado a alunos e servidores devidamente cadastrados no sistema SIBI-IFCE, com prazos definidos em regulamento interno.

• Consulta local ao acervo: aberta ao público interno e externo.

• Catalogação da fonte: elaboração de fichas catalográficas para produções científicas do campus (livros, monografias, entre outros).

• Consultoria bibliográfica: orientação sobre normalização de trabalhos acadêmicos conforme normas da ABNT.

• Acesso ao Portal de Periódicos da CAPES: disponível desde 2014, por meio da Rede Comunidade Acadêmica Federada (CAFe), permitindo acesso remoto. Para 2023, estão previstos treinamentos e maior divulgação desse recurso.

• Levantamento bibliográfico: recuperação de fontes de informação locais e on-line sobre temas específicos.

• Ambiente para estudos: salas de estudo individual e coletivo, com 8 cabines e 9 mesas, comportando até 50 usuários simultaneamente.

• Ilha digital: equipada com 4 computadores com acesso à internet, destinados a pesquisas e atividades acadêmicas.

23.2 INFRAESTRUTURA FÍSICA E RECURSOS MATERIAIS

O Curso Técnico em Vendas do campus Tabuleiro do Norte dispõe de recursos materiais adequados ao processo de ensino-aprendizagem. O campus ocupa uma área de aproximadamente 28.245 m², localizado na Rua Raimundo Noronha Chaves, 85, Zezito Freire, Tabuleiro do Norte-CE.

A estrutura física inclui 12 salas de aula, cada uma com cerca de 57 m², todas climatizadas e dotadas de condições ambientais apropriadas quanto à limpeza, iluminação e acústica. As instalações atendem às normas de segurança, não oferecendo riscos aos servidores e discentes.

O prédio possui rampas, plataforma elevatória de acessibilidade, corrimãos e sinalização adequada a pessoas com deficiência, garantindo acessibilidade plena às salas e demais ambientes, em conformidade com as exigências legais e institucionais.

23.3 AUDITÓRIO

O *Campus* dispõe de um auditório com área aproximada de 200 m², equipado com 100 assentos. O espaço conta com projetor multimídia, caixas de som, microfones com e sem fio, mesa de som e tela de projeção retrátil. O ambiente é climatizado e apresenta condições adequadas de limpeza, iluminação e acústica, atendendo plenamente às exigências de segurança.

Para garantir acessibilidade, o auditório é dotado de rampas, eliminando riscos de acidentes para servidores e discentes. Além disso, dispõe de dois ambientes complementares: uma sala de controle de áudio e vídeo e um camarim destinado à produção artística.

23.4 SALA DE VIDEOCONFERÊNCIA

O campus conta com uma sala de videoconferência de aproximadamente 59 m², equipada com 45 assentos e integrada ao sistema PolyCom. O espaço é climatizado, possui iluminação e acústica adequadas e atende às normas de segurança, garantindo condições apropriadas de uso.

A sala é acessível por meio de rampas e é utilizada para diversas atividades didáticas e administrativas, incluindo reuniões acadêmicas, exibição de filmes e documentários, aulas interativas e encontros institucionais.

23.5 SALA DOS PROFESSORES

O *Campus* dispõe de uma sala destinada aos professores, com área aproximada de 50 m². O ambiente é equipado com estações de trabalho, armários guarda-volumes, impressora multifuncional e acesso à internet tanto via rede wi-fi quanto cabeada. A sala apresenta boa iluminação, é climatizada e oferece condições adequadas para o desenvolvimento das atividades docentes.

23.6 ATENDIMENTO INDIVIDUALIZADO DOS ALUNOS

O *Campus* disponibiliza espaços específicos para o atendimento individualizado dos alunos, nos quais atuam profissionais habilitados em assistência social, psicologia, enfermagem e nutrição, oferecendo suporte às demandas complementares ao ensino.

A infraestrutura destinada a esse serviço possui área total de 50 m², distribuída em três ambientes: sala de trabalho, sala de atendimento individual e enfermaria, garantindo condições adequadas para o acompanhamento e apoio aos discentes.

23.7 ESPAÇO DE CONVIVÊNCIA E ALIMENTAÇÃO

O campus dispõe de 1 (uma) Unidade de Alimentação Nutricional - UAN (867 m²) que comporta, até 200 usuários simultaneamente. Ainda há um espaço de convivência com aproximadamente 500 m² entre os blocos de ensino e administrativos. A UAN apresenta boa iluminação e ventilação e são adaptados para pessoas com deficiência.

23.8 ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO

No que se refere às instalações físicas, o prédio dispõe de rampa na entrada principal, banheiros e salas de aula adaptados, laboratórios e mesas adequadas para cadeirantes. Há também uma plataforma elevatória, que possibilita o acesso ao segundo piso, além de vagas reservadas no estacionamento.

O *Campus* conta ainda com a sala do Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE), que assegura aos alunos com deficiência o acesso a todos os espaços de convivência essenciais à sua inclusão.

Quanto aos recursos materiais, o NAPNE dispõe de:

• Máquina de escrever em Braille;

• Cadeira de rodas;

• Televisor LED 32’’;

• Projetor Epson;

• Multiplano ou multiuso inclusivo (kit “a” com maleta, caixa de som Multilaser SP091);

• Encadernadora manual em aço, com capacidade para perfurar até 20 folhas simultaneamente (60 furos);

• Kit com 6 lupas manuais (horizontal, sem iluminação, de apoio com ampliações de 7x e 12,5x, e com iluminação);

• Ferramenta para desenvolvimento da lógica matemática, incluindo tabuleiro e 40 pinos, destinada também a alunos cegos.

23.9 INFRAESTRUTURA DE LABORATÓRIOS

A expansão da oferta educacional de qualidade demanda investimentos contínuos em infraestrutura e pessoal. Atualmente, o campus dispõe de diversos laboratórios, entre os quais se destacam:

- Ciências;
- Materiais;
- Eletroeletrônica;
- Processos de Soldagem;
- Motores de Combustão;
- Tecnologia de Fabricação;
- Comandos e Instalações Elétricas Industriais;

- Hidráulica e pneumática;
- Controle Lógico Programável;
- Laboratório Maker;
- Instrumento Musical;
- Línguas;
- Informática I;
- Informática II;
- Pesquisa, Inovação e Software;
- Humanidades;
- Práticas de Gestão;
- Ginásio.

23.9.1 Infraestrutura de Laboratório de Informática Conectado à Internet

O *Campus* dispõe de três laboratórios de informática, com áreas de 57m² (30 computadores) e 35m² (20 computadores), respectivamente. Os ambientes são equipados com computadores de configurações robustas, acesso à internet e projetor multimídia integrado.

Ambos os espaços contam com ar-condicionado tipo split e iluminação por lâmpadas fluorescentes, proporcionando condições adequadas para o desenvolvimento das atividades acadêmicas. Os estudantes que enfrentam dificuldades de acesso às tecnologias de informação podem utilizar esses laboratórios para a condução de seus estudos.

Complementarmente, estão disponíveis webcams e fones de ouvido, destinados à realização de atividades remotas por meio de videoconferência.

23.9.2 Laboratório Específico – Práticas de Gestão

O *Campus* possui um Laboratório de Práticas de Gestão, com área de 53m², destinado ao desenvolvimento de atividades práticas relacionadas à administração e gestão. O espaço é equipado com:

- 01 poltrona giratória;
- 04 poltronas de diretor;
- 01 mesa de trabalho retangular;
- 07 mesas dobráveis;

- 01 mesa curva em formato “L”;
- 02 mesas de centro;
- 40 cadeiras;
- 01 notebook;
- 01 roteador;
- 01 projetor de imagens;
- 02 escaninhos altos;
- 01 quadro branco fixo;
- 01 quadro branco móvel.

O ambiente é climatizado por ar-condicionado split e iluminado por lâmpadas fluorescentes, garantindo condições adequadas para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e práticas de gestão.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO ESTADO DO CEARÁ (ADECE); SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TRABALHO (SEDET); INSTITUTO CENTRO DE ENSINO TECNOLÓGICO (CENTEC). **Plano de Desenvolvimento Preliminar do Arranjo Produtivo Local de Serviços de Manutenção e Reparação Automotiva de Tabuleiro do Norte – Ceará**. Fortaleza: ADECE/SEDET/CENTEC, 2022. Disponível em: https://www.adece.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/98/2022/11/PDP-APL-Tabuleiro.pdf. Acesso em: 5 mar. 2026.

ARAUJO, Ronaldo Marcos de Lima; FRIGOTTO, Gaudêncio. **Práticas pedagógicas e ensino integrado.** Rev. Educ. Questão, Natal , v. 52, n. 38, p. 61-80, maio 2015. Disponível em http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0102-77352015000200061&lng=pt&nrm=iso Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 23 dez. 1996.

BRASIL. **Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017**. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 26 maio 2017.

BRASIL. **Resolução CNE/CEB nº 6, de 20 de setembro de 2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio.

BRASIL. **Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021**. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica.

BRASIL. Ministério da Educação. **Portaria nº 1.432, de 28 de dezembro de 2018**. Estabelece os referenciais para elaboração dos itinerários formativos conforme preveem as Diretrizes Nacionais do Ensino Médio. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, n. 66, p. 94, 5 abr. 2019.

CIAVATTA, M. **A formação integrada: a escola e o trabalho como lugares de memória e de identidade.** In: RAMOS, M.; FRIGOTTO, G.; CIAVATTA, M. (Orgs.). Ensino Médio Integrado: concepção e contradições. São Paulo: Cortez, 2005. p. 83-105.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ (FIEC). **Estratégias para o desenvolvimento dos clusters do Ceará: Polo Multissetorial Metalmecânico do Vale do Jaguaribe.** Fortaleza: FIEC, 2021. 81 p. Disponível em: https://www.observatorio.ind.br/wp-content/uploads/2022/02/metalmecanico-jaguaribe-nova-identidade-v5.pdf. Acesso em: 5 mar. 2026.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2022: Panorama – Tabuleiro do Norte (CE)**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/?localidade=2313104. Acesso em: 5 mar. 2026.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ (IPECE). **Perfil Municipal.** Fortaleza: IPECE, 2026. Disponível em: http://ipecedata.ipece.ce.gov.br/ipece-data-web/module/perfil-municipal.xhtml. Acesso em: 5 mar. 2026.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. **Instrução Normativa IFCE nº 16, de 7 de julho de 2023**. Dispõe sobre procedimentos para o cumprimento da carga horária das aulas em horas-relógio. Fortaleza: IFCE, 2023. Disponível em: https://gestao.ifce.edu.br/attachments/download/82320/SEI_23255.005582_2023_29.pdf Acesso em: 11 maio 2026.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. **Instrução Normativa PROEN/IFCE nº 26, de 16 de setembro de 2024**. Dispõe sobre as atribuições das coordenadorias de cursos técnicos e de graduação no âmbito do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará. Fortaleza: IFCE, 2024. Disponível em: https://gestao.ifce.edu.br/attachments/download/90055/PROEN%20IFCE%20N%2026%20DE%2016%20DE%20SETEMBRO.pdf Acesso em: 11 maio 2026.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. Conselho Superior. **Resolução nº 35, de 22 de junho de 2015.** Regulamento da Organização Didática do IFCE. Fortaleza: Conselho Superior, 2015. Disponível em: https://portal.ifce.edu.br/documents/3261/ROD_atualizado.pdf Acesso em: 11 maio 2026.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. Conselho Superior. **Resolução nº 141, de 18 de dezembro de 2023**. Manual de Normatização de Projetos Pedagógicos dos Cursos do Instituto Federal do Ceará. Fortaleza: Conselho Superior, 2023. Disponível em: https://portal.ifce.edu.br/documents/1067/Resolu%C3%A7%C3%A3o_141_-_Anexo.pdf Acesso em: 10 setembro 2026.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. Conselho Superior. **Resolução nº 340, de 29 de agosto de 2025**. Regulamenta os procedimentos para identificação, acompanhamento e realização do Plano Educacional Individualizado de Acessibilidade Curricular (PEI-AC) do IFCE. Fortaleza: Conselho Superior, 2025. Disponível em: https://portal.ifce.edu.br/documents/12841/Resolu%C3%A7%C3%A3o_340.pdf Acesso em: 11 maio 2026.

MOREIRA, Marco Antônio. Teorias de aprendizagem. São Paulo: EPU, 1999.

MOURA, Dante Henrique. Educação básica e educação profissional e tecnológica: dualidade histórica e perspectivas de integração. Holos, [S.l.], v. 2, a. 23, 2007. p. 4-30. Disponível em: http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/11/110.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TABULEIRO DO NORTE. **O Município**. Tabuleiro do Norte: Prefeitura Municipal, 2026. Disponível em: https://www.tabuleirodonorte.ce.gov.br/omunicipio.php. Acesso em: 5 mar. 2026.

UNESCO. Educação: um tesouro a descobrir. In.: Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. Brasília: MEC/UNESCO, 1998. Disponível em: http://dhnet.org.br/dados/relatorios/a_pdf/r_unesco_educ_tesouro_descobrir.pdf. Acesso em: 19 de abril de 2021.

ANEXOS - PUDs

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: MARKETING</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN101</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
80 horas</td><td>CH Teórica:
60 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
80</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 16</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 4</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 1º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Estudo dos fundamentos do Marketing e sua aplicação nos processos de comercialização de bens e serviços; compreensão do composto mercadológico (Produto, Preço, Praça e Promoção); fundamentos do marketing de serviços e estratégias de relacionamento e fidelização; fundamentos do marketing digital; pesquisa de mercado, análise de dados, identificação de oportunidades comerciais e tomada de decisão; comportamento do consumidor; análise das relações de consumo sob a perspectiva da diversidade étnico-racial, com valorização da pluralidade cultural, combate ao racismo e às práticas discriminatórias, e promoção de estratégias mercadológicas éticas, inclusivas e socialmente responsáveis nos contextos profissionais.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar conceitos e estratégias de Marketing, marketing digital, marketing de serviços e pesquisa de mercado para atuação no contexto de vendas, considerando a diversidade étnico-racial, o combate ao racismo e a promoção de práticas profissionais inclusivas, éticas e socialmente responsáveis nas relações com consumidores, organizações e mercados. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos de Marketing
• Conceito e evolução do marketing;
• Necessidades, desejos e demandas do consumidor;</td></tr>
</table>

- Valor, satisfação e relacionamento com clientes;
- Composto de marketing (Produto, Preço, Praça e Promoção);
- Segmentação de mercado, público-alvo e posicionamento;
- Orientações de marketing nas organizações (produção, produto, vendas, marketing);
- Sustentabilidade nas relações de consumo;
- Diversidade étnico-racial no mercado consumidor e sua relevância para estratégias mercadológicas;
- Ética profissional, combate ao racismo e práticas inclusivas nas relações comerciais;
- Prática de diagnóstico de marketing aplicado a um empreendimento local - Práticas profissionais.

2. Marketing Digital

- Conceito e importância do marketing digital nas organizações;
- Presença digital e canais online de comunicação com o cliente;
- Marketing de conteúdo e estratégias de engajamento;
- Redes sociais como ferramenta de marketing e vendas;
- Noções de SEO (otimização para mecanismos de busca);
- Métricas e indicadores de desempenho no ambiente digital;
- Representatividade, linguagem inclusiva e valorização da diversidade étnico-racial em campanhas digitais;
- Prevenção a discursos discriminatórios e promoção de ambientes digitais respeitosos;
- Prática de planejamento de Instagram e WhatsApp Business como interfaces comerciais - Práticas Profissionais.

3. Marketing de Serviços

- Características dos serviços (intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade);
- Diferenças entre marketing de produtos e marketing de serviços;
- Composto de marketing ampliado para serviços (7Ps);
- Qualidade em serviços e satisfação do cliente;
- Experiência do cliente e fidelização;
- Atendimento ao cliente como estratégia de marketing;
- Atendimento humanizado, respeito às diferenças e inclusão no relacionamento com públicos diversos;
- Boas práticas profissionais no enfrentamento ao racismo e a outras formas de discriminação no atendimento;
- Prática de Análise da experiência do cliente por meio de cliente oculto - Práticas Profissionais.

4. Pesquisa de Mercado

- Conceito e importância da pesquisa de mercado para decisões de marketing;
- Tipos e abordagens de pesquisa;
- Métodos de coleta de dados (questionários, entrevistas, observação);
- Análise e interpretação de dados de mercado;
- Aplicação da pesquisa de mercado no planejamento de vendas;
- Identificação de perfis de consumo diversos e análise de demandas de diferentes grupos étnico-raciais;

- Uso ético de dados e prevenção de vieses discriminatórios em pesquisas e análises mercadológicas;
- Prática de elaboração e aplicação de pesquisa mercado junto aos consumidores - Práticas Profissionais

5. Comportamento do Consumidor

- Conceito e importância do estudo do comportamento do consumidor;
- Fatores que influenciam o comportamento de compra (culturais, sociais, pessoais e psicológicos);
- Processo de decisão de compra do consumidor;
- Motivação, percepção e atitudes do consumidor;
- Tipos de comportamento de compra;
- Tendências de consumo e mudanças no perfil do consumidor;
- Consumo consciente, pluralidade cultural e valorização da diversidade étnico-racial nas escolhas de mercado;
- Impactos do preconceito, da exclusão e da representatividade nas relações de consumo.
- Prática de construção de persona e análise da jornada de compra – Práticas Profissionais.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Exibição de vídeos;
- Quiz/questionário de aplicação individual ou grupal;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras com gestores(as);
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de simulação e aplicações de ferramentas de marketing trabalhadas na disciplina, tais como:

- Estudo do ambiente de marketing aplicado a empreendimentos locais;
- Oficinas de construção de instrumentos de pesquisa de mercado;
- Realização de pesquisa de mercado;
- Pesquisa e análise de satisfação de clientes de empreendimentos locais;
- Oficina de elaboração de planejamento de marketing;
- Oficina de planejamento de interfaces comerciais para negócios digitais (*whatsapp business* e *Instagram* loja);
- Visita técnica como cliente oculto para análise de serviços em empreendimentos locais.

As aulas práticas das práticas profissionais serão realizadas presencialmente, envolvendo atividades no laboratório de informática, laboratório de gestão e abordagens a campo. Os alunos, divididos em grupos, desenvolverão atividades de diagnóstico de marketing de empreendimentos locais, planejamento de interfaces comerciais no Instagram e WhatsApp Business, visita técnica como clientes ocultos para análise da experiência do cliente, elaboração e aplicação de pesquisas de mercado e construção de personas e análise da jornada de compra, com posterior sistematização e análise das informações coletadas.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Marketing terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.
▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá por meio de relatórios técnicos e da observação do desempenho dos alunos na realização das atividades práticas de marketing, considerando a aplicação dos conhecimentos, a capacidade de análise, a comunicação, a postura profissional e o trabalho em equipe.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CHERNEV, Alexander. **Administração de marketing**. 16. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2024.
[2] LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia e resultados. 5. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006.
[3] MICELI, A. L. C.; SALVADOR, D. O. **Planejamento de marketing digital**. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] STEFFEN, César. **Inbound & Outbound**: Marketing aplicado para o digital. 1. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2025. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[2] ANDRADE, Norberto Almeida de. **Comportamento do consumidor aplicado ao neuromarketing**. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Freitas Bastos, 2023. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[3] MACEDO, Erique Abreu (org.). **Pesquisa de mercado**. Rio de Janeiro, RJ: Freitas Bastos, 2025. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[4] ALVES, Elizeu Barroso; FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista; ROLON, Vanessa Estela Kotovicz. **Marketing de relacionamento**: nós vemos marketing em tudo e você?. 1. ed. Curitiba, PR: Intersaberes, 2023. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[5] ANTUNES, Jonathan Lamim. **Marketing de conteúdo**: estratégias para entregar o que seu público quer consumir. São Paulo: Casa do Código, 2017. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.

Coordenador do Curso	Setor Pedagógico
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: NEGOCIAÇÃO E ATENDIMENTO AO CLIENTE</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN102</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
80 horas</td><td>CH Teórica:
60 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
80</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 16</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 4</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 1º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Fundamentos da negociação e técnicas de persuasão aplicadas ao contexto comercial. Comunicação interpessoal e comportamento do consumidor. Processo de vendas consultivas. Marketing de relacionamento e fidelização. Marketing pessoal e posicionamento profissional. Atendimento presencial e digital. Indicadores de desempenho e satisfação do cliente. Ética profissional, atendimento humanizado, respeito à diversidade étnico-racial, de gênero e sexual, e enfrentamento de práticas discriminatórias no contexto comercial.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Desenvolver competências relacionadas à negociação estratégica, técnicas de persuasão, atendimento ao cliente e construção da imagem profissional, capacitando o estudante para atuar com eficácia e foco em resultados no ambiente comercial, bem como identificar, prevenir e enfrentar práticas discriminatórias, promovendo um atendimento ético, justo e inclusivo, com respeito à diversidade étnico-racial, de gênero e sexual. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Negociação e Técnicas de Persuasão
• Conceitos e princípios da negociação
• Etapas do processo negocial
• Planejamento estratégico da negociação
• Estratégias competitivas e cooperativas (ganha-ganha)
• Técnicas de persuasão</td></tr>
</table>

- Princípios da influência no processo de vendas
- Comunicação persuasiva
- Argumentação estruturada
- Técnicas de contorno de objeções
- Técnicas de fechamento
- Prática de simulação de situações de negociação e vendas, com aplicação de técnicas de persuasão, argumentação, contorno de objeções, estratégias ganha-ganha e técnicas de fechamento - Práticas Profissionais.

2. Atendimento ao Cliente e Comunicação

- Comunicação verbal e não verbal
- Escuta ativa e empatia
- Perfil e comportamento do consumidor
- Atendimento presencial, telefónico e digital
- Qualidade e excelência no atendimento
- Ética profissional e respeito à diversidade étinico-racial, diversidade sexual e de gênero
- Reconhecimento e enfrentamento de preconceitos e práticas discriminatórias no atendimento.
- Prática de simulação de atendimentos presenciais, telefônicos e digitais, com aplicação de técnicas de comunicação, escuta ativa, empatia e adequação aos diferentes perfis de consumidores - Práticas Profissionais.

3. Marketing de Relacionamento e Fidelização

- Conceito de marketing de relacionamento
- Construção de relacionamento de longo prazo
- CRM (Customer Relationship Management)
- Experiência do cliente (Customer Experience – CX)
- Indicadores de satisfação (NPS)
- Estratégias de pós-venda

4. Marketing Pessoal e Posicionamento Profissional

- Conceito de marketing pessoal
- Construção da imagem profissional
- Marca pessoal (personal branding)
- Comunicação estratégica e postura profissional
- Networking
- Uso profissional das redes sociais
- Prática de criação de slogan pessoal e script de vendas, visando o desenvolvimento da marca pessoal, da comunicação estratégica e do posicionamento profissional dos alunos.

METODOLOGIA DE ENSINO

A disciplina será conduzida integrando teoria e prática, combinando aulas expositivas dialogadas com análise de estudos de caso, atividades colaborativas em grupo e simulações baseadas em situações do ambiente comercial. As práticas propostas têm como finalidade promover o desenvolvimento de competências relacionadas à negociação, comunicação interpessoal, atendimento ao cliente, aplicação de técnicas de persuasão e construção do posicionamento profissional no contexto de vendas, fundamentadas na ética profissional, no

respeito à diversidade étnico-racial, à diversidade sexual e de gênero, e na promoção do atendimento humanizado.

As atividades também abordarão o reconhecimento e o enfrentamento de preconceitos e discriminação, incentivando uma postura crítica, empática e inclusiva no contexto profissional.

A carga horária prática será distribuída em 10 horas-aula, contemplando as seguintes atividades:

- Desafio de abordagens ao cliente, forma prospectiva e receptiva (Atendimento ao telefone, atendimento presencial e digital), incluindo simulações com diversidade de perfis de clientes e situações que exigem postura ética e inclusiva.
- Simulação de objeções de venda
- Jogo da persuasão (Vender um produto, usando as técnicas de persuasão)
- Oficina de criação de slogan pessoal e script de vendas
- Desafio do vendedor em 1 minuto (Pitch de Vendas)

As aulas práticas serão realizadas presencialmente no laboratório de gestão, por meio de simulações, dinâmicas e oficinas, com aplicação de técnicas de negociação, atendimento ao cliente, persuasão, comunicação, escuta ativa e posicionamento profissional, seguidas de análise e feedback das atividades.

Essas atividades permitirão aos estudantes aplicar, em situações simuladas, estratégias de negociação, técnicas de comunicação persuasiva e práticas de atendimento ao cliente.
As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Mapas Mentais
Questionários Gamificados e quizzes interativos;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Negociação e atendimento ao cliente terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá por meio de relatórios técnicos e da observação do desempenho dos alunos nas atividades práticas, considerando a aplicação das técnicas de negociação, atendimento ao cliente, comunicação, persuasão e posicionamento profissional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CHERNEV, Alexander. **Administração de marketing**. 16. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2024.
[2] SOUZA, Monteiro de. **Atendimento integral:** um guia prático para um atendimento técnico humanizado de excelência. Fortaleza: Premius, 2024. 95 p. ISBN 9786558412441.
[3] BEZERRA, Lisiane Lucena; SILVA, Jessica Laisa Dias da. **Comportamento do consumidor na era digital**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] MOLA, Jeferson. **Negócio fechado!**: as habilidades comportamentais e o sucesso das negociações. São Paulo: Trevisan, 2018. Ebook. (1 recurso online). ISBN 9788595450370.

Disponível em: https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ifce/9788595450370. Acesso em: 10 Mar. 2026.
[2] MCDONALD, Malcolm; ROGERS, Beth. **KAM — key account management**: como gerenciar os clientes estratégicos da sua empresa para vender mais e melhor. 1. ed. Jaraguá do Sul: Autêntica Business, 2019. Ebook. (1 recurso online). ISBN 9788551304617. Disponível em: https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ifce/9788551304617. Acesso em: 10 Mar. 2026.
[3] LANDIM, Gil Heânya Parente. **Seja um vendedor competente**: informações e técnicas para melhores desempenhos. Crato: IFCE - Campus Crato, 2021. 77 p. ISBN 9786587470320. Disponível em: biblioteca.ifce.edu.br/index.asp?codigo_sophia=101646. Acesso em: 10 Mar. 2026.
[4] ADMINISTRAÇÃO de vendas. Organização: Cleyton Izidoro. São Paulo: Pearson, 2016. Ebook. (1 recurso online). ISBN 9788543016962. Disponível em: https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ifce/9788543016962. Acesso em: 10 Mar. 2026.
[5] CIALDINI, Robert B. **As armas da persuasão: como influenciar e não se deixar influenciar**. São Paulo: Sextante, 2012.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: GESTÃO DE EQUIPES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Código: TSVEN103</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
80 horas</td><td>CH Teórica:
60 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
80</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 16</td></tr>
<tr><td colspan="2">Número de Créditos: 4</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Semestre: 1º</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conceito, características, fases e desenvolvimento de equipes. Direitos humanos. Capital humano e liderança. Noções de Gestão de Pessoas para equipes de vendas. Clima e cultura organizacional. Motivação e engajamento de equipes.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar conceitos e estratégias de gestão de equipes para atuação no contexto de vendas. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Equipes
• Conceito, características e tipos de equipes;
• Fases do desenvolvimento de equipes;
• Feedback para o desenvolvimento de equipes;
• Direitos humanos: diversidade racial, sexual e de gênero nas equipes e a importância da representatividade no desempenho de grupos.
• Atividade prática de Direitos Humanos – Práticas Profissionais.

2. Liderança:
• Capital humano nas organizações;
• Teorias e abordagens de liderança;
• Inteligência emocional e comunicação assertiva;
• Desafios da liderança em tempos de mudança;
• Atividade prática de Inteligência Emocional e Comunicação Assertiva – Práticas Profissionais.</td></tr>
</table>

3. Gestão de Pessoas para equipes de vendas:
- Seleção e dinâmicas de grupo;
- Treinamento e desenvolvimento para equipe de vendas;
- Avaliação de desempenho para equipe de vendas.
- Atividade prática de Seleção e Dinâmicas de grupo – Práticas Profissionais.

4. Clima e cultura organizacional;

5. Motivação
- Conceitos e teorias motivacionais;
- Satisfação, motivação e engajamento de equipes;
- Delegação, autonomia e *empowerment*.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Exibição de vídeos;
- Quiz/questionário de aplicação individual ou grupal;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras com gestores(as);
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de simulação das estratégias de gestão de equipes trabalhadas na disciplina, tais como:
- Formação de equipes e dinâmicas de grupo;
- Dramatização de estilos de liderança;
- Simulação de processo seletivo de pessoas;
- Planejamento e execução de treinamento de pessoal;
- Simulação de avaliação de desempenho de equipes de vendas e análise de resultados;
- Oficinas de comunicação e *feedback* em articulação com conhecimentos da disciplina de Comunicação e Expressão;

As atividades referentes à Prática Profissional serão realizadas presencialmente no Laboratório de Práticas de Gestão. Os alunos serão divididos em equipes correspondentes a empresas fictícias, e serão orientados a encenar e analisar situações-problema simuladas, concernentes aos temas de Direitos Humanos, Inteligência Emocional e Comunicação Assertiva e Seleção e Dinâmicas de grupo, e a desenvolver e apresentar resoluções para as mesmas.

As atividades não presenciais envolvem:
- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;

- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Gestão de Equipes terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.
▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das atividades referentes à Prática Profissional ocorrerá por meio da observação e apreciação do desempenho do estudante na execução das atividades propostas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: o novo papel da gestão do talento humano. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.
[2] MILKOVICH. George T. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2018.
[3] VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de pessoas**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] BARROS NETO, João Pinheiro de. **Gestão de pessoas 4.0**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2022. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 04 mar 2026.
[2] KNAPIK, Janete. **Gestão de pessoas e talentos**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2012. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 04 mar 2026.
[3]KOPS, Lucia Maria Horn; SILVA, Selma França da Costa e; ROMERO, Sonia Maria Thater. Gestão de pessoas: conceitos e estratégias. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2013. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 04 mar 2026.
[4] RAHME, Lucia Helena. **Comunicação, marketing e novas tecnologias na gestão de pessoas**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2017. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 04 mar 2026.
[5] SILVA, Caio Camargo da. **Gestão de pessoas e equipes de vendas**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 04 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN104</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
20 horas</td><td>CH Prática:
20 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 1º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Comunicação. Linguagem Verbal e Não-Verbal. Linguagem oral e escrita. Produção Textual. Leitura e Interpretação de textos. Comunicação Profissional. Oratória.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Capacitar o estudante a compreender e aplicar os princípios da comunicação em diferentes situações sociais e profissionais, desenvolvendo habilidades de expressão oral e escrita, leitura crítica e produção textual adequada a diversos gêneros e níveis de formalidade. Promover a competência comunicativa necessária para a elaboração de documentos acadêmicos e administrativos, além de aprimorar a capacidade de argumentação e de apresentação oral.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos da Comunicação e Expressão
• Processos e elementos da comunicação;
• Barreiras à comunicação;
• Comunicação, identidade e interculturalidade;
• Diversidade étnico-racial na comunicação.

2. Fundamentos de Linguagem
• Linguagem Verbal e Não-Verbal;
• Linguagem oral e escrita; diferenças entre fala espontânea e escrita planejada;
• Diferenças entre fala espontânea e escrita planejada;
• Níveis de formalidade: norma culta vs. linguagem informal.
• Linguagem inclusiva.</td></tr>
</table>

3. Produção Textual:
- Estrutura de textos;
- Coesão e coerência;
- Tipos de argumentos;
- Gêneros textuais.

4. Leitura e Interpretação:
- Análise crítica;
- Resumo;
- Esquematização de textos.

5. Comunicação Profissional:
- Comunicação organizacional;
- Elaboração de relatórios e documentos administrativos;
- Inclusão, diversidade e combate ao racismo na comunicação profissional.

6. Técnicas de oratória.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Exibição de vídeos;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras;
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de aplicação dos conhecimentos teóricos trabalhados, de modo que poderão ser realizadas atividades tais como:
- Elaboração de textos;
- Exercícios de leitura e interpretação textual;
- Exercícios de aplicação de técnicas de oratória, comunicação verbal e não verbal;
- Preparação e realização de videocast/podcast;
- Entrevistas (reais e/ou simuladas);
- Oficinas de comunicação e *feedback* em articulação com conhecimentos das disciplinas de Gestão de Equipes e Negociação e Atendimento ao Cliente.

As atividades não presenciais envolvem:
- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros) e do estúdio de gravações localizado no Auditório.

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Comunicação e Expressão terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificadas de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] DENNING, Stephen. **O poder das narrativas nas organizações**: o guia para líderes sobre o uso da técnica de narrativas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
[2] ELIAS, Vanda Maria. **Ensino de Língua Portuguesa:** oralidade, escrita e leitura. São Paulo: Contexto, 2022.
[3] FARACO, Carlos Alberto. **Oficina de texto**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] CECATO, Valdete. **Comunicação corporativa:** gestão, imagem e posicionamento. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2011. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 07 mar 2026.
[2] ILHESCA, Daniela Duarte et al. Comunicação e expressão. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2012. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 07 mar 2026.
[3] KYRILLOS, Leny; SARDENBERG, Carlos Alberto. **Comunicação e liderança**. 1. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2019. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 07 mar 2026.
[4] POLITO, Reinaldo. **Superdicas para falar bem em conversas e apresentações.** São Paulo: Saraiva, 2005.
[5] ROSENBERG, Marshall B. **Comunicação não violenta:** técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais. 5 ed. São Paulo: Ágora, 2021.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: OPERAÇÃO DE CAIXA</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN105</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
20 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 1º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Fundamentos e rotinas das operações de caixa no comércio. Meios e condições de pagamento e recebimento. Controle e conferência de valores e disponibilidades. Administração de contas a pagar e a receber. Projeção do fluxo de caixa. Necessidades de crédito e excedentes de caixa.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Capacitar o estudante para realizar operações de caixa e aplicar controles financeiros em estabelecimentos comerciais, desenvolvendo competências para registrar vendas e recebimentos, controlar disponibilidades e contas a pagar e a receber, elaborar e analisar fluxos de caixa projetados e avaliar alternativas de aplicações financeiras, utilizando ferramentas e situações práticas, com eficiência, segurança e responsabilidade. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Operações e Rotinas de Caixa
• Abertura e fechamento de caixa;
• Sistemas de ponto de venda (PDV);
• Registro, conferência, cancelamento e estorno de operações;
• Suprimento, sangria e quebra de caixa;
• Segurança e prevenção de perdas e fraudes.

2. Formas e Condições de Pagamento e Recebimento</td></tr>
</table>

- Meios de pagamento: dinheiro, PIX, cartões, boletos e crediário;
- Vendas à vista, a prazo e parceladas;
- Taxas, prazos de recebimento e antecipação de recebíveis;
- Descontos e diferenciação de preços conforme as condições de pagamento.

3. Controle de Disponibilidades

- Controle de saldos de caixa e contas bancárias;
- Conciliação de caixa e bancária.

4. Contas a Pagar e a Receber

- Controle de pagamentos;
- Controle de recebimentos;
- Inadimplência e cobrança;
- Prática de elaboração, em planilha eletrônica, de controles de contas a pagar e a receber de uma empresa comercial - Prática Profissional Supervisionada.

5. Fluxo de Caixa

- Previsão de entradas e saídas;
- Fluxo de caixa projetado;
- Identificação de necessidades de crédito e de excedentes de caixa.
- Prática de elaboração e análise, em planilha eletrônica, do fluxo de caixa projetado de uma empresa comercial, considerando a previsão de entradas e saídas e a identificação de necessidades de crédito ou excedentes de caixa - Prática Profissional Supervisionada.

METODOLOGIA DE ENSINO

A disciplina será desenvolvida com abordagem teórico-prática, priorizando metodologias ativas e situações reais do ambiente comercial.
Serão utilizadas estratégias como:

- Aulas expositivas dialogadas
- Estudos de caso do varejo
- Demonstrações de rotinas de caixa
- Simulações de atendimento ao cliente
- Atividades práticas com situações reais de venda
- Exercícios de cálculo de troco e conferência de caixa
- Prática profissional simulada de operação de caixa

As aulas de Prática Profissional Supervisionada serão realizadas presencialmente no laboratório de informática. Os estudantes, organizados em grupos e com o uso de planilhas eletrônicas, desenvolverão práticas de controle de contas a pagar e a receber e de elaboração e análise do fluxo de caixa projetado de uma empresa comercial.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;

- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Laboratório de Informática;
Computadores com editor de planilha
Calculadoras;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina ocorrerá em seus aspectos qualitativos e quantitativos, segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD, do IFCE. A avaliação terá caráter formativo, visando ao acompanhamento permanente do aluno. Desta forma, serão usados instrumentos e técnicas diversificadas de avaliação, deixando sempre claro os seus objetivos e critérios.

A avaliação será contínua e formativa, considerando o desenvolvimento das competências ao longo da disciplina.

Serão utilizados os seguintes instrumentos:

- Exercícios práticos em laboratório
- Atividades aplicadas ao contexto de vendas
- Produção de documentos comerciais digitais
- Elaboração de planilhas de controle de vendas
- Participação nas atividades e discussões em aula
- Trabalho prático final integrando ferramentas digitais e inteligência artificial

Serão observados critérios como:

- Domínio das ferramentas digitais
- Organização e clareza das informações
- Aplicação dos conteúdos à área de vendas
- Participação e comprometimento nas atividades propostas

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá por meio da análise das planilhas elaboradas em grupo e da observação do desempenho dos estudantes durante a realização das atividades práticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] GITMAN, L. J.; ZUTTER, C. J. **Princípios de administração financeira**. 14. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2017. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

[2] MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. **Administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2018. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

[3] NASCIMENTO, André do (org.). **Gestão do capital de giro**. São Paulo: Pearson, 2015. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] CRUZ, June Alisson Westarb; ANDRICH, Emir Guimarães. **Gestão financeira moderna**: uma abordagem prática. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2013. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

[2] DAMIANI, Alexandre. **Verdade financeira**. 1. ed. São Paulo: DSOP, 2013. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

[3] FERREIRA, Marcelo. **Tecnologia e gestão financeira**: reconstruindo a realidade. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

[4] MORAES, Vinícius Diniz. **Novas tecnologias aplicadas à gestão financeira**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

[5] ZEDEBSKI, Edson Miguel. **Gestão financeira**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 13 set 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: INFORMÁTICA E TECNOLOGIAS</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN106</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
20 horas</td><td>CH Prática:
20 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 1º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Fundamentos da informática. Componentes de hardware e software. Sistemas operacionais e organização de arquivos. Ferramentas de produtividade digital (editores de texto, planilhas e apresentações). Internet, comunicação digital e segurança da informação. Tecnologias digitais aplicadas à área de vendas. Uso de planilhas e ferramentas digitais para controle de clientes, estoque e vendas. Introdução à inteligência artificial e suas aplicações no comércio e no atendimento ao cliente.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Capacitar o estudante a utilizar ferramentas de informática e tecnologias digitais como suporte às atividades comerciais, desenvolvendo competências para organização de dados, comunicação digital, análise de informações de vendas e utilização de ferramentas baseadas em inteligência artificial para otimização de processos comerciais.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos de Informática
• Conceitos básicos de informática e tecnologia da informação
• Hardware: componentes básicos do computador
• Software: sistemas operacionais e aplicativos
• Organização de arquivos e pastas
• Noções de armazenamento em nuvem

2. Ferramentas Digitais de Produtividade
• Editor de textos para documentos comerciais (orçamentos, propostas e comunicações com clientes)</td></tr>
</table>

- Editor de apresentações para apresentação de produtos e serviços
- Formatação de documentos e relatórios comerciais

Prática:
- Criar proposta comercial em editor de texto
- Desenvolver apresentação de produto para vendas

3. Planilhas Aplicadas à Gestão de Vendas
- Estrutura básica de planilhas
- Fórmulas e funções básicas (soma, média, porcentagem)
- Organização de dados de clientes e vendas
- Criação de tabelas e gráficos
- Controle de estoque e vendas em planilhas

Prática:
- Criar planilha de controle de vendas
- Elaborar planilha de cálculo de descontos e comissões

4. Internet e Comunicação Digital para Vendas
- Navegação e busca eficiente de informações
- E-mail profissional e comunicação digital com clientes
- Ferramentas digitais de atendimento ao cliente
- Uso de redes sociais no comércio
- Segurança da informação e proteção de dados

Prática:
- Elaboração de e-mail comercial
- Simulação de atendimento digital ao cliente

5. Inteligência Artificial Aplicada às Vendas
- Conceitos básicos de inteligência artificial
- Ferramentas de IA para produtividade e vendas
- Uso da IA para geração de textos comerciais
- Apoio da IA na análise de dados de vendas
- Ética e responsabilidade no uso da inteligência artificial

Prática:
- Utilização de IA para criar mensagens de vendas
- Uso de IA para gerar ideias de campanhas comerciais
- Simulação de análise de dados de vendas com apoio de IA

METODOLOGIA DE ENSINO

A disciplina será desenvolvida por meio de abordagem teórico-prática, priorizando metodologias ativas que estimulem a participação dos estudantes e a aplicação dos conteúdos em situações reais da área comercial.

Serão utilizadas estratégias como:

- Aulas expositivas dialogadas
- Demonstrações práticas em laboratório de informática
- Resolução de problemas e estudos de caso da área de vendas
- Atividades práticas utilizando softwares e ferramentas digitais
- Desenvolvimento de exercícios aplicados à rotina comercial
- Simulações de situações reais de vendas com apoio tecnológico
- Uso orientado de ferramentas de inteligência artificial para fins educacionais

A proposta metodológica busca desenvolver autonomia digital, pensamento crítico e habilidades tecnológicas essenciais para o profissional de vendas no contexto da economia digital.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Laboratório de Informática;
Notebook/Tablet;
Computadores com acesso à internet;
Editor de planilha e apresentações;
Ferramentas digitais e plataformas de inteligência artificial;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina ocorrerá em seus aspectos qualitativos e quantitativos, segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD, do IFCE. A avaliação terá caráter formativo, visando ao acompanhamento permanente do aluno. Desta forma, serão usados instrumentos e técnicas diversificadas de avaliação, deixando sempre claro os seus objetivos e critérios.

A avaliação será contínua e formativa, considerando o desenvolvimento das competências ao longo da disciplina.

Serão utilizados os seguintes instrumentos:

- Exercícios práticos em laboratório
- Atividades aplicadas ao contexto de vendas
- Produção de documentos comerciais digitais
- Elaboração de planilhas de controle de vendas
- Participação nas atividades e discussões em aula
- Trabalho prático final integrando ferramentas digitais e inteligência artificial

Serão observados critérios como:

- Domínio das ferramentas digitais
- Organização e clareza das informações
- Aplicação dos conteúdos à área de vendas
- Participação e comprometimento nas atividades propostas

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. **Tecnologia da informação e desempenho empresarial: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
[2] STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de sistemas de informação**. 11. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
[3] VELLOSO, Fernando de Castro. **Informática: conceitos básicos**. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 11. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.
[2] MORAZ, Eduardo. **Excel aplicado à gestão empresarial**. São Paulo: DVS Editora, 2016.
[3] TURBAN, Efraim; VOLONINO, Linda. **Tecnologia da informação para gestão: em busca de melhor desempenho estratégico e operacional**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

[4] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.
[5] JOÃO, Belmiro do Nascimento (org.). **Informática aplicada**. São Paulo: Pearson, 2015. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br Acesso em: 09 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: MATEMÁTICA COMERCIAL</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN107</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
40 horas</td><td>CH Prática:
0 horas</td><td>CH Prática Profissional:
0 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais: 40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito:
Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 1º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível:
Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Estudo dos fundamentos da Matemática Básica, com ênfase no desenvolvimento do raciocínio lógico, da autonomia no cálculo e da resolução de problemas. Conjuntos numéricos e operações fundamentais. Expressões numéricas e algébricas. Razão, proporção e porcentagem. Equações do 1º grau. Potenciação e radiciação. Noções introdutórias de matemática financeira. Leitura e interpretação de dados em tabelas e gráficos. Aplicação dos conceitos matemáticos como base para disciplinas técnicas do curso.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVOS</td></tr>
<tr><td colspan="4">Desenvolver o raciocínio lógico-matemático e a autonomia na resolução de problemas, assegurando domínio dos conceitos fundamentais da Matemática Básica como base para as disciplinas técnicas do curso de Vendas.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos Numéricos e Operações
• Conjuntos numéricos: naturais, inteiros e racionais
• Operações fundamentais e propriedades
• Expressões numéricas (ordem das operações)
• Potenciação e radiciação

2. Linguagem Algébrica e Equações
• Expressões algébricas
• Valor numérico</td></tr>
</table>

- Equações do 1º grau
- Resolução de situações-problema

3. Razão, Proporção e Porcentagem

- Razão e proporção
- Regra de três simples composta
- Porcentagem
- Acréscimos e decréscimos percentuais
- Variação percentual

4. Noções de Matemática Financeira e Interpretação de Dados

- Conceitos básicos de matemática financeira
- Juros simples
- Noção introdutória de juros compostos
- Leitura e interpretação de tabelas
- Análise e construção de gráficos

METODOLOGIA DE ENSINO

A disciplina será desenvolvida por meio de:

- Aulas expositivo-dialogadas;
- Resolução orientada de exercícios e situações-problema contextualizadas;
- Atividades individuais e em grupo;
- Uso de calculadora como ferramenta de apoio;
- Análise de dados apresentados em planilhas e relatórios simples;
- Exercícios progressivos do nível básico ao aplicado.

A abordagem priorizará a compreensão conceitual antes da aplicação, fortalecendo a base matemática necessária às disciplinas técnicas do curso.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica e mapas mentais
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;

Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina ocorrerá em seus aspectos qualitativos e quantitativos, segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD, do IFCE. A avaliação terá caráter formativo, visando ao acompanhamento permanente do aluno. Desta forma, serão usados instrumentos e técnicas diversificadas de avaliação, deixando sempre claro os seus objetivos e critérios.

A avaliação será contínua e formativa, considerando:

- Resolução de exercícios e listas de atividades;
- Participação nas aulas;
- Trabalhos individuais e/ou em grupo;
- Avaliações escritas;
- Situações-problema contextualizadas.

Critérios observados:

- Correção matemática;
- Clareza no desenvolvimento dos cálculos;
- Interpretação adequada de problemas;
- Organização e raciocínio lógico.

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] DANTE, Luiz Roberto. **Matemática**: contexto & aplicações. 3. ed. São Paulo: Ática, 2016.
[2] IEZZI, Gelson; DOLCE, Osvaldo; DEGENSZAJN, David Mauro; PÉRIGO, Roberto. **Matemática**: ciência e aplicações. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
[3] MOLTER, A. et al. **Tópicos de matemática básica**. São Paulo: Ciência Moderna, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] HAZZAN, Samuel; POMPEO, José Nicolau. **Matemática financeira**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
[2] IEZZI, Gelson et al. **Fundamentos de matemática elementar**. São Paulo: Atual, 2013.

[3] SILVA, Cláudio Xavier da; BARRETO FILHO, Benigno. **Matemática básica**. São Paulo: FTD, 2014
[4] SILVEIRA, Ênio; MARQUES, Cláudio. **Matemática: compreensão e prática**. 2ª Ed. São Paulo: Moderna, 2013.
[5] BONAFINI, Fernanda César (org.). **Matemática**. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2018. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 09 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO E CRIATIVIDADE</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN201</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
80 horas</td><td>CH Teórica:
60 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
80</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 16</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 4</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Estudo dos princípios do empreendedorismo e sua importância para o desenvolvimento econômico e social. Desenvolvimento da criatividade aplicada à geração de ideias e soluções para negócios e desafios mercadológicos. Análise e elaboração de modelos de negócios. Introdução aos conceitos de economia criativa e economia circular. Discussão dos fundamentos da sustentabilidade aplicada aos negócios.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar conceitos de empreendedorismo, criatividade e sustentabilidade em modelos de negócios contemporâneos no contexto de vendas. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos de Empreendedorismo
• Conceito e importância do empreendedorismo;
• Perfil e características do empreendedor;
• Identificação de oportunidades de negócio;
• Planejamento inicial de um empreendimento;
• Noções básicas de plano de negócios;
• Prática de oficina de criatividade e ideação, utilizando técnicas de geração de ideias para desenvolvimento de soluções inovadoras - Práticas Profissionais.

2. Criatividade</td></tr>
</table>

- Conceito e importância da criatividade nos negócios;
- Criatividade aplicada ao empreendedorismo e às vendas;
- Técnicas de geração de ideias;
- Inovação como diferencial competitivo;
- Desenvolvimento de soluções criativas para problemas de mercado;

3. Modelos de Negócios:

- Conceito de modelo de negócios;
- Estrutura básica de um modelo de negócios;
- Proposta de valor e segmentação de clientes;
- Canais de distribuição e relacionamento com clientes;
- Estrutura de custos e fontes de receita;
- Introdução ao *Business Model Canvas;*
- Prática de construção do Business Model Canvas, com definição da proposta de valor, segmentos de clientes, canais, relacionamento, fontes de receita, recursos, atividades, parcerias e estrutura de custos - Práticas Profissionais.

4. Novas Economias (Criativa e Circular):

- Conceito de novas economias e transformações no mercado;
- Economia criativa: características e setores;
- Empreendedorismo na economia criativa;
- Conceito de economia circular e sustentabilidade nos negócios;
- Práticas de reaproveitamento, reciclagem e redução de desperdícios;
- Oportunidades de negócios sustentáveis e inovadores;
- Prática de desenvolvimento de uma proposta de negócio baseada na economia criativa ou circular, considerando inovação, sustentabilidade, reaproveitamento de recursos e geração de valor.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Exibição de vídeos;
- Quiz/questionário de aplicação individual ou grupal;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras com gestores(as);
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de simulação e aplicações de ferramentas de marketing trabalhadas na disciplina, tais como:

- Oficina de criatividade e ideação;

- Desenvolvimento de modelo de negócios (Canvas);
- Projeto empreendedor;
- Simulação de *pitch* empresarial;
- Desafio de inovação sustentável;
- Aprendizagem baseada em problemas (PBL) com resolução de problemas reais de pequenos negócios locais;
- Visitas técnicas ou encontros com empreendedores;

As aulas práticas das práticas profissionais serão realizadas presencialmente no Laboratório de Gestão, por meio de oficinas, dinâmicas e atividades em grupo, utilizando técnicas de criatividade e ideação para identificação de oportunidades e desenvolvimento de soluções inovadoras.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Empreendedorismo e Criatividade terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:

▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;

▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.
▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá por meio da entrega e apresentação do Business Model Canvas e da ideia de negócio, considerando a coerência da proposta, sua viabilidade e potencial de mercado, o caráter inovador da solução, a aplicação dos conceitos de empreendedorismo, a clareza na apresentação e a participação dos alunos nas atividades práticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] ORTIZ, Felipe Chibás. **Criatividade, inovação e empreendedorismo**: startups e empresas digitais na economia criativa. 1. ed. São Paulo - SP: Phorte, 2021.
[2] SERTEK, Paulo. **Empreendedorismo**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2012.
[3] FABRETE, Teresa Cristina Lopes. **Empreendedorismo**. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] PEARSON EDUCATION DO BRASIL. **Criatividade e inovação**. São Paulo, SP: Pearson, 2011. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[2] PAIXÃO, Márcia Valéria. **Inovação em produtos e serviços**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[3] SILVA, Marcos Ruiz da. **Empreendedorismo**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[4] MACEDO, Erique Abreu (org.). **Pesquisa de mercado**. Rio de Janeiro, RJ: Freitas Bastos, 2025. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.

[5] ZAVADIL, Paulo Ricardo. **Plano de negócios**: uma ferramenta de gestão. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2012. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: GESTÃO DE PONTOS DE VENDA</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN202</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
80 horas</td><td>CH Teórica:
60 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
80</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 16</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 4</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Estudo dos princípios e práticas relacionadas à gestão do ponto de venda no contexto do comércio varejista. Organização e funcionamento do ponto de venda, rotinas administrativas, controle de produtos e atendimento ao cliente. Estratégias de comunicação visual e técnicas de vitrinismo. Estratégias de organização do espaço de vendas, exposição de produtos e melhoria da experiência do consumidor no ambiente comercial.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar conceitos de gestão e estratégias de comunicação visual e vitrinismo no contexto da experiência do consumidor no ponto de venda. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos de Gestão do Ponto de Venda
• Conceito e importância do ponto de venda no varejo;
• O papel do ponto de venda na estratégia de marketing e vendas;
• Organização e layout do ponto de venda;
• Experiência do cliente no ambiente de compra;
• Merchandising e estímulo à compra por impulso;
• Tendências no varejo e inovação no ponto de venda;

2. Rotinas Administrativas de um Ponto de Venda
• Organização e funcionamento das operações no ponto de venda;</td></tr>
</table>

- Controle de estoque e reposição de mercadorias;
- Precificação e etiquetagem de produtos;
- Registro e controle de vendas;
- Organização do espaço de vendas e armazenamento de produtos;
- Atendimento ao cliente e pós-venda.
- Prática de planejamento e organização de um ponto de venda físico – Práticas Profissional.

3. Ponto de Venda Digital e E-commerce

- Conceito de ponto de venda digital e comércio eletrônico;
- Evolução do e-commerce e sua importância para as vendas;
- Principais modelos de e-commerce (B2C, B2B, C2C e marketplace);
- Plataformas digitais de vendas (lojas virtuais, marketplaces e redes sociais);
- Estrutura básica de uma loja virtual (catálogo de produtos, carrinho de compras, meios de pagamento e logística);
- Experiência do cliente no ambiente digital;
- Estratégias de apresentação e descrição de produtos online;
- Atendimento ao cliente em canais digitais;
- Segurança, confiança e reputação em vendas online;
- Integração entre ponto de venda físico e digital (omnicanalidade);
- Prática de desenvolvimento de uma proposta de ponto de venda digital – Prática Profissional.

4. Comunicação Visual no Ponto de Venda

- Conceito e importância da comunicação visual no varejo;
- Elementos da comunicação visual (cores, iluminação, sinalização e disposição dos produtos);
- Materiais de ponto de venda (cartazes, displays, banners e sinalização);
- Estratégias de destaque e promoção de produtos;
- Identidade visual da loja e padronização da comunicação;
- Influência da comunicação visual na decisão de compra;

5. Vitrinismo

- Conceito e função da vitrine no varejo;
- Tipos de vitrines e seus objetivos;
- Planejamento e montagem de vitrines;
- Composição visual: cores, iluminação, cenografia e disposição de produtos;
- Vitrines temáticas e sazonais;
- Avaliação da eficácia da vitrine para atração de clientes.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;

- Exibição de vídeos;
- Quiz/questionário de aplicação individual ou grupal;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras com gestores(as);
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de simulação e aplicações de ferramentas de marketing trabalhadas na disciplina, tais como:

- Visita e análise de ponto de venda em estabelecimento local;
- Elaboração de projeto de layout de loja (física e/ou virtual);
- Criação de vitrine temática (Natal, Dia das Mães, *Black Friday* etc.);
- Simulação de organização de ponto de venda (física e/ou virtual);
- Desenvolvimento de materiais de comunicação visual;

As aulas práticas das práticas profissionais serão realizadas presencialmente nos Laboratórios de Gestão e de Informática, por meio de oficinas e atividades em grupo, envolvendo o planejamento e a organização de pontos de venda físicos e digitais, com aplicação dos conceitos estudados em situações práticas.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Gestão de Pontos de Venda terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.

Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.
▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica;
Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.
Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.
As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá por meio da entrega e apresentação das propostas de ponto de venda físico e digital, considerando a organização e adequação das propostas, a aplicação dos conceitos estudados, a criatividade, a clareza na apresentação e a participação dos alunos nas atividades práticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CHERNEV, Alexander. **Administração de marketing**. 16. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2024.
[2] STEFANO, Nara; ZATTAR, Izabel Cristina. **E-commerce**: conceitos, implementação e gestão. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2016.
[3] ROBBINS, S. P.; DECENZO, D. A. **Fundamentos de administração**: conceitos essenciais e aplicações. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira; CANUTO, Simone Aparecida. **Administração com qualidade**: conhecimentos necessários para a gestão moderna. 1. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2010. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[2] AIRES, Ana Paula Fernandez Gonzalez. **Atendimento ao cliente no e-commerce**. Curitiba, PR: Contentus, 2021. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.

[3] SANTOS, Renato da Costa dos. **Layout físico e virtual**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[4] FARRA, Samanta Puglia Dal; GEBER, Cláudia Osna. **Gestão de vendas**: uma visão sobre a arte de vender. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[5] FREITAS BASTOS EDITORA; MACEDO, Erique Abreu (org.). **Gestão de Canais de Distribuição e Vendas**. 1. ed. Rio de Janeiro: República 01, 2025. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: DIREITO DO CONSUMIDOR</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN203</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
30 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Estudo da legislação de proteção e defesa do consumidor no Brasil. Direitos básicos do consumidor. Relações de consumo. Responsabilidade do fornecedor. Práticas comerciais e publicidade. Proteção contratual. Atendimento ao consumidor e resolução de conflitos nas relações de consumo. Aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas atividades de vendas.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar os princípios e normas do Código de Defesa do Consumidor nas atividades de vendas, atendimento ao cliente e relações comerciais.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos das Relações de Consumo
• Origem da proteção ao consumidor
• Conceitos de consumidor, fornecedor, produto e serviço
• Relação de consumo
• Princípios da política nacional de defesa do consumidor

2. Direitos Básicos do Consumidor
• Direitos fundamentais do consumidor
• Proteção contra publicidade enganosa e abusiva
• Direito à informação clara e adequada
• Proteção contra práticas abusivas
• Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)
• Educação para o consumo</td></tr>
</table>

2. Responsabilidade do Fornecedor
- Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço
- Responsabilidade por vício do produto ou serviço
- Garantias legais e contratuais
- Prazo para reclamação
- Trocas e devoluções

3. Órgãos de Defesa do Consumidor e Resolução de Conflitos
- Sistema nacional de defesa do consumidor
- Atuação do PROCON
- Registro de reclamações e mediação de conflitos
- Direitos do consumidor no comércio físico e digital
- Boas práticas comerciais e atendimento ético

METODOLOGIA DE ENSINO

A disciplina será conduzida integrando teoria e prática, combinando aulas expositivas dialogadas com análise de estudos de caso, atividades colaborativas em grupo e simulações baseadas em situações do ambiente comercial. As práticas propostas têm como finalidade promover o desenvolvimento de competências relacionadas à interpretação da legislação de defesa do consumidor, análise de relações de consumo, resolução de conflitos entre consumidores e fornecedores e aplicação ética das normas nas atividades comerciais e de vendas.

A carga horária prática será distribuída em 10 horas-aula, contemplando as seguintes atividades:

- Visita técnica ao PROCON: Visita ao órgão para conhecer, na prática, o atendimento ao consumidor e a mediação de conflitos nas relações de consumo.
- Simulação de Atendimento ao Consumidor: encenação de situações de reclamação, troca de produto ou solicitação de garantia, aplicando o CDC no atendimento.
- Análise de Publicidade Comercial: avaliação de propagandas para identificar publicidade enganosa ou abusiva.
- Estudo de Caso de Conflito de Consumo: análise e resolução de um caso completo envolvendo relação de consumo, com apresentação da solução fundamentada no CDC.

Essas atividades permitirão aos estudantes aplicar, em situações simuladas e casos práticos, os princípios do Código de Defesa do Consumidor, desenvolvendo habilidades de identificação de relações de consumo, interpretação dos direitos do consumidor, resolução de conflitos e atendimento ético ao cliente, considerando a atuação do PROCON.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS
Slides; Textos; Livros; Mapas Mentais Questionários Gamificados e quizzes interativos; Quadro branco e pincel; Projetor multimídia; Notebook/Tablet; Programas do Pacote Office; Filmes e documentários; Papel e caneta; Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).
AVALIAÇÃO
A avaliação da disciplina Direito do Consumidor terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais. Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como: ▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas; ▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos; ▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos; ▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos; ▪ Postura e desempenho; ▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo. ▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica. Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE. Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos. As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CHERNEV, Alexander. **Administração de marketing**. 16. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2024.
[2] STEFANO, Nara; ZATTAR, Izabel Cristina. **E-commerce**: conceitos, implementação e gestão. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2016.
[3] ROBBINS, S. P.; DECENZO, D. A. **Fundamentos de administração**: conceitos essenciais e aplicações. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira; CANUTO, Simone Aparecida. **Administração com qualidade**: conhecimentos necessários para a gestão moderna. 1. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2010. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[2] AIRES, Ana Paula Fernandez Gonzalez. **Atendimento ao cliente no e-commerce**. Curitiba, PR: Contentus, 2021. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[3] SANTOS, Renato da Costa dos. **Layout físico e virtual**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[4] FARRA, Samanta Puglia Dal; GEBER, Cláudia Osna. **Gestão de vendas**: uma visão sobre a arte de vender. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.
[5] FREITAS BASTOS EDITORA; MACEDO, Erique Abreu (org.). **Gestão de Canais de Distribuição e Vendas**. 1. ed. Rio de Janeiro: República 01, 2025. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 08 mar 2026.

Coordenador do Curso	Setor Pedagógico
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: INGLÊS INSTRUMENTAL</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN204</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
30 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">A origem e objetivos do inglês instrumental. Estudo das estratégias de leitura. Análise de grupos nominais. Identificação de estruturas verbais (presente, passado, futuro, voz ativa e passiva). Formação das palavras (afixação). Reconhecimento de marcadores de transição. Referência contextual (pronomes). A organização textual e a inferência de conteúdo. Termos técnicos aplicados à área de Vendas.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Desenvolver as habilidades de compreensão leitora em Língua Inglesa, em especial, de textos mais comuns à área de Vendas, por meio do conhecimento básico das estratégias de leitura, gêneros textuais, elementos léxico-gramaticais dessa língua, bem como da compreensão de aspectos socioculturais e interculturais das comunidades falantes do inglês.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Histórico e objetivos do inglês instrumental (inglês para fins específicos).

2. Estratégias de leitura (reading strategies)
• Skimming
• Scanning
• marcas tipográficas
• cognatos
• indexação de questões.

3. Ordem das palavras (word order).</td></tr>
</table>

4. Grupos nominais (noun phrases).

6. Formação das palavras (Word formation): prefixes e sufixes.

7. Tempos e modos verbais (marcadores de tempo): presente, passado, futuro.

8. Estruturas verbais: voz ativa e passiva.

9. Referência pronominal.

9. Vocabulário específico da área de Vendas.

METODOLOGIA DE ENSINO

A exposição do conteúdo será de forma dialógica, viabilizando a leitura e a interpretação de textos de gêneros diversos na referida língua por meio de estratégias de leitura. Os alunos receberão orientações sobre estratégias específicas para a realização dos exercícios teórico-práticos.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de simulação das estratégias de gestão de equipes trabalhadas na disciplina, tais como:

- Atividades individuais e grupais;
- Atividades de *reading* sendo utilizada a técnica de aprendizado cooperativo

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Material de apoio (listas de exercícios);
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Inglês Instrumental terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] **Dicionário Oxford Escolar: para estudantes brasileiros de Inglês**: Com CD-ROM: Nova ortografia. Oxford: Oxford University Press, 2009.
[2] LINS, L. M. A. **Inglês instrumental: estratégias de leitura e compreensão textual**. Recife, Livro Rápido, 2010.
[3] VELOSO, M. S. **Inglês instrumental para vestibulares e concursos**. Brasília: Vestcon, 2011. v.1: Gramática.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] LAPKOSKI, Graziella Araujo de Oliveira. **Do texto ao sentido**: teoria e prática de leitura em língua inglesa. Curitiba: InterSaberes, 2012.
[2] LAROUSSE EDITORIAL. **Inglês mais fácil para escrever:** atualizado**.** São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.
[3] MEDRANO, Verônica Laura; OLIVEIRA, Mauricio Pereira de. **Tira-dúvidas de inglês:** como empregar corretamente palavras, estruturas gramaticais e evitar erros comuns. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.
[4] VELOSO, M. S. **Inglês instrumental para vestibulares e concursos.** Brasília: Vestcon, 2011. v.2: Gramática.
[5] WRIGHT, Andrew; BETTERIDGE, David; BUCKBY, Michael. **Games for language learning**. 3ª ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

Coordenador do Curso _____	**Setor Pedagógico** _____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: GESTÃO DA LOGÍSTICA, PRODUÇÃO E QUALIDADE</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN205</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
80 horas</td><td>CH Teórica:
60 horas</td><td>CH Prática:
20 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
80</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 16</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 4</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Fundamentos da logística, da gestão da qualidade e dos processos operacionais aplicados às atividades comerciais. Cadeia de suprimentos, canais de distribuição, gestão de estoques, armazenagem, movimentação e processamento de pedidos. Nível de serviço logístico e sua relação com a satisfação do cliente. Ferramentas da qualidade, melhoria contínua, redução de perdas e desperdícios. Sustentabilidade nas operações logísticas e comerciais, logística reversa, responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, gestão de resíduos e embalagens, consumo responsável e princípios da economia circular. Indicadores logísticos e de qualidade aplicados à tomada de decisão.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar fundamentos de logística, gestão da qualidade e processos operacionais vinculados às atividades comerciais, articulando gestão de estoques, distribuição, nível de serviço, redução de perdas e práticas ambientalmente responsáveis, de modo a contribuir para a eficiência das operações de vendas e para a satisfação do cliente.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
</table>

1. Logística aplicada às atividades comerciais e de vendas

- Conceitos, objetivos e funções da logística;
- A logística como suporte às vendas, à disponibilidade de produtos e à geração de valor para o cliente;
- Cadeia de suprimentos e fluxos de materiais, produtos e informações;
- Integração entre vendas, estoque, distribuição e atendimento ao cliente.

2. Canais de distribuição e nível de serviço logístico

- Canais de distribuição físicos e digitais;
- Processamento e acompanhamento de pedidos;
- Prazos, disponibilidade de produtos, entregas, trocas e devoluções;
- Nível de serviço logístico e sua relação com a experiência e a satisfação do cliente;
- Indicadores básicos de desempenho logístico.

3. Gestão de estoques, armazenagem e movimentação

- Funções e tipos de estoque;
- Reposição, inventário e controle de estoques;
- Gestão de estoques e Curva ABC;
- Rupturas, excessos de estoque e seus impactos nas vendas;
- Noções de armazenagem, movimentação e organização de mercadorias;
- Prevenção de perdas e avarias.

4. Gestão da qualidade e melhoria contínua

- Qualidade aplicada às operações comerciais e logísticas;
- Ciclo PDCA e princípios de melhoria contínua;
- Ferramentas da qualidade: folha de verificação, brainstorming, Diagrama de Pareto, Diagrama de Ishikawa e 5W2H;
- Kaizen e acompanhamento de indicadores de desempenho.

5. Eficiência operacional e redução de desperdícios

- Noções da filosofia Lean aplicadas às operações comerciais e logísticas;
- Identificação de perdas e desperdícios de materiais, tempo, espaço e recursos;
- Práticas de redução de perdas, racionalização de processos e aumento da eficiência operacional.

6. Educação ambiental, sustentabilidade e logística reversa

- Ética e responsabilidade ambiental no exercício profissional;
- Impactos ambientais associados às operações de transporte, distribuição, armazenagem e consumo;
- Consumo e produção responsáveis;
- Gestão de resíduos e embalagens no comércio;
- Logística reversa e responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos;
- Princípios da economia circular: redução, reutilização, recuperação e reciclagem;
- Práticas sustentáveis no varejo, nos estoques e na distribuição, incluindo racionalização de recursos e redução de emissões.

7. Saúde e segurança nas operações logísticas

- Riscos ocupacionais relacionados à armazenagem e à movimentação de mercadorias;
- Noções de ergonomia e prevenção de acidentes;

- Uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e Equipamentos de Proteção Coletiva (EPCs), quando aplicáveis.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Exibição de imagens, diagramas e vídeos;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Quiz/questionário de aplicação individual ou grupal;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Visitas técnicas;
- Relatórios.

Na carga horária prática, poderão ser desenvolvidas atividades como:

- Mapeamento simplificado da cadeia de suprimentos e do fluxo logístico de empreendimentos comerciais;
- Aplicação da Curva ABC e elaboração de controles básicos de estoque;
- Simulação de processos de reposição, armazenagem, separação e atendimento de pedidos;
- Análise de situações de ruptura, excesso de estoque, atrasos e devoluções e seus impactos sobre as vendas e a satisfação do cliente;
- Aplicação de ferramentas da qualidade na identificação e solução de problemas operacionais;
- Diagnóstico de perdas e desperdícios em operações comerciais e proposição de melhorias;
- Elaboração de proposta simplificada de logística reversa para produto, embalagem ou resíduo gerado em atividade comercial;
- Análise de práticas de sustentabilidade e economia circular em estabelecimentos comerciais, centros de distribuição ou cadeias de suprimentos;
- Visitas técnicas e elaboração de relatório aplicado às operações de estoque, distribuição, qualidade e sustentabilidade.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;

Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Fotos, figuras, diagramas e vídeos;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Gestão da Logística, Produção e Qualidade terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos ou destinados à demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
[2] CORRÊA, Henrique Luiz; CORRÊA, Carlos Alberto. **Administração de produção e operações: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica**. Atlas, 2009.
[3] JURAN, Joseph. **A qualidade desde o projeto:** Os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. Pioneira, 1992.
[4] SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
[1] PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre Reis. **Administração da produção: operações industriais e de serviços**. Curitiba: UnicenP, 2007. [2] DENNIS, PASCAL: **Produção Lean Simplificada**. Atlas, 2009. [3] CARVALHO, M. M; PALADINI, EDSON P. [*et al*.] **Gestão da Qualidade:** teorias e casos. Rio de janeiro: Elsevier, 2005 – 10ª reimpressão. [4] CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC - Controle da Qualidade Total no estilo japonês**. 8ª Ed. Minas Gerais: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2004. [5] CASAS, Alexandre Luzzi Las. **Qualidade Total em Serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006. [6]SCHLÜTER, Mauro Roberto. **Sistemas logísticos de transportes**. Curitiba: InterSaberes, 2013.	
Coordenador do Curso _____	**Setor Pedagógico** _____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: FORMAÇÃO DE PREÇOS</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN206</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
20 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2º</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conceitos de preço, custo e valor. Terminologia, classificação e métodos de custeio. Análise de custos: margem de contribuição, ponto de equilíbrio, margem de segurança e relação custo-volume-lucro. Formação do preço de venda com base em custos, concorrência e valor percebido. Planejamento do lucro e elaboração de orçamentos operacionais e financeiros.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar técnicas de análise de custos e formação de preços para apoiar decisões comerciais e o planejamento do lucro nas organizações. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Introdução à Formação de Preços
• Conceito de preço, custo e valor;
• Objetivos na decisão de preços;
• Modelos de decisão de preços.

2. Fundamentos de Custos
• Terminologia aplicada a custos;
• Classificação dos custos;
• Métodos de custeio.

3. Análise de Custos</td></tr>
</table>

- Margem de contribuição;
- Ponto de equilíbrio;
- Margem de segurança;
- Análise de custos com um produto;
- Análise de custos com mais de um produto;
- Análise da relação custo-volume-lucro;
- Prática de análise de custos de um produto – práticas profissionais.

4. Formação do Preço de Venda

- Formação de preços com base nos custos;
- Formação de preços com base na concorrência;
- Formação de preços com base no valor percebido
- Prática de formação de Preço Venda de um produto – práticas profissionais.

5. Planejamento de Resultados

- Planejamento de resultados e metas de vendas;
- Orçamento operacional e financeiro;
- Projeção de resultados e análise da lucratividade.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Pesquisas;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Exibição de vídeos;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Palestras;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras com gestores(as);
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de aplicação dos conceitos trabalhados na disciplina, a partir da análise de situações empresariais reais e/ou fictícias, tais como:

- Classificação e análise de custos e despesas;
- Aplicação de métodos de custeio na análise de produtos ou serviços;
- Cálculo e interpretação da margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança;
- Análise da relação custo-volume-lucro em estudos de caso;
- Análise e definição de estratégias de formação de preços com base nos custos, na concorrência e no valor percebido pelo cliente;
- Elaboração de projeções de resultados e análise da lucratividade;

- Desenvolvimento de um projeto aplicado de formação de preços, envolvendo a análise de custos, definição do preço de venda e projeção de resultados para um produto ou serviço, em articulação com conhecimentos da disciplina Marketing.

Aula prática da prática profissional será realizada presencialmente no laboratório de informática. Os alunos, divididos em grupos e com o uso de planilhas eletrônicas, desenvolverão a prática de análise de custos e a prática de formação do preço de venda de um produto.

As atividades não presenciais envolvem:
- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Formação de Preços terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos e apresentações, bem como a demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.
▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica.

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá por meio da análise das planilhas elaboradas em grupo e da observação do desempenho dos estudantes durante a realização das atividades práticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de custos, preços e lucros**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. v. 5 . 407 p., il. (Desvendando as finanças, 5). ISBN 9788522474264.

[2] COELHO, Fabiano Simões. **Formação de preço de produtos e serviços**: modelo tridimensional de percepção de valor, estratégias de preço e posicionamento frente aos concorrentes. Rio de Janeiro: Edição do Autor, 2018. 375 p., il. Inclui bibliografia. ISBN 9788591836307.

[3] YANASE, João. **Custos e formação de preços**: importante ferramenta para tomada de decisões. São Paulo: Trevisan, 2018. 164 p. ISBN 9788595450240.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] BITENCOURT, Rossandra Oliveira Maciel de. **Formação de preços em serviços**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2021. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.

[2] CRUZ, June Alisson Westarb *et al.* **Formação de preços:** mercado e estrutura de custos. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2013. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.

[3] IZIDORO, Cleyton (org.). **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson, 2016. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.

[4] LORENTZ, Francisco. **Contabilidade e análise de custos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2021. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.

[5] MEGLIORINI, Evandir. **Custos:** análise e gestão. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2011. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: GESTÃO DE PROJETOS, EVENTOS E MERCHANDISING</td></tr>
<tr><td>Código: TSVEN207</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
20 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:
10 horas</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Fundamentos da gestão de projetos. Definição de objetivos, escopo, entregas e partes interessadas. Planejamento de prazos, custos, recursos, comunicação, riscos e aquisições. Aplicação da gestão de projetos na organização de eventos e em ações de merchandising, com avaliação de resultados.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Compreender e aplicar conceitos e ferramentas de gestão de projetos no planejamento e execução de eventos e ações de merchandising. Articular teoria e prática por meio de Práticas Profissionais Supervisionadas (PPS), preparando o estudante para resolver demandas reais do contexto profissional.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Fundamentos da Gestão de Projetos
• Conceito de projeto e de gestão de projetos
• Diferença entre projetos, processos e operações
• Ciclo de vida do projeto
• Competências essenciais para a gestão de projetos

2. Concepção, Planejamento e Estruturação do Projeto
• Definição do problema, oportunidade e justificativa do projeto
• Identificação das partes interessadas no projeto (stakeholders)
• Estabelecimento de objetivos, critérios de sucesso e escopo
• Definição das entregas do projeto
• Estrutura analítica do projeto (EAP)</td></tr>
</table>

- Planejamento integrado do projeto
- Planejamento de prazos, custos e recursos
- Planejamento da comunicação
- Identificação e análise de riscos
- Planejamento das aquisições

3. Gestão de Projetos Aplicada à Organização de Eventos

- Conceito e classificação de eventos
- Eventos como projetos
- Concepção e definição de eventos
- Prática de planejamento e estruturação de eventos – práticas profissionais
- Avaliação de resultados e encerramento de evento

4. Gestão de Projetos Aplicada a Ações de *Merchandising*

- Conceito e objetivos do *merchandising*
- *Merchandising* como projeto
- Concepção e definição de ações de *merchandising*
- Prática de planejamento e estruturação de ações de *merchandising* – práticas profissionais
- Avaliação dos resultados de ações de *merchandising*

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Debates;
- Pesquisas;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Exibição de vídeos;
- Atividades escritas de aplicação do conhecimento individuais e grupais;
- Palestras;
- Visitas técnicas;
- Entrevistas ou palestras com gestores(as);
- Relatórios.

Na carga horária prática serão realizadas atividades de aplicação dos conceitos trabalhados na disciplina, a partir da análise de situações empresariais reais e/ou fictícias, tais como:

- Identificação de problemas e oportunidades para desenvolvimento de projetos;
- Elaboração de propostas de projetos com definição de objetivos, escopo e entregas;
- Planejamento de etapas, prazos, recursos e custos de projetos;
- Planejamento e organização de eventos em articulação com conhecimentos da disciplina Empreendedorismo e Criatividade.
- Desenvolvimento de ações de merchandising em articulação com conhecimentos da disciplina Gestão de Pontos de Venda.
- Avaliação de resultados de projetos, eventos e ações de merchandising;

Aula prática da prática profissional será realizada presencialmente no laboratório de práticas de gestão. Os alunos, divididos em grupos, desenvolverão a prática de planejamento e estruturação de eventos e a prática de planejamento e estruturação de ações de *merchandising*.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Papel e caneta;
Espaço físico e insumos do Laboratório de Gestão (mesas, cadeiras, cavaletes, entre outros).

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Gestão de projetos, eventos e *merchandising* terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos e apresentações, bem como a demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;
▪ Postura e desempenho;
▪ Avaliação 360º, autoavaliação descritiva ou outros instrumentos de avaliação considerando o seu caráter progressivo.
▪ Entrega de relatório de prática/visita técnica.

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta

e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

A avaliação das práticas profissionais ocorrerá de forma contínua por meio da entrega de relatórios técnicos e da observação direta do desempenho dos estudantes no planejamento e na estruturação de eventos e de ações de *merchandising*.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] BIGÃO, F. S. **Gerenciamento de projetos fora da caixa: fique com o que é relevante.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
[2] CARVALHO, M. M., RABECHINI JR., R. **Fundamentos em gestão de projetos. Construindo competências para gerenciar projetos**. 5. ed. São Paulo: Atlas. 2019.
[3] FINOCCHIO JUNIOR, J. **Project Model Canvas**. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação. 2020

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] AMARAL, Maria Carolina Merhy Ferreira do; ANTERO, Kalyenne de Lima. **Design de loja e visual merchandising.** 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.
[2] CAMPOS, Letícia Mirella Fischer. **Promoção, produtos e mercados:** análise sobre varejo, merchandising e eventos. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.
[3] CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de (org.). **Gestão de projetos**. São Paulo, SP: Pearson, 2012. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.
[4] PRADO, Raquel. **Merchandising no ponto de venda:** conceitos e práticas híbridas. 1. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2023. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.
[5] SANTOS, Renato da Costa dos. **Layout físico e virtual**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. *E-book*. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 05 mar 2026.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: ARTES</td></tr>
<tr><td>Código: TSVENOP301</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
30 horas</td><td>CH Prática:
10 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre:</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Introdução às quatro linguagens artísticas e apresentação de elementos básicos da música a partir de vivências práticas instrumental ou coral.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Estimular o senso crítico do educando em relação ao conceito de arte por meio de discussões teóricas e vivências práticas na linguagem da Música.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. O que é arte?
• Conceito.
• A arte no cotidiano.
• Linguagens das artes: Artes Visuais, Música, Dança e Teatro.
• Funções das artes.

2. Música – Aspectos Práticos e Teóricos
• Conceito de música na contemporaneidade.
• Música na dimensão emocional e racional.
• Leitura e escrita musical – símbolos e suas respectivas leituras.
• Prática instrumental e/ou coral – aspectos técnicos iniciais.

3. História Geral da Música
• Música/Arte antes do renascimento.
• Música/Arte no renascimento.
• Música/Arte no Barroco.</td></tr>
</table>

- Música/Arte no Classicismo.
- Música/Arte no Romantismo.
- Música/Arte do Século XX à Contemporaneidade.
- História e cultura afro-brasileira e indígena.

4. Preparação para Apresentação Artística

- Revisão geral dos fundamentos abordados ao longo das três (3) unidades anteriores.
- Escolha de repertório para possível apresentação coletiva.
- Escolha de repertório para possível apresentações individuais.
- Fundamentos para elaboração de apresentação artística.
- Ensaios e apresentação artística.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas teóricas serão expositivas e dialógicas, com foco na articulação teoria-prática e priorização da participação dos(as) estudantes. Sob orientação ativa do(a) docente, poderão ser utilizados na disciplina:

- Pesquisas;
- Estudos dirigidos;
- Seminários;
- Execução musical;

Na carga horária prática serão realizadas atividades de aplicação dos conceitos teóricos trabalhados na disciplina.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Instrumentos musicais
Papel e caneta;

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina Artes terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
- Avaliação contínua do desenvolvimento e compreensão teórica das temáticas abordadas;
- Provas escritas e provas práticas.
- Realização de apresentação em recital do repertório trabalhado.

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] MATEIRO, Tereza; ILARI, Beatriz (org.). **Pedagogias em educação musical**. Curitiba: InterSaberes, 2012.
[2] ROCHA, Murilio Andrade et al. **Arte de perto**. São Paulo: Leya, 2016.
[3] SCHAFER, R. MURRAY. **Ouvido pensante**. 2. ed. São Paulo: UNESP, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] BOZZANO, Hugo B. **Arte em interação**: volume único. São Paulo: IBEP, 2013.
[2] FONTERRADA, Marisa Trench de Oliveira. **De tramas e fios**: um ensaio sobre a música e educação. São Paulo: Ed. Da Unesp, 2005.
[3] PROENÇA, Graça. **História da Arte**. São Paulo: Editora Ártica, 1994.
[4] SANTOS, Solange dos et al. **Arte por toda parte**: volume único. 2.ed. São Paulo: FTD, 2016.
PAZ, Ermelinda A. **Pedagogia musical brasileira no século XX**: metodologias e tendências.
[5] Brasília: MusiMed, 2000.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: EDUCAÇÃO FÍSICA</td></tr>
<tr><td>Código: TSVENOP302</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
20 horas</td><td>CH Prática:
20 horas</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre:</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Introdução ao processo de aquisição do conhecimento sistematizado acerca da cultura corporal. Desenvolvimento de reflexões, pesquisas e vivências da relação corpo, natureza e cultura. Princípios didático-pedagógicos para apropriação do conhecimento produzido e redimensionado pela humanidade ao longo de sua história.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Construir o conhecimento crítico-reflexivo sobre as práticas corporais, assegurando a participação irrestrita nas diversas vivências pertinentes à cultura corporal e sua relação com a área de Vendas.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Histórico e Evolução da Educação Física no Brasil e no Mundo.

2. Manifestações da Cultura Corporal
• Jogos, Brinquedos e Brincadeiras.
• Lutas e Jogos de Oposição.
• Danças e Atividades Rítmicas.
• Ginástica e Atividade Física.
• Esportes Convencionais, Não-Convencionais e de Aventura.
• Conhecimentos sobre o Corpo, Saúde e Qualidade de Vida.

4. Lazer, Tempo Livre e Recreação.

4. Noções de Socorros de Urgência.</td></tr>
</table>

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas serão expositiva-dialógicas, com uso de com metodologias ativas, com atividades de interação entre os alunos, atrelando os conteúdos estudados à dinâmica do curso e da comunidade, articulando o conhecimento produzido à realidade do aluno e ao contexto escolar.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;
Ginásio;
Jogos e artigos esportivos.

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.

Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:

▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Planejamento, organização, coerência de ideias e clareza na elaboração de trabalhos escritos e apresentações, bem como a demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação prática dos conteúdos;
▪ Criatividade e uso de técnicas e recursos;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] DARIDO, S. C. (org). **Educação física e temas transversais na escola**. Campinas: Papirus, 2012.
[2] SOUZA JR., Osmar Moreira; DARIDO, Suraya Cristina. **Para ensinar educação física**: possibilidades de intervenção na escola. 4.ed. Campinas: Papirus, 2010.
[3] SOARES, Carmem Lúcia et al. **Metodologia do ensino de educação física**. 2.ed. São Paulo: Cortez 2012

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] CASTELLANI FILHO, L. **Educação no Brasil: a história que não se conta**. 19.ed. Campinas: Papirus, 2011.
[2] DIEHL, Rosilene Moraes. **Jogando com as diferenças**. São Paulo: Phorte, 2008.
[3] FREIRE, João Batista. **Educação de corpo Inteiro**: teoria e prática da educação física. São Paulo: Scipione, 1989. 88812458
[4] HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 1980.
[5] SANTOS, Ednei Fernando dos. **Manual de primeiros socorros da educação física aos esportes. O papel do educador fisico no atendimento de socorro**, Ednei Fernando dos Santos - 1 ed. – Rio de Janeiro, Galenus 2014.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____

INSTITUTO FEDERAL
Ceará
Campus Tabuleiro do Norte

DEPARTAMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO SUBSEQUENTE EM VENDAS
PROGRAMA DE UNIDADE DIDÁTICA – PUD

<table>
<tr><td colspan="4">DISCIPLINA: LIBRAS</td></tr>
<tr><td>Código: TSVENOP303</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Carga Horária Total:
40 horas</td><td>CH Teórica:
40 horas</td><td>CH Prática:</td><td>CH Prática Profissional:</td></tr>
<tr><td>Aulas presenciais:
40</td><td colspan="2">Aulas referentes a atividades não presenciais: 8</td></tr>
<tr><td>Número de Créditos: 2</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Código pré-requisito: Não há</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Semestre:</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Nível: Técnico Subsequente</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">EMENTA</td></tr>
<tr><td colspan="4">Noções básicas de LIBRAS com vistas a uma comunicação funcional entre ouvintes e surdos no âmbito escolar no ensino de língua e literaturas da língua portuguesa.</td></tr>
<tr><td colspan="4">OBJETIVO</td></tr>
<tr><td colspan="4">Realizar trocas comunicativas com pessoas surdas, com as quais poderão se deparar em sua vida profissional futura.</td></tr>
<tr><td colspan="4">PROGRAMA</td></tr>
<tr><td colspan="4">1. Aspectos gerais da LIBRAS.
2. Paralelos entre línguas orais e gestuais.
3. Unidades mínimas gestuais.
4. Classificadores.
5. Expressões faciais e corporais.
6. Alfabeto digital.
7. Identificação Pessoal - pronomes pessoais.
8. Léxico de categorias semânticas.
9. Etiqueta e boas maneiras – saudações cotidianas.
10. Família. Lar – móveis e eletrodomésticos.
11. Objetos, vestimentas, cores, formas.
12. Números e operações aritméticas.
13. Lateralidade e Posições.
14. Tamanhos.
15. Tempo - estados do tempo.</td></tr>
</table>

16. Estações do ano.
17. Localização – pontos cardeais.
18. Calendário: datas comemorativas.
19. Meios de transporte.
20. Meios de comunicação.
21. Frutas e verduras.
22. Legumes e cereais.
23. Alimentos doces e salgados.
24. Bebidas.
25. Animais domésticos e selvagens, aves, insetos.
26. Escola.
27. Esportes.
28. Profissões.
29. Minerais.
30. Natureza.
31. Corpo humano.
32. Sexo.
33.Saúde e higiene.
34. Lugares e serviços públicos.
35. Cidades e estados brasileiros.
36. Política.
37. Economia.
38. Deficiências.
39. Atitudes, sentimentos, personalidade.
40. Religião e esoterismo.
41. Vocabulário específico da área de Letras relacionados ao ensino de língua e de literatura.
42. Verbos.
43. Principais verbos utilizados no cotidiano da escola.
44. Verbos pertinentes às categorias semânticas estudadas.
45. Verbos pertinentes aos conteúdos específicos estudados.
46. Marcação de tempos verbais.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas serão expositiva-dialógicas, com uso de com metodologias ativas, com atividades de interação entre os alunos, atrelando os conteúdos estudados à dinâmica do curso e da comunidade.

Poderão ser propostos trabalhos dirigidos e atividades individuais e/ou coletivas.

As atividades não presenciais envolvem:

- Leitura, análise crítica, resenhas e/ou fichamentos;
- Exercícios, jogos, questionários, estudos dirigidos;
- Estudos de caso, elaboração de relatórios, trabalho de pesquisa, projetos, seminários, análises técnicas, resoluções de situações-problema reais e/ou simuladas.

RECURSOS

Slides;
Textos;
Livros;
Quadro branco e pincel;
Projetor multimídia;
Notebook/Tablet;
Programas do Pacote Office;
Filmes e documentários;

AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina terá caráter diagnóstico, formativo, contínuo e processual. Haverá prioridade de aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados parciais sobre os obtidos em provas finais.
Poderão ser usados instrumentos e técnicas diversificados de avaliação, deixando sempre claros os seus objetivos e critérios, tais como:
▪ Grau de participação do aluno nas atividades teóricas e práticas propostas;
▪ Demonstração do domínio dos conhecimentos técnico-pedagógicos e científicos adquiridos;
▪ Desempenho cognitivo e comportamental na aplicação dos conteúdos;

Em cada uma das etapas (N1 e N2) serão realizadas, no mínimo, duas avaliações. Em seus aspectos quantitativos, ocorrerão segundo o Regulamento da Organização Didática – ROD do IFCE.

Conforme o ROD-IFCE, deverá ser considerado aprovado no componente curricular o estudante que, ao final do período letivo, tenha frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas e tenha obtido média parcial (MP) igual ou superior a 6,0 (seis) pontos.

As aulas criadas para fins de realização de atividades não presenciais não são consideradas pelo docente no que diz respeito ao controle de frequência discente, sendo registradas as faltas dos estudantes somente quando se ausentarem das aulas presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[1] QUADROS, Ronice Muller de. **Educação de surdos: a aquisição da linguagem**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.
[2] CAPOVILLA, F.; RAPHAEL, V. **Dicionário enciclopédico ilustrado trilíngue – Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS - v.1**. São Paulo: EDUSP, 2001.
[3] FELIPE, Tânia Amaral. **Libras em contexto: curso básico**. Brasília: MEC/SEESP, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[1] BRASIL, Secretaria de Educação Especial. **LIBRAS em Contexto**. Brasília: SEESP, 1998.

[2] PARANÁ, Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação. Departamento de Educação especial. **Falando com as Mãos: LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais)**. Curitiba: SEED/SUED/DEE, 1998.
[3] CHAVES, Ernando P. **Sinaliza, surdo!: caracterização da construção de um modelo de escola de surdos.** Dissertação (Mestrado em Educação Brasileira). Faculdade de Educação, UFC. 2003.
[4] FERNANDES, Eulália. **Linguagem e surdez.** Porto Alegre. Editora Artmed, 2003.
[5] LABORIT, Emmanuelle. **O voo da gaivota.** Best Seller, 1994.

Coordenador do Curso	**Setor Pedagógico**
_____	_____