



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

**CURSO TÉCNICO EM
PUBLICIDADE NA FORMA INTEGRADA,
REGIME INTEGRAL**

PLANO DE CURSO

Campus Santana
2017



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

Marialva do Socorro Ramalho de Oliveira de Almeida
REITORA

Hanna da Silva Patrícia Bezerra
PRÓ-REITORA DE ENSINO

Severina Ramos Telécio de Souza
DIRETORA DE ENSINO TÉCNICO

Campus Santana
Marlon de Oliveira do Nascimento
DIRETOR GERAL DO CAMPUS SANTANA

Karine Campos Ribeiro
DIRETORA DE ENSINO

Diogo Rógora Kawano
COORDENADOR DO CURSO

Diogo Rógora Kawano
Eder de Oliveira Picanço
Marcos Vinícius Rodrigues Quinteiros
Mariana de Moura Nunes
Romaro Antonio Silva
Romeu do Carmo Amorim da Silva Júnior
Suzamar Carreiro
COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PROJETO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

UNIDADE ESCOLAR
CNPJ: 10. 820882/0003-57
Razão Social: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá
Nome Fantasia: IFAP
Esfera Administrativa: Federal
Endereço: Rua Ubaldo Figueira nº 1333, Bairro Nova Brasília, Santana/AP
Cidade/UF/CEP: Santana - AP, 68900-000
Telefone: (096) 3189.2169
E-mail de contato da coordenação: diogo.kawano@ifap.edu.br
Site: www.ifap.edu.br



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

CURSO TÉCNICO	
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design
Denominação do Curso:	Curso Técnico em Publicidade na Forma Integrada, Regime Integral.
Habilitação:	Técnico em Publicidade
Turno de Funcionamento:	Matutino e Vespertino
Números de Vagas:	40 vagas
Forma:	Integrada ao Ensino Médio
Modalidade:	Presencial
Integralização Curricular:	O curso será integralizado em 3 anos
Distribuição da Carga horária do curso:	
• Horas de Aula:	3904 horas (60 min)
• Prática profissional: Projeto Experimental:	200 horas
• Prática profissional: Atividades Complementares:	50 horas
Total de Horas do Curso:	4154 horas (60min)
Coordenador do Curso:	Diogo Rógora Kawano



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

SUMÁRIO

1.	JUSTIFICATIVA	6
2.	OBJETIVOS	7
2.1	Objetivo Geral.....	7
2.2	Objetivos Específicos.....	8
3.	REQUISITOS E FORMA DE ACESSO	8
4.	PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO	8
5.	ÁREA DE ATUAÇÃO	9
6.	ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	10
6.1	Forma de organização do curso.....	10
6.2	Metodologia.....	12
6.3	Matriz Curricular.....	15
6.3.1	Componentes Curriculares, Competências, Bases Científicas/Tecnológicas e Bibliografia básica e bibliografia complementar.....	17
6.4	Prática profissional.....	102
6.4.1	Projeto.....	102
6.4.2	Atividades Complementares.....	104
7.	CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS	106
8.	CRITÉRIOS E APROVEITAMENTO DE AVALIAÇÃO	109
9.	BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	116
10.	PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	121
11.	CERTIFICADOS OU DIPLOMAS	123
12.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	124
	ANEXOS	127



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

1. JUSTIFICATIVA

O presente documento trata do Plano de Curso Técnico de Nível Médio em Publicidade, na Forma Integrada ofertado no Campus Santana, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá implantado pela Lei nº 11.892 de 2008, a partir da transformação da Escola Técnica Federal do Amapá, criada pela Lei nº 11.534 de 13 de novembro de 2007, constitui-se em uma autarquia federal de ensino superior, básico e profissional, vinculada ao Ministério da Educação, detentora de autonomia administrativa, financeira, didático-pedagógica e patrimonial.

Os Cursos Técnicos de Nível Médio na Forma Integrada obedecem ao disposto nos seguintes documentos legais: Capítulo II, seção IV-A da lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, a Resolução CNE/CEB nº. 6, de 20 de setembro de 2012, o Decreto nº 5.154, de 23 de julho de 2004, a Resolução CNE/CEB Nº 2, de 30 de janeiro de 2012 e a Resolução nº 01/2016/CONSUP/IFAP.

Nas últimas décadas, o cenário comunicacional tem sofrido profundas transformações, sejam elas devido às mudanças de ordem tecnológica, sejam em virtude das alterações das relações de concorrência provocadas pela globalização.

Como consequência desse processo, a presença da mídia e dos meios de comunicação tem se tornado uma questão tão central na sociedade contemporânea que culminou em uma corrente global e diversificada nos estudos de comunicação, denominada midiatização (COULDRY, 2008; BASTOS et al. 2012; HEPP, 2014; HJARVARD, 2014).

A centralidade da comunicação na sociedade, bem como sua relação direta com os aspectos culturais e políticos já são debatidos na América Latina há mais de trinta anos.

Todavia, a não-apropriação deste conhecimento (ou o subaproveitamento deste) pelo setor produtivo tem custado problemas de ordem comunicacional cada vez mais recorrentes para os anunciantes, pouco acostumados e preparados para ouvir e para lidar com a perspectiva de seu público-alvo, que apreende a mensagem de forma diversa e atrelada ao seu contexto social e cultural.

Nota-se, nesse sentido, que os profissionais de publicidade assumem um papel fundamental junto às empresas para a construção de projetos de comunicação alinhados ao contexto atual que,



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

em última instância, garantirá a sobrevivência e uma posição de destaque delas no cenário competitivo.

Ademais, é importante salientar a carência de profissionais aptos a atuar com reconhecida excelência no mercado amapaense. Segundo dados do Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), órgão que estabelece diretrizes para as práticas do setor publicitário no Brasil, há 25 agências de publicidade no estado. Destas, apenas 4 são certificadas pelo órgão (CENP, 2016), evidenciando uma oportunidade para que se tenha uma prática publicitária de maior qualidade e excelência junto aos anunciantes e veículos de comunicação.

Por fim, pelo que consta até o presente momento, não há cursos de nível técnico em publicidade no estado do Amapá e, no que se refere ao ensino superior, há apenas duas instituições privadas que oferecem o curso de forma regular. A implantação do curso no Instituto Federal do Amapá visa, portanto, suprir a carência de profissionais desta natureza no mercado de forma a atender às demandas no âmbito local e regional deste tipo de serviço.

Por fim, cabe salientar que o curso de Publicidade inaugura um novo eixo tecnológico no IFAP *Campus* Santana, o de Produção Cultural e Design, cujo curso manterá um fértil diálogo com o já implantado curso técnico de Marketing. A coexistência desses dois cursos possibilita a formação de ações sinérgicas e coordenadas entre os alunos através de eventos internos e atividades de ensino, pesquisa e extensão, fato que já é vislumbrado pela existência da agência experimental de comunicação e marketing, que atende ao mercado através de serviços de forma extensionista ao mesmo tempo em que permite o desenvolvimento das práticas profissionais dos alunos envolvidos.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Formar profissionais de nível médio com habilitação Técnica em Publicidade, capazes de atuar de modo profissional, ético e responsável nas áreas de criação, planejamento, atendimento, mídia e marketing, de forma a contribuir para o desenvolvimento econômico e social na região onde o curso é ofertado.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

2.2. Objetivos Específicos

- Possibilitar ao aluno a compreensão da atividade publicitária de forma ampla e interdependente às práticas sociais, à cultura e ao consumo;
- Habilitar o aluno para desenvolver o pensamento criativo e aplicado à comunicação mercadológica;
- Desenvolver as habilidades e ferramentas técnicas necessárias à concepção, planejamento e execução de campanhas publicitárias;
- Oportunizar o aluno para as práticas de pesquisa, inovação e extensão relacionadas ao campo da comunicação;
- Estimular o pensamento e a prática empreendedora;
- Propiciar ao aluno condições para uma decisão futura de seguimento em seu percurso formativo no âmbito da publicidade.

3. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

O acesso ao Curso Técnico em Publicidade na Forma Integrada será realizado através das seguintes formas, conforme estabelece Resolução nº 001/2016-CONSUP que trata da Regulamentação da Educação Profissional Técnica de Nível Médio, na Forma Integrada, com duração de 3 anos em regime integral, em seus artigos 5º, 6º e 7º.

4. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O Egresso do Curso Técnico em Publicidade deverá estar apto a atuar de modo ético e profissional nas áreas que compreendem as práticas inerentes à esfera publicitária, a partir da geração de soluções criativas e que gerem resultados para o anunciante. Tal perfil está alinhado ao exposto no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (2016, p. 199), sendo que, ao final do curso, o egresso terá um perfil que o possibilite a:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- I. Auxiliar na criação e planejamento de projetos de comunicação de natureza impressa e eletrônica/digital;
- II. Conceber projetos de marca e identidade visual para produtos e serviços;
- III. Compreender os fluxos e funcionamento de uma agência publicitária, bem como de sua relação com os atores sociais e mercadológicos;
- IV. Compreender as lógicas de mercado provenientes da relação anunciante, agência e veículo de comunicação;
- V. Auxiliar na realização de pesquisas de avaliação de conteúdo, de comportamento e de atitude de forma pré e pós veiculação midiática;
- VI. Utilizar-se das transformações sociais e dos conhecimentos teóricos de forma criativa e eficaz para o fortalecimento do setor produtivo.

5. ÁREA DE ATUAÇÃO

Com base no exposto supracitado, ao técnico em publicidade é possibilitada uma vasta gama de atuação, que compreende basicamente 6 (seis) campos, os quais incluem ações empreendedoras de novos negócios:

- 1- Agências de publicidade:** atuação nos setores internos, a saber: criação, atendimento, planejamento e mídia;
- 2- Agências especializadas:** atuação com foco especializado em publicidade digital, *social media*, promoção de vendas, eventos, marketing de guerrilha, etc.
- 3- Setor público:** Produção de conteúdo para mídias sociais, produção de material institucional e suporte a demais áreas de comunicação.
- 4- Anunciantes:** pode atuar no setor de marketing das empresas, dando auxílio na elaboração de estratégias de comunicação mercadológica alinhadas aos objetivos de marketing;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- 5- **Veículos de comunicação:** suporte ao setor comercial/mídia e atividades relacionadas à produção para rádio, televisão e internet;
- 6- **Produtoras:** suporte ao planejamento, elaboração e produção de comerciais (VTs), *spots, jingles*, dentre outros;

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

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

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

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

6.1. Forma de organização do curso



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Cada ano letivo possui o mínimo de 200 (duzentos) dias efetivos de trabalhos escolares, excetuando-se o período reservado para as avaliações finais, organizado em 05 horários de aula no período vespertino e 4 horários de aula no período matutino (a depender da oferta dos componentes curriculares presentes na matriz do curso) com o tempo de 50 minutos cada hora/aula. Dessa forma, o Curso Técnico de Nível Médio em Publicidade na Forma Integrada – Regime Integral, encontra-se integralizado em 4.690 horas.

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

- 2.800 horas de formação da base nacional comum,
- 240 h horas de parte diversificada,
- 1400 horas de formação profissional; e
- 250 horas de prática profissional, distribuídas em 200 horas de Projeto Experimental em Publicidade (PEP), e 50 horas de atividades complementares).

Flexibilização do currículo:

Dentre as 1400 horas de formação profissional, o aluno será oportunizado a optar por cursar dois *componentes curriculares eletivos* de 80h anuais (um componente no segundo ano, e outro no terceiro) dentre de um conjunto a ser ofertado pela instituição, permitindo, com isso, uma diversificação controlada do profissional de saída, evitando a saturação do mercado por um mesmo perfil de egresso.

Cabe ressaltar que tal medida, além de estar alinhada às últimas discussões no âmbito da educação de nível médio profissionalizante no que se refere ao protagonismo dos alunos na esfera do ensino, permite ainda um maior envolvimento destes, cujo interesse e pró-atividade ajudam no combate a problemas comumente encontrados em instituições de ensino médio, como a evasão e o desinteresse (PORTAL E-CIDADANIA - SENADO FEDERAL, 2016).



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Oferta de disciplinas eletivas: Benefícios

1. Formação de diferentes perfis de profissionais para o setor produtivo (evitando a saturação do mercado com mesmo perfil de egressos);
2. Possibilidade de desenvolvimento das competências pelo discente conforme suas afinidades em potencial;
3. Desenvolvimento de autonomia e responsabilidade do aluno;
4. Melhor aproveitamento/otimização da carga horária dos docentes;
5. Fortalecimento do IFAP enquanto instituição alinhada às práticas reconhecidas pelo MEC e comprometidas com a qualidade de ensino na região.

Por conseguinte, seguindo as boas práticas de ensino reconhecidas pelo MEC, discutidas recentemente na Comissão Mista da Medida Provisória nº 746 do Senado Federal (PORTAL E-CIDADANIA - SENADO FEDERAL, 2016), o Curso Técnico em Publicidade traz a possibilidade de o próprio educando escolher parte das disciplinas e o momento em que deseja cursá-las ao longo do curso (conforme possibilidade de oferta), uma vez que os componentes curriculares da formação profissional não apresentam pré-requisitos entre si que condicionem e engessem os alunos a se matricularem disciplinas em anos pré-determinados de sua formação, devendo o discente integralizar o currículo dentro da carga horária e período de tempo determinado, consoante à legislação e normas vigentes e alinhado aos artigos 10º, 11º e 12º da Resolução nº001/2016-CONSUP.

Cabe à coordenação do curso, em conjunto com a coordenação pedagógica, coordenação de ensino técnico e direção de ensino, a oferta dos componentes curriculares eletivos em conformidade com a estrutura aqui referida, cuja demanda será atendida somente se o número de matriculados no componente eletivo atingir a quantidade mínima de 15 inscritos. Do contrário, todos os alunos da turma deverão cursar o componente eletivo que obtiver o maior número de inscritos.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

O curso não oferece a formação ou qualificação profissional de forma parcial, devendo assim, o aluno cursar os três anos do Ensino Médio Técnico na Forma Integrada para a obtenção do diploma.

Por fim, faz-se necessário salientar que, por se tratar de um curso dimensionado e ofertado de forma integral e, considerando que o processo de ensino-aprendizagem não se dá apenas nos momentos destinados propriamente às aulas, mas também em momentos de estudo individual e em grupo, bem como outras atividades e projetos de pesquisa e extensão, todos os componentes curriculares devem prever suas atividades de modo que os alunos realizem-nas essencialmente dentro da carga-horária prevista na respectiva ementa, em seus planos de aula elaborados anualmente pelo docente responsável.

6.2. Metodologia

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

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



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

Consideram-se as estratégias pedagógicas como um conjunto de procedimentos empregados para atingir os objetivos propostos para a integralização da educação profissional, assegurando uma formação integral dos alunos. Para a concretude deste processo, torna-se necessário ponderar as características específicas dos alunos, seus interesses, condições de vida e de trabalho, além de observar os seus conhecimentos prévios, orientando-os na (re) construção dos conhecimentos escolares, bem como a especificidade do curso Técnico de Nível Médio em Publicidade, na Forma Integrada. Assim sendo, para auxiliar o estudante no processo ensino-aprendizagem faz-se necessário à adoção das seguintes estratégias pedagógicas:

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

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Os conteúdos serão desenvolvidos através de aulas teóricas, demonstrativas e práticas, estudos de casos, pesquisas individuais e em equipe, projetos, estágios, visitas técnicas a órgãos governamentais e empresas de tecnologia.

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

Portanto, a organização curricular do curso Técnico em Publicidade, na Forma Integrada, contempla um conjunto de componentes curriculares fundamentado numa visão de protagonismo e autonomia do educando, de áreas afins e interdisciplinares, que encaminharão ao desenvolvimento das competências estabelecidas, não estando necessariamente condicionadas a um período específico de sua formação (estando sua distribuição apenas sugerida ao longo dos três anos) no caso dos componentes do núcleo de formação profissional, conforme apresentadas na matriz abaixo:

6.3. Matriz curricular

PROPOSTA DE MATRIZ CURRICULAR DO CURSO TÉCNICO EM PUBLICIDADE NA FORMA INTEGRADA, REGIME INTEGRAL											
BAS E NA- CI- O- NA L CO- MU M	ÁREA	COMPONENTE CUR- RICULAR	1º ANO		2º ANO		3º ANO		TO- TAL (50min)	TOTAL (60 min)	
			CH A	CH S	CH A	CH S	CH A	CH S			
	LINGUAGENS		MATEMÁTICA	CIÊNCIAS HUMANAS							
		Língua portuguesa e literatura	160	4	120	3	120	3	400	333	
		Arte	80	2	40	1	40	1	160	133	
		Língua estrangeira - inglês	80	2	80	2	--	--	160	133	
		Educação física	80	2	80	2	80	2	240	200	
		Matemática	160	4	120	3	120	3	400	333	
		História	80	2	80	2	80	2	240	200	
		Geografia	80	2	80	2	80	2	240	200	
		Filosofia	40	1	40	1	40	1	120	100	
		Sociologia	40	1	40	1	40	1	120	100	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

	CIÊNCIAS DA NATUREZA	Biologia	80	2	80	2	80	2	240	200	
		Química	80	2	80	2	80	2	240	200	
		Física	80	2	80	2	80	2	240	200	
	PARTE DIVERSIFICADA	Metodologia do trabalho científico	80	2	--	--	--	--	80	67	
		Empreendedorismo	--	--	80	2	--	--	80	67	
		Língua espanhola	--	--	--	--	80	2	80	67	
	TOTAL DE CARGA HORÁRIA DO NÚCLEO COMUM		1120	28	1000	25	920	23	3040	2533	
NÚCLEO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL	Prática laboratorial: Informática aplicada à publicidade	120	3							100	
	Estatística aplicada à publicidade	80	2							67	
	Introdução à publicidade	80	2							67	
	Mídia e Cidadania	80	2							67	
	*Componente optativo: Criação: Fotografia publicitária / Tópicos avançados em publicidade				80	2					67
	Introdução ao Marketing				80	2					67
	Teorias da comunicação				80	2					67
	Língua portuguesa I: Redação publicitária e expressão oral				80	2					67
	Comportamento do consumidor				120	3					100
	Ética e legislação publicitária				80	2					67
	Língua portuguesa II: Semiótica aplicada à publicidade							80	2		67
	Design, identidade visual e programação gráfica							80	2		67
	Criação de campanhas publicitárias (meio impresso, eletrônico e interativo)							120	3		100
	Marketing digital e planejamento de comunicação							80	2		67
*Componente optativo: Planejamento: Planejamento: Pesquisa de mercado aplicada à comunicação / Planejamento: Tópicos avançados em publicidade, planejamento e gestão							80	2		167	
Orientação de Projeto experimental							80	2		167	
	TOTAL DE CARGA HORÁRIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL		360	9	520	13	520	13	1400	1371	
	TOTAL DE CARGA HORÁRIA (Componentes Curriculares)		1480	37	1520	38	1440	36	4440	3904	
PRÁTICA PROFISSIONAL	PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE								200	200	
	ATIVIDADE COMPLEMENTAR								50	50	
TOTAL DE CARGA HORÁRIA DO CURSO									4690	4154	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

6.3.1 Componentes curriculares, competências, bases científicas / tecnológicas e bibliografia básica e bibliografia complementar

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa e Literatura	Carga Horária:	160 h
Ementa			
Linguagem, comunicação e interação. Textualidade e discurso. Sequências textuais; Aspectos descritivos e normativos de Língua Portuguesa. Técnicas de leitura, compreensão e produção textual. Gêneros literários. Introdução à semântica. Estudos literários. Introdução à morfossintaxe.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> ● Reconhecer (teoria e prática) as convenções relacionadas ao registro (ou norma) padrão escrito(a); ● Reconhecer, a partir de traços caracterizadores manifestos, a(s) sequência(s) textual(is) presente(s) e o gênero textual configurado; ● Apropriar-se dos elementos coesivos e de suas diversas configurações; ● Reconhecer os usos da norma-padrão da língua portuguesa nas diferentes situações de comunicação; ● Ler e produzir textos diversos, enfocando as sequências representativas dos gêneros estudados; ● Correlacionar os gêneros literários à cultura e à história, considerando os aspectos temáticos, composicionais e estilísticos. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: O HOMEM, A LINGUAGEM E A COMUNICAÇÃO. <ul style="list-style-type: none"> ● Linguagem, língua e fala; ● As variações linguísticas; ● Elementos da Comunicação; ● Funções da Comunicação; ● Estratégias de leitura, compreensão e produção textual; ● Gêneros textuais; ● Sequências textuais. ● Textualidade e discurso; ● Intertextualidade; ● Aspectos descritivos e normativos de Língua Portuguesa 		UNIDADE III: TEXTO E CONTEXTO <ul style="list-style-type: none"> ● Introdução à semântica; ● Sons e Letras; ● Quinhentismo; ● Produção textual: técnicas de sumarização – Resumo; ● Barroco; ● Processo de formação de Palavras; ● Usos ortográficos – regras; ● Produção textual – oral: Seminário. 	
UNIDADE II: LINGUAGEM LITERÁRIA <ul style="list-style-type: none"> ● Gêneros literários; 		UNIDADE IV: INTRODUÇÃO À MORFOSINTAXE <ul style="list-style-type: none"> ● Substantivo; ● Artigo; ● Numeral; 	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none">• Figuras de linguagem;• Literariedade e discurso literário;• A literatura portuguesa: da Idade Média ao Classicismo;• Sílabas – Separação silábica;• Acentuação – regras;• Produção textual: Relato pessoal.	<ul style="list-style-type: none">• Adjetivo;• Pronome;• Produção textual: O anúncio publicitário• Arcadismo;• Romantismo: Poesia;• Romantismo: Prosa;• Produção textual: Poesia e prosa.
Bibliografia Básica	
CEREJA. William Roberto. Português Linguagens . São Paulo: Saraiva, 2012. PERINI. Mário A. Gramática do Português Brasileiro . São Paulo. SP: Editora Parábola, 2010. SOARES. Doris de Almeida. Produção textual e revisão textual: um guia para professores de Português e de Línguas estrangeiras . Petrópolis. Rio de Janeiro, 2009.	
Bibliografia Complementar	
ABAURRE. Maria Luíza e Maria Bernadete. Português: contexto, interlocução e sentido: Volume I . São Paulo: Moderna, 2010. BRAGA, Maria Luíza; MOLLICA, Maria Cecília. Introdução à sociolinguística: o tratamento da variação . São Paulo; Contexto, 2011. LAJOLO, Marisa. Literatura: leitores e leitura . São Paulo: Moderna, 2001. MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade . In. DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. A. ; BEZERRA, M. A. B. (Orgs.). Gêneros textuais e ensino . Rio de Janeiro: Lucena, 2002. POSSENTI, Sírio. Questões de linguagem: passeio gramatical dirigido . São Paulo: Parábola, 2011.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>UNIDADE I: Conceitos sobre arte, estética, e imagem</p> <ul style="list-style-type: none">• Imagem: Conceitos, funções da imagem, influências das imagens e das visualidades no cotidiano, imagens do cotidiano e estilo Pop Art;• Estética: Conceito, fundamentos estéticos, os padrões estéticos de beleza e suas mudanças de significações em movimentos / estilos da História da Arte. Ex: o belo na Arte Grega e no Renascimento x o belo na arte contemporânea;• Arte: Conceito, elementos definidores de uma obra de arte, origem da arte: registros na pré-história eixos: Europa, Brasil e Amapá conexão com pinturas murais da contemporaneidade: <i>graffiti</i>; <p>UNIDADE II: Arte e Sistema cultural: Patrimônio Cultural, manifestações culturais e Arte Amapaense</p> <ul style="list-style-type: none">• Conceito de cultura e relativismo cultural;• Patrimônio cultural - bens simbólicos imaterial e material;• Resgate cultural: memória social;• Diversidade cultural brasileira e influências étnicas, dentre elas influências indígenas e africanas.• Manifestações culturais locais: principais características• Arte Amapaense- artistas amapaenses e suas produções visuais	<p>UNIDADE III: Parâmetros do som; poéticas musicais e práticas sociais; prática musical em conjunto:</p> <ul style="list-style-type: none">• Intensidade/ Timbre.• Diversidade cultural/ Diálogo musical/ Troca de experiências.• Prática coral: Cânticos/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentam habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Fraseado melódico/ Técnica Vocal: Apoio (técnica de respiração) para a voz falada e cantada. <p>UNIDADE IV: Parâmetros do som; função social da música; prática musical em conjunto</p> <ul style="list-style-type: none">• Duração/ Altura.• Função de expressão emocional/ Função de prazer estético/ Função de divertimento/ Função de comunicação/ Função de representação simbólica/ Função de reação física/ Função de impor conformidade e normas sociais/ Função de validação de instituições sociais e rituais religiosos/ Função de contribuição para a comunidade e estabilidade da cultura/ Função de contribuição para a integração da sociedade.• Prática coral: Execução de músicas populares a uma, duas ou três vozes, dependendo da resposta musical do corpo discente/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentam habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Uniformidade timbrística das vozes/ Anatomia, fisiologia e higiene vocal.
Bibliografia Básica	
FREANDA, P. GUSMÃO, T. C. BOZZANO, H. L. B. Arte em interação . São Paulo: IBEP, 2015. STRICKLAND, Carol. Arte Comentada: Da Pré-História ao Pós Moderno . Rio de Janeiro: Ediouro, 2014. PENNA, Maura. Música (s) e seu ensino . 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2015.	
Bibliografia Complementar	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

DEMPSEY, Amy. **Estilos, Escolas & Movimentos**, guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2011

MARTINS, Raimundo. TOURINHO, Irene (orgs.). **Educação da Cultura Visual- Aprender... pesquisar... ensinar...** Editora UFSM, 2015

PROENÇA, Graça. **História da Arte**. São Paulo-SP: Editora Ática, 2012.

FREIRE, Vanda Bellard. **Música e sociedade: Uma perspectiva histórica e uma reflexão aplicada ao Ensino Superior de Música**. 2ª edição revista e ampliada. Florianópolis, SC: ABEM, 2011.

PAZ, Ermelinda A.. **Pedagogia Musical Brasileira no século XX: Metodologias e tendências**. 2ª edição. Brasília: Editora Musimed, 2013.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º ano
Componente Curricular:	Língua Inglesa	Carga Horária:	80h

Ementa

Origem da Língua Inglesa; Língua Inglesa e sua relação com sociedade; Formas de cumprimento, numerais, data e hora; Pronomes Pessoais; Verbo to be; Aspectos sócio-culturais e interculturais; Presente Progressivo; Presente Simples; Passado Simples; Passado Simples (There was, there were); Passado Progressivo; Futuro (Will – Going to); Prefixos e sufixos; Question Words.

Competências

- Desenvolver uma comunicação básica oral e escrita na língua alvo, utilizando as quatro habilidades (ouvir – falar – ler – escrever);
- Aplicar as estruturas básicas da Língua Inglesa para produzir textos.
- Explorar o uso de vocabulário em contextos e situações diversas que auxiliem na leitura e compreensão de texto;
- Desenvolver uma consciência crítica sobre a Língua Inglesa e a linguagem.

Base Científica e Tecnológica

<p>UNIDADE I:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Origem da Língua Inglesa; ● Língua Inglesa e sua relação com sociedade; ● Formas de cumprimento, numerais, data e hora; ● Pronomes Pessoais; ● Verbo to be. <p>UNIDADE II:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aspectos sócio-culturais e interculturais; ● Presente Progressivo ● Presente Simples. 	<p>UNIDADE III:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Passado Simples ● Passado Simples (There was, there were) ● Passado Progressivo. <p>UNIDADE IV:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Futuro (Will – Going to) ● Prefixos e sufixos ● Question Words
--	--

Bibliografia Básica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

CARTER, R. et al. Exploring Grammar in context . Cambridge: Cambridge press, 2000. LANDI, Ana Paula (org.). Alive High: Inglês – 1º ano . São Paulo: Edições SM, 2013. TORRES, Nelson. Gramática Prática da Língua Inglesa: O Inglês Descomplicado . 10ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.			
Bibliografia Complementar			
AMOS, E. et al. Challenge . São Paulo: Moderna, 2005. AUN, E. et al. English for all . Vol. 1. 1ª ed. São Paulo: Saraiva 2010. FERRO, Jeferson. Inglês Instrumental . Curitiba: IBPEX, 2003. FRANCO, Claudio de Paiva. TAVARES, Kátia Cristina do Amaral. Way to go: Língua estrangeira moderna . 1 ed. São Paulo: Ática, 2013. MARQUES. A. Password . Special Edition. São Paulo: Ática, 2007.			
Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Educação Física	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Basquete, anatomia, handebol, transtornos distímicos, voleibol, bullying, futsal, drogas lícitas e ilícitas.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Conhecer a importância da atividade física para a saúde;• Compreender como o corpo humano é constituído e como ele funciona;• Compreender a importância da prática regular de algum tipo de atividade física;• Reconhecer os diferentes elementos fisiológicos do corpo humano em eventos de atividade física.• Identificar os tipos de alimentos que contribuem de forma positiva e negativa para o bem estar.• Compreender a importância da atividade física no combate a hipertensão, diabetes e o tabagismo.• Proporcionar o desenvolvimento integral do aluno.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Basquete <ul style="list-style-type: none">• Histórico• Fundamentos do jogo (passe, recepção, arremesso). Anatomia <ul style="list-style-type: none">• Anatomia 1 – Sistema locomotor (músculos e ossos). UNIDADE II: Voleibol <ul style="list-style-type: none">• Histórico• Fundamentos básicos do jogo (toque e manchete). Bullying <ul style="list-style-type: none">• Conceito• Cuidados• Conseqüências• Combate	UNIDADE III: Handebol <ul style="list-style-type: none">• Histórico• Fundamentos do jogo (passe, recepção, arremesso). Transtornos Distímicos <ul style="list-style-type: none">• Conceitos• Características• Como lidar com as situações de estresse. UNIDADE IV Futsal <ul style="list-style-type: none">• História• Fundamentos (passe, recepção, chute, drible). Drogas Lícitas e Ilícitas <ul style="list-style-type: none">• Conceito• Classificação• Dependência• Como sair das drogas.		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Bibliografia Básica			
Almeida. R., Navarro. A. C. Futsal . Editora Phorte. 2013.			
Bojikian. J. C. M., Bojikian. L. P. Ensinando Voleibol 5ed. Revisada e ampliada. Phorte editor 2012.			
Ehret. A. Manual de Handebol: Treinamento de base para crianças e adolescentes . 2002.			
Bibliografia Complementar:			
CARPES. F. P., Bini. R. R., Vaz M. A., Anatomia funcional. 1º edição 2011. Editora Phorte.			
NEIRA. M. G., Nunes. M. L. F., Pedagogia da Cultura Corporal: Crítica e Alternativas 2 ed. Editora Phorte. 2008.			
LOPES. A. A. da S. M., A criança e o adolescente no esporte: como deveria ser. 2007. Editora Phorte.			
SCHARTZ. G. M., Tavares. G. H., Webgames com o corpo - vivenciando jogos virtuais no mundo real. Editora Phorte. 2014.			
BOSCO. C., A Força Muscular: Aspectos fisiológicos e aplicações práticas. Editora Phorte. 2007.			
Curso	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma	Integrada
Eixo Tecnológico	Produção Cultural e Design	Período Letivo	1º Ano
Componente Curricular	Matemática	Carga Horária	160 h
Ementa			
Conjuntos; Intervalos; Função Polinomial do 1º grau; Funções: Quadrática, Inversa, Modular, Composta, Exponencial; Logaritmo e Função Logarítmica			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conhecimentos matemáticos nas atividades cotidianas. • Desenvolver a capacidade de raciocínio, de resolver problemas de comunicação, bem como o espírito crítico e criatividade. • Desenvolver atitudes positivas em relação à matemática, como autonomia, confiança em relação às capacidades matemáticas, perseverança na solução de problemas, gosto pela matemática e pelo trabalho cooperativo. • Dominar a leitura, a interpretação e a produção de textos, nas mais diversas formas, incluindo os termos característicos da expressão matemática (numérica, gráfica, geométrica, lógica, algébrica), a fim de se comunicar de maneira precisa e rigorosa. • Ler, articular e interpretar símbolos e códigos em diferentes linguagens e representações: sentenças, equações, esquemas, diagramas, tabelas e gráficos. • Identificar, em dada situação-problema, as informações ou variáveis relevantes e elaborar possíveis estratégias para resolvê-la. • Selecionar e utilizar instrumentos de cálculo, representar dados, fazer estimativas, elaborar hipóteses e interpretar os resultados. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: CONJUNTOS, INTERVALOS E FUNÇÃO POLINOMIAL DO 1º GRAU		UNIDADE II: FUNÇÕES: QUADRÁTICA, INVERSA, MODULAR E COMPOSTA	
<ul style="list-style-type: none"> • Conjuntos • Operações com conjuntos • Conjuntos Numéricos • Conjuntos: Intervalos • Funções: Introdução, noção de função como relação entre conjuntos 		<ul style="list-style-type: none"> • Estudo do Sinal • Inequações do 2º Grau • Função definida por mais de uma sentença • Equação Modular • Função Modular • Inequações Modulares 	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Funções definidas por fórmulas ● Domínio, Contradomínio e Imagem ● Noções básicas de plano cartesiano ● Construção de gráficos ● Função Polinomial do 1º Grau: Introdução, função linear ● Função Constante ● Coeficientes da função do 1º Grau ● Raiz ou zero da função do 1º Grau ● Gráfico da função do 1º Grau ● Crescimento e Decrescimento ● Inequação quociente ● Função do 2º Grau: Introdução, Gráfico, Raízes da função do 2º grau, Estudo do discriminante ● Vértices da Parábola ● Imagem ● Construção do Gráfico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Função Inversa ● Função Composta <p style="text-align: center;">UNIDADE III: FUNÇÃO EXPONENCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Função Exponencial: Definição e Gráfico ● Propriedades ● Equações Exponenciais ● Inequações Exponenciais <p style="text-align: center;">UNIDADE IV: LOGARITMO E FUNÇÃO LOGARITMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Logaritmos ● Sistemas de Logaritmos ● Propriedades do Logaritmo ● Mudança de Base ● Função Logarítmica ● Equação Logarítmica
Bibliografia Básica	
IEZZI, G. et al. Matemática: ciência e aplicações , volume 1. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.	
_____. Conexões com a Matemática , volume 1. São Paulo: Moderna, 2013.	
IEZZI, G. MURAKAMI. Fundamentos de Matemática Elementar , volume 1. São Paulo: Atual, 2006.	
Bibliografia Complementar	
SOUZA, Joamir Roberto de. Novo Olhar Matemática . Volume 1. 1ª ed. São Paulo: FTD, 2010.	
DANTE, L. Matemática: Volume único . 3ª ed. São Paulo: Ática, 2003.	
IEZZI, G. et al. Fundamentos de Matemática Elementar. Logaritmos , volume 2: Atual, 2004.	
IEZZI, G. et al. Matemática: ciência e aplicações . 1ª série. 2ª ed. São Paulo: Atual, 2004.	
SMOLE, K.; DINIZ, M. Matemática: ensino médio . Volume 1. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade.	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º ANO
Componente Curricular:	História	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Introdução aos Estudos Históricos; Pré-História; Pré-História brasileira; Antiguidade Oriental; África; Egito; Antiguidade Clássica: Grécia; Antiguidade Clássica: Roma; Idade Média; Islamismo; Império Bizantino; Feudalismo; Crise da Idade Média; Povos pré-Colombianos; Maias; Incas; Astecas; Organização Social dos Tupinambás; Humanismo e Renascimento; Reformas Religiosas; Luteranismo; Calvinismo; Anglicanismo; Contrarreforma Católica.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> ● Entender o processo histórico da humanidade e poder se identificar como sujeito histórico. ● Identificar e manusear diferentes fontes históricas. ● Analisar a produção da memória pelas sociedades humana. 			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- Entender as diferentes culturas e diferentes manifestações culturais.
- Identificar os significados históricos das relações de poder entre as nações.
- Reconhecer as contribuições dos diferentes povos para a formação sociocultural do Brasil
- Analisar as estruturas de poder dos diferentes povos.
- Diferenciar as religiões e a religiosidade dos diferentes povos.
- Selecionar argumentos favoráveis ou contrários às modificações impostas pelas novas tecnologias à vida social e ao mundo do trabalho.
- Relacionar cidadania e democracia na organização das sociedades.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: introdução aos estudos históricos.

- O que é História?
- Fontes
- Tempo;
- Fato Histórico;
- Periodização histórica.
- Cálculo do tempo.
- Patrimônio Histórico.
- Tombamento.
- Órgãos de proteção da história.
- PRÉ-HISTÓRIA.
- Periodização.
- Origem Humana.
- As primeiras Sociedades.
- O povoamento da América.
- Pré-História brasileira.
- ANTIGUIDADE ORIENTAL.
- Características gerais.
- Urbanização.
- Mesopotâmia.
- Assírios.
- Babilônios.
- Sumérios.
- China.
- Índia.
- África.
- Egito Antigo.
- A constituição do Estado e da sociedade.
- A Religiosidade e ancestralidade Africana.
- Deuses, crenças e divindades do Egito Antigo.
- A expansão do Islã no Egito Antigo.

UNIDADE III: Civilização islâmica. Idade média.

- Civilização islâmica.
- Muçulmanos.

UNIDADE II: antiguidade clássica: Grécia

- A organização e representação do Estado na Grécia Antiga: Atenas (da organização Gentílica à Democracia); Esparta (Oligarquia militarista espartana).
 - As relações de poder na sociedade grega antiga: poder, política e cidadania em Atenas e Esparta.
 - A organização e a divisão social do trabalho na Grécia Antiga: Atenas (estrutura escravista); Esparta (o hilotismo).
 - papel social da mulher na antiguidade Clássica.
 - Os movimentos sociais na antiguidade clássica grega.
 - A mitologia politeísta grega: as práticas mágicas e a estrutura mítica da Grécia Antiga.
- ANTIGUIDADE CLÁSSICA: ROMA.**
- A organização e representação do Estado na Roma Antiga: da Monarquia ao Império Romano.
 - As relações de poder na sociedade romana antiga: poder, política e cidadania em Roma.
 - A organização e a divisão social do trabalho na Roma Antiga: a estrutura escravista.
 - Os movimentos sociais na antiguidade clássica romana.
 - A mitologia politeísta romana: as práticas mágicas e a estrutura mítica da Roma Antiga.

UNIDADE IV: Humanismo e renascimento. Reformas religiosas: a reforma católica. Povos pré-colombianos.

- Humanismo e renascimento.
- A produção de uma nova mentalidade



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> • Civilização Bizantina. • IDADE MÉDIA. • As relações de poder na sociedade medieval na Europa Ocidental: o papel da nobreza, dos clérigos e dos servos. • As relações de Senhorio, Vassalagem e Servidão. • A organização e a divisão social do trabalho na Europa Medieval: a estrutura feudal e a servidão, Corporações de Ofício e mercadores. • Os movimentos sociais na Europa Medieval: Revoltas camponesas. • cristianismo no mundo medieval: o surgimento de uma nova mentalidade (a arte, arquitetura e comportamento medieval). • A Igreja Cristã na sociedade medieval e as heresias medievais na baixa Idade Média. <p>As Cruzadas e suas consequências para o mundo medieval (abertura do Mediterrâneo, renascimento das cidades e do comércio e declínio da sociedade feudal).</p> <p>Desestruturação do Sistema Feudal Crise da Idade Média (Crise do século XIV): A Peste Negra, a grande fome, guerras, etc.</p>	<p>na Europa Ocidental: - Humanismo e Renascimento (Fases do movimento).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valores Humanistas. • Arte e Ciência. • Transformações culturais e sociais. <ul style="list-style-type: none"> • REFORMAS RELIGIOSAS. • Reforma na Alemanha: O Luteranismo. • Os Anabatistas. • Reforma na Suíça: O Calvinismo. • Reforma na Inglaterra: O Anglicanismo. • A REFORMA CATÓLICA. • Contrarreforma Católica. • O Concílio de Trento. • O Tribunal do Santo Ofício. • POVOS PRÉ-COLOMBIANOS. • A organização, a divisão social do trabalho e a estrutura política e social nas terras pré-colombianas: Maia, Inca, Asteca e Tupi - Guarani. • As hierarquias, os cacicados/cheffias e as concepções de guerra entre os povos da América pré-colombiana: Maia, Inca, Asteca e Tupi-guarani. • O uso da terra para os Incas, Astecas e Tupinambá: impactos ambientais. <ul style="list-style-type: none"> • As práticas mágicas e a estrutura mítica entre os povos Incas, Maias, Astecas e Tupinambá na América pré-colombiana.
---	--

Bibliografia Básica:

ALVES, Alexandre e OLIVEIRA, Leticia Fagundes. **Conexões com a História: das origens do homem à conquista do Novo Mundo**. São Paulo: Moderna, 2010. **Ensino**

BRAIK, Patrícia Ramos e MOTA, Myriam Becho. **História: das cavernas ao terceiro milênio**. São Paulo: Moderna, 2010, v. I.

VAINFAS, Ronaldo (et al). **História: das sociedades sem Estado às monarquias absolutistas**. São Paulo: Saraiva, 2013, v. I.

Bibliografia Complementar:

FUNARI, Pedro Paulo. **Grécia e Roma: vida pública e vida privada, cultura, pensamento e mitologia, amores e sexualidade**. 3 ed. São Paulo: Contexto. 2004.

GUIMARÃES, Marcella Lopes. **Capítulos de História: o trabalho com fontes**. Curitiba: Aymará Educação, 2012.

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

MELATTI, Júlio César. **Índios do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

PHILIPPE Aries & GEORGES DUBY. **Coleção História da Vida Privada**. Companhia de Bolso, 2009.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período	1º Ano



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

		Letivo:	
Componente Curricular:	Geografia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Histórico da Geografia como ciência. Conceitos científicos básicos: paisagem, lugar, espaço, tempo, território, lugar. Cartografia: localização e orientação, os mapas, representação gráfica, tecnologias modernas aplicadas à cartografia. Geografia Física e Meio Ambiente: estrutura geológica, as estruturas e formas do relevo, clima, solo, hidrografia, biomas e formações vegetais (classificação e situação atual).			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Usar e aplicar a linguagem geográfica em diferentes situações a partir da utilização de diferentes conceitos e tecnologias disponíveis.• Compreender as características físicas do espaço e as relações do homem com a natureza do mesmo.• Saber ler mapas, identificando os elementos nele apresentados.• Compreender e representar as diferentes formas de representação da Terra.• Compreender a formação geológica do planeta Terra.• Identificar as estruturas geológicas, descrevê-las e relacioná-las com as atividades humanas.• Compreender como se dá os impactos ambientais em escala nacional.• Sugerir possíveis soluções para os impactos ambientais brasileiros.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Introdução aos estudos Geográficos e fundamentos de cartografia <ul style="list-style-type: none">• Coordenadas, movimentos e fusos horários;• Representações cartográficas, Escalas e projeções;• Mapas temáticos e gráficos;• Tecnologias modernas utilizadas pela cartografia;	UNIDADE III: Geografia Física II <ul style="list-style-type: none">• Solos;• Clima;• Os fenômenos climáticos e a interferência humana;		
UNIDADE II: Geografia Física I <ul style="list-style-type: none">• Estrutura Geológica;• As estruturas e as formas de relevo;	UNIDADE IV: Geografia Física III <ul style="list-style-type: none">• Hidrografia;• Formações vegetais e os domínios morfoclimáticos;• As conferências em defesa do meio ambiente;		
Bibliografia Básica			
MOREIRA, I. O espaço geográfico: geografia geral e do Brasil . São Paulo: Ática, 2012. ROSS, J. Os fundamentos da Geografia da natureza . <i>Geografia do Brasil</i> . São Paulo: Edusp, 2011. SENE, E.; MOREIRA, J.C. Geografia geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização . Geografia Ensino Médio. Scipione. São Paulo, 2012.			
Bibliografia Complementar			
ALMEIDA, R. D.; Novos Rumos da Cartografia Escolar: currículo, linguagem e tecnologia . São Paulo: Contexto, 2011. _____, R. D. e PASSINI, E. Y. O espaço geográfico: ensino e representação . 4ª ed. São Paulo, Contexto, 2002. MAGNOLI, D. ; ARAUJO, R. A nova geografia: estudos de geografia do Brasil . 5ª ed. São Paulo:			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Moderna, 2013.
 PONTUSCHKA, N. N; OLIVEIRA, A. U. **Geografia em Perspectiva: ensino e pesquisa**. São Paulo: Contexto, 2006.
 VESENTINI, J. W. **Sociedade e espaço: Geografia Geral e do Brasil**. 31ª ed. São Paulo: Ática, 2000

Curso:	Técnico Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrado
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º ano
Componente:	Filosofia	Carga Horária:	40h

Ementa

A emergência da Filosofia;a passagem do Mito ao Logos; introdução à Teoria do Conhecimento;os diferentes tipos de conhecimento e saberes;antropologia Filosófica; concepções de homem ao longo da História da Filosofia;as sociedades de base tecnológica;o paradigma do aprender a aprender no mundo globalizado e dinâmico.

Competências

- Capacidade para um modo especificamente filosófico de formular e propor soluções a problemas, nos diversos campos do conhecimento;
- Capacidade de desenvolver uma consciência crítica sobre conhecimento, razão e realidade sócio-histórico política;
- Capacidade para análise, interpretação e comentário de textos teóricos, segundo os mais rigorosos procedimentos de técnica hermenêutica;
- Compreensão da importância das questões acerca do sentido e da significação da própria existência e das produções culturais;
- Percepção da integração necessária entre a filosofia e a produção científica, artística, bem como com o agir pessoal e político;

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I

- A emergência da filosofia
- Ordem mítica
- Ordem racional
- História da Filosofia
- Sistemas epistemológicos

UNIDADE II

- O conhecimento
- Filosofia e outros saberes : senso comum, mítico e científico
- Dogmatismo, ceticismo e criticismo
- Objetividade e construção da verdade

UNIDADE III

- Antropologia filosófica
- Concepções de homem ao longo da história
- Perspectivas antropológicas

UNIDADE IV

- As sociedades tecnológicas
- Paradigma do aprender a aprender
- Informação e conhecimento
- Paradigmas do cooperativismo (copyleft) e competição (copyright)

Bibliografia



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

ARANHA, Maria Lúcia de A; MARTINS, Maria Helena P. **Filosofando**. Introdução à Filosofia. 4ed. São Paulo: Ed. Moderna, 2009.
GALLO, Sílvio. **Filosofia**: experiência do pensamento. São Paulo: Scipione, 2014.
SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO PARANÁ. **Filosofia**. Curitiba: SEED-PR, 2006.

Bibliografia Complementar

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 6ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
AGUIAR, Vicente Macedo de (org.). **Software livre, cultura hacker e o ecossistema da colaboração**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
[ENCICLOPÉDIA DE FILOSOFIA](#). São Paulo: s/e, 2004.
HAMLYN, D. W. **Uma História da Filosofia Ocidental**. Trad. Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1987.
MAYR, Arnaldo H. **Teoria do Conhecimento**. Guia de Estudos (EaD) – Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha (MG): UNIS-MG, 2008.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Sociologia	Carga Horária:	40 h

Ementa

Conceito de Sociologia, contexto histórico do surgimento da Sociologia: Iluminismo, Revolução Industrial e Francesa, principais teóricos da Sociologia: Émile Durkheim, Karl Marx e Max Weber, processo de socialização, principais instituições sociais: Família, Igreja, Escola, Estado, relações entre indivíduo e sociedade, conceito e diferença entre Estrutura e Estratificação Social, principais estratificações sociais: Castas, Estamentos, classes sociais, tipos de mobilidades sociais: Horizontal e vertical, relações de trabalho na sociedade, trabalho nas diferentes sociedades: Tribais, greco-romana, feudal e capitalista, Novas formas de trabalho na sociedade capitalista: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo.

Competências

- Compreender o contexto histórico do surgimento da Sociologia e sua importância no estudo das relações sociais;
- Analisar as contribuições das teorias sociológicas clássicas, seus conceitos e ideias, como modalidades específicas de interpretações das problemáticas sociais;
- Capacidade de identificar e compreender o processo de socialização, os papéis das instituições sociais e as relações entre os indivíduos e sociedade a partir das diferentes concepções sociológicas;
- Aprender os conceitos e características de Estrutura, Estratificação, Mobilidade e Mudança Social, relacionar essas temáticas com a realidade social vigente;
- Capacidade de identificar os elementos e dilemas fundamentais do mundo do trabalho e as transformações nas diferentes sociedades, bem como analisar as novas configurações do trabalho na sociedade capitalista: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo.

Base Científica e Tecnológica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>UNIDADE I: Introdução a Sociologia/ Conceitos Básicos da Sociologia e o Contexto Histórico de Formação do Pensamento Sociológico Clássico.</p> <ul style="list-style-type: none">● O que é Sociologia?● Importância do estudo da Sociologia;● Contexto histórico do surgimento da Sociologia: Iluminismo, Revolução Industrial e Francesa;● Augusto Comte - Física Social e positivismo;● Émile Durkheim – Fato Social e funcionalismo;● Karl Marx – realidade social e Materialismo Histórico Dialético;● Max Weber – Ação Social e Sociologia compreensiva. <p>UNIDADE II: Processo de socialização, instituições sociais, as relações entre indivíduo e sociedade.</p> <ul style="list-style-type: none">● O que é o processo de socialização?● As diferenças no processo de socialização.● Principais instituições sociais: Família, Igreja, Escola, Estado.● Relações entre indivíduo e sociedade;● Karl Marx – Os indivíduos e as classes sociais;	<ul style="list-style-type: none">● Émile Durkheim – As instituições e o indivíduo;● Max Weber – O indivíduo e a ação social; <p>Norbert Elias e Pierre Bourdieu – A sociedade dos indivíduos.</p> <p>UNIDADE III: Estrutura e Estratificação Social/ Mobilidade e Mudança Social/ desigualdades sociais.</p> <ul style="list-style-type: none">● Conceito e diferença entre Estrutura e Estratificação Social;● Principais estratificações sociais: Castas, Estamentos, classes sociais;● Conceito e diferença entre mobilidade e mudança social;● Tipos de mobilidades sociais: Horizontal e vertical;● Sociedade capitalista, classes sociais e desigualdades sociais;● Desigualdades sociais no Brasil; <p>UNIDADE IV: Trabalho e sociedade</p> <ul style="list-style-type: none">● História e importância do trabalho;● Conceito de trabalho e emprego;● Trabalho nas diferentes sociedades: Tribais, greco-romana, feudal e capitalista;● Trabalho para os clássicos da sociologia;● Novas formas de trabalho na sociedade capitalista: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo;● A questão do trabalho no Brasil.
Bibliografia Básica	
COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia : introdução a ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2011.	
DIAS, Reinaldo. Introdução à sociologia . 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.	
TOMAZI, Nelson Dácio. Sociologia para o Ensino Médio . 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.	
Bibliografia Complementar	
ANTUNES, R. Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 16ª. ed. São Paulo: Cortez, 2015.	
BOMENY, Helena. MEDEIROS, Bianca Freire. Tempos Modernos, Tempos de Sociologia . São Paulo: Editora do Brasil, 2010.	
MACHADO, Igor Jose de Reno; Et al. Sociologia Hoje . São Paulo: Ática, 2013.	
GIDDENS, Anthony. Sociologia . 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.	
QUINTANEIRO, Tânia; Et al. Um Toque de Clássicos : Marx, Durkheim e Weber. 2ª Edição. Belo Horizonte: UFMG, 2007.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
---------------	---------------------------------------	---------------	-----------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Biologia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
<p>Estudo da Biologia; Características dos seres vivos; Níveis de organização dos seres vivos. Origem da vida. Composição química dos seres vivos. Citologia. Envoltórios celulares. Citoplasma. Metabolismo celular. Núcleo. Divisão celular. Reprodução. Desenvolvimento embrionário. Histologia. Epitélios. Tecidos conjuntivos. Tecidos musculares. Tecido nervoso.</p>			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar os princípios de organização da vida que a tornam um fenômeno único e objeto de estudo da Biologia; ● Conhecer as diferentes propostas de definição da vida ao longo da história da Biologia; ● Compreender os modelos explicativos para a origem da célula como unidade de vida e a diversificação de sua estrutura nos organismos; ● Compreender as propriedades estruturais das biomoléculas e sua função nos organismos dos seres vivos; ● Reconhecer o metabolismo como um sistema ordenado de processos de transformação de matéria e energia a nível celular; ● Relacionar os processos de divisão celular, reprodução humana e desenvolvimento embrionário no organismo humano; ● Entender a classificação e o funcionamento dos tecidos que formam os organismos. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE - Princípios da organização dos seres vivos		UNIDADE III- Reprodução	
<ul style="list-style-type: none"> ● Introdução a Biologia. ● Seres vivos e a organização biológica ● Características gerais dos seres vivos ● Níveis de organização dos seres vivos ● A origem da Vida ● Composição química dos seres vivos 		<ul style="list-style-type: none"> ● Núcleo ● Divisão celular ● Reprodução ● Desenvolvimento embrionário 	
UNIDADE II- Origem da célula		UNIDADE IV- Histologia	
<ul style="list-style-type: none"> ● Citologia ● Envoltórios celulares ● Citoplasma 		<ul style="list-style-type: none"> ● Histologia: classificação, fisiologia e características dos tecidos ● Epitélios ● Tecidos conjuntivos ● Tecidos musculares ● Tecido nervoso 	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

• Metabolismo celular	
Bibliografia Básica	
AMABIS, José Mariano & MARTHO, Gilberto Rodrigues. Biologia em contexto . Volume 1. 1ª ed. São Paulo: Editora Moderna, 2013.	
LOPES, Sônia Godoy Bueno Carvalho & ROSSO, Sergio. Bio . Volume 1. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.	
PURVES, W. K.; SADAVA, D.; ORIAN, G. H.; HELLER, H. C. Vida: a ciência da biologia . Vol. 1, Porto Alegre: Artmed, 2015.	
Bibliografia Complementar	
ALBERTS, B. Biologia molecular da célula . Porto Alegre: Artmed, 2014.	
BIZZO, Nélio Marco Vicenzo. Novas bases da Biologia . Volume 1. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2013.	
CARLSON, B.M. Embriologia humana e Biologia do Desenvolvimento . Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2012.	
JUNQUEIRA, L. C. e CARNEIRO, J. Biologia Celular e Molecular . Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2014.	
JUNQUEIRA, L. C. e CARNEIRO, J. Biologia estrutural dos tecidos – Histologia . Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2012.	

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Substâncias Químicas ● Introdução ao conceito de reação química <p>UNIDADE II</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Do macroscópico ao microscópico: átomos e moléculas; ● Introdução à estrutura atômica; ● Noção mais detalhada da estrutura atômicas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ligações químicas interatômicas ● Geometria molecular e ligações químicas intermoleculares <p>UNIDADE IV</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Princípios da Química Inorgânica; ● Mol; ● O comportamento físico dos gases 		
Bibliografia Básica			
<p>FONSECA, Martha Reis Marques da Fonseca: 1º edição- São Paulo: Ática, 2013</p> <p>FELTRE, R. Química, 6 ed., editora Moderna, São Paulo, vol. 1, 2004 562 pag.</p> <p>PERUZO.F.M.;CANTO E.L,QUÍMICA, Química na abordagem do cotidiano, volume 1, 4ª edição, ed.Moderna, São Paulo.</p>			
Bibliografia Complementar			
<p>FONSECA,Marta Reis Marques da. Interatividade química: Cidadania, participação e transformação. Volume único.São Paulo: Editora FTD</p> <p>SANTOS,Wilson Luiz Pereira dos (coord.) Química e Sociedade, vol. único: nova geração,2005 Química-Vol.Único-9º ed. 2013, Usberco, João Salvador, Edgard.</p> <p>LEMBO, Antônio. Química - Realidade e Contexto, vols. 1, Ática, São Paulo, 1999.</p> <p>MORTIMER, Eduardo Fleury e Andrea Horta Machado- química – volume único -segundo grau- São Paulo, Editora Scipione, 2009</p> <p>SARDELLA, Antônio, Curso completo de Química – volume único – 3ª edição-São Paulo -editora Ática.</p>			
Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º ano
Componente:	Física	Carga Horária:	80h
Ementa			
<p>História da Física; Ciência, tecnologia e sociedade; Sistemas de medidas; Conceitos relacionados à Cinemática; Dinâmica dos Movimentos; Leis de Newton; Trabalho Mecânico; Energia Mecânica; Potência; Rendimento; Fontes alternativas de energia.</p>			
Competências			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Metodologia do Trabalho Científico	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Ciência e Conhecimento científico; Métodos científicos; Pesquisa científica; Estrutura do projeto de pesquisa; Estrutura do projeto de pesquisa; Apresentação de trabalhos acadêmicos; ABNT.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar a importância do pensamento científico para o estudante; • Identificar as diversas fases da pesquisa científica; • Compreender o papel da ciência no dia a dia e nas pesquisas; • Entender os passos de um projeto de pesquisa; • Apresentar conceitos de pesquisa 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Definição de ciência Critério de cientificidade Conhecimento científico e popular Método científico UNIDADE II: Pesquisa científica O que é pesquisa Aspectos éticos da pesquisa científica (CONAR) Características da pesquisa científica Classificação das pesquisas Etapas da pesquisa UNIDADE III: Definição de tema	Justificativa Formulação do problema Construção de hipóteses Objetivos Metodologia Embasamento teórico Cronograma Orçamento Referências UNIDADE IV: Apresentação de trabalhos acadêmicos (gráfico e visual) ABNT Formatação de trabalhos		
Bibliografia Básica			
CRESWELL, Creswell, John W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto . 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. KOLLER, S. H.; COUTO, M. C. P de P.; HOHENDORFF, J. V. (Org.). Manual de produção científica . Porto Alegre: Penso, 2014. 192p. (Série Métodos de Pesquisa). FLICK, Uwe. Introdução a Metodologia de Pesquisa . Porto Alegre: Artmed, 2012. SAMPIERI, Roberto Hernandez; COLLADO, Carlos Fernández, LUCIO, Maria Del Pilar Baptista. Metodologia de Pesquisa . 5. Ed. Porto Alegre: Penso, 2013.			
Bibliografia Complementar:			
GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica . 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. RICHARDSON, Roberto Jarry; <i>et all.</i> Pesquisa Social – Métodos e Técnicas . São Paulo : Atlas, 2007. SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico . 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007. TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação: o positivismo, a fenomenologia, o marxismo . São Paulo: Atlas, 1987.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
---------------	---------------------------------------	---------------	-----------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Prática laboratorial: Informática aplicada à publicidade	Carga Horária:	120 horas
Ementa			
Conhecimentos básicos teóricos e práticos sobre o funcionamento e operação de um computador; manipulação de programas comuns como processador de textos e planilha eletrônica; Softwares criação e edição de imagens; softwares utilizados pela publicidade e propaganda; noções do emprego destes softwares na criação de vinhetas eletrônica; Construções de websites e peças gráficas publicitárias.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Identificar os componentes lógicos e físicos do computador.• Conceituar e compreender o funcionamento de sistema operacional• Operar soluções de softwares utilitários.• Utilizar a internet de forma segura e fazer uso dos seus diversos serviços.• Conhecer e manusear softwares básicos para desenvolvimento de material de comunicação para o mercado.• Conhecer os principais aspectos a serem considerados em computação gráfica aplicada à prática de publicidade			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Introdução a informática <ul style="list-style-type: none">• A era da computação• Definição de Hardware e Software • Internet • Correio eletrônico (e-mail)• Sistemas Operacionais UNIDADE II: Office <ul style="list-style-type: none">• Software de edição de textos• Digitação e movimentação• Conhecendo as ferramentas e funções• Formatação de páginas, textos e colunas• Inserido figuras, objetos, tabelas, lista, marcadores e numeradores• Software de planilha eletrônica• Conhecendo as ferramentas e funções• Formatação de células• Fórmulas e funções• Adicionando Gráficos		UNIDADE III: Criação e edição de gráficos vetoriais <ul style="list-style-type: none">• Conceitos básicos• Principais ferramentas de desenho e edição• Utilização de camadas• Definição de formatos e dimensionamento• Efeitos especiais.• Margens, dimensionamento e diagramação• Importação/exportação de arquivos• Impressão UNIDADE IV: Softwares de produção <ul style="list-style-type: none">• Software de elaboração de anúncios e propaganda• Softwares de tratamento de imagem• Criando anúncios impressos, logomarcas e logotipos; • Criando anúncios de vídeos com software próprios	
Bibliografia Básica			
GONÇALVES, Márcio da Silva. Fundamentos de Computação Gráfica . Editora Érica, 2014.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

FILHO, Wilson de Padua Paula. **Multimídia – Conceitos e Aplicações**. 2ª Edição. Editora LTC, 2011.

Primo, Lane; Cabral, Sidarta. **Produção Audiovisual - Imagem, Som e Movimento - Série Eixos**. Editora Érica, 2014.

Bibliografia Complementar

LAUDON, K.; LAUDON, J. **Sistemas de informação gerenciais**. 9ª ed. São Paulo: Pearson, 2010.

SAFKO, L.; BRAKE, D. **A Bíblia da mídia social**. São Paulo: Blucher, 2010.

TANENBAUM, Andrew S. **Sistemas operacionais modernos**. 3ª. Ed. Editora Prentice Hall – Br, 2010.

HORIE, Ricardo Minoru.; OLIVEIRA, Ana Cristina Pedrozo. **Projetos Gráficos com Photoshop CS6, CorelDRAW X6 e InDesign CS6**. Editora Érica, 2012.

Mendonça, Luciane. **Qualificação Técnica em Design Gráfico - O Papel das Artes Gráficas, História, Teoria E Prática**. Editora Viena, 2014.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Estatística aplicada à publicidade	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Introdução a Estatística; Representação Gráfica e interpretação de dados; Medidas de posição dispersão e testes.

Competências

- Compreender os conceitos básicos da estatística e operacionalizá-lo na elaboração e análise de relatórios da atividade do Profissional em Publicidade.
- Organizar processo de informação e classificação dos dados referentes a juros.
- Tabular dados de origem econômica e social.
- Interpretar gráficos e tabelas com diversas informações;
- Organizar informações de dados para subsidiar tomada de decisões operacionais e de formação da área técnica em Publicidade.
- Identificar os campos de aplicação.
- Relacionar as atividades relevantes dentro de cada departamento.
- Aplicar métodos de valoração dos estoques.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: Introdução a Estatística

- População e Amostra;
- Técnicas de Amostragens;
- Frequências.

UNIDADE II: Representação gráfica

UNIDADE III: Medidas de posição e dispersão

- Médias;
- Mediana;
- Moda;
- Variância;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> • Tabulação de dados; • Tabelas de Frequência; • Frequência Relativa; • Frequência Acumulada; • Gráficos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desvio Padrão; • Erro padrão; • Coeficiente de variação. <p>UNIDADE IV: Teste de hipótese</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulação de hipóteses: hipótese da nulidade e hipótese alternativa; • Tipos de erros; • Nível de significância; • Teste usando a normal (para grandes amostras); • Teste t (para pequenas amostras; para amostras dependentes e amostras independentes).
---	---

Bibliografia Básica

CRESPO, Antônio A. **Estatística fácil**. 19.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MOORE, David S. **A estatística básica e sua prática**. 3.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

TRIOLA, Mario F. **Introdução à Estatística**. 7.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

Bibliografia Complementar:

HAZZAN, Samuel. **Fundamentos de matemática elementar: combinatória e probabilidade**. 7.ed. São Paulo: Atual, volume 5, 2004.

FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A.. **Curso de Estatística**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LOPES, Paulo Afonso. **Probabilidade e estatística**. Rio de Janeiro: R. & Affonso, 1999.

MORETTIN, P. A. **Estatística básica**. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

PINHEIRO, João I. D. [et al.]. **Estatística básica: a arte de trabalhar com dados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Introdução à publicidade e propaganda	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Conceitos e definições de publicidade, propaganda e marketing. História da publicidade no Brasil; Características e tipos de mídia; Mix de comunicação; estrutura de agências e mercado publicitário; novas formas de publicidade/publicização na sociedade contemporânea.

Competências

- Diferenciar e relacionar atividades atreladas à publicidade e ao marketing;
- Situar a atividade publicitária no âmbito da comunicação e sociedade contemporânea;
- Compreender o funcionamento e formas de estruturação de uma agência de publicidade.
- Produzir peças publicitárias nos diferentes meios.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: O que é publicidade <ul style="list-style-type: none">● Definição de publicidade, propaganda e marketing.● História da publicidade no Brasil.● Estrutura e funcionamento de uma agência de publicidade. UNIDADE II: Atividade publicitária <ul style="list-style-type: none">● Mix de comunicação;● Cadeia de comunicação;	UNIDADE III: Introdução à criação <ul style="list-style-type: none">● Tipos de mídia;● Técnicas de criatividade● Laboratório de criação UNIDADE IV: Nova comunicação publicitária <ul style="list-style-type: none">● Novos formatos de contato e propaganda;● Comunicação digital e transmidiática;● Pesquisa em propaganda: introdução.
Bibliografia Básica	
MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí! : um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Atlas, 2004. SAMPAIO, Rafael. Publicidade de A a Z . 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2013. SANT'ANNA, Armando; ROCHA, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: teoria, técnica e prática . 9.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.	
Bibliografia Complementar	
BARBOSA, Ivan Santo e PEREZ, Clotilde (org). Hiperpublicidade, Volume 2: Atividades e Tendências. São Paulo: Thomson Learning, 2008. BARRETO, Roberto Menna. Criatividade em Propaganda . 12º ed. São Paulo: Summus, 2004. CÉSAR, Newton. Direção de arte em propaganda . 8.ed. São Paulo: Atlas, 2006. GRACIOSO, Francisco. Propaganda: engorda e faz crescer a pequena empresa . São Paulo: Atlas, 2002. MARCONDES, Pyr. Uma história da propaganda brasileira: as melhores campanhas, gênios da criação, personagens . 2.ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	1º Ano
Componente Curricular:	Mídia e Cidadania	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Introdução a mídia e a cidadania; Mídia, Cidadania e Indústria cultural; A era da informação; Tecnologias da informação e comunicação - TIC's; tecnologias assistivas; cidadania digital.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">● Discutir e compreender os principais conceitos de mídia e cidadania, bem como as diferenças entre mídia impressa e eletrônica relacionadas a participação política.● Entender historicamente a revolução da tecnologia da informação e o mercado informacional			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>na contemporaneidade.</p> <ul style="list-style-type: none"> Refletir a mídia e cidadania aliada aos princípios da indústria cultural e da sociedade do espetáculo, bem como as consequências advindas da sociedade midiática: ideologia, alienação, cultura de massa. Abordar a Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC’s nos espaços públicos e privados, relacionado com os pressupostos da cidadania digital e com a ciberdemocracia. 	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Introdução a mídia e a cidadania</p> <ul style="list-style-type: none"> Porque estudar a mídia? Mídia impressa e eletrônica. Cidadania e suas dimensões: civil, política e social. Cidadania, participação política e mídia. <p>UNIDADE II: A era da informação</p> <ul style="list-style-type: none"> Tecnologia e transformação histórica. A Revolução da Tecnologia da Informação. A nova economia: Produtividade, competitividade e a economia informacional. 	<p>UNIDADE III: Mídia, Cidadania e Indústria cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> A sociedade do espetáculo e o consumismo. Meios de comunicação e cultura de massa. : Mídia, ideologia e alienação. <p>UNIDADE IV: Tecnologias da informação e comunicação - TIC’s e cidadania digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> Pontos e contrapontos da TIC’s? Tecnologias assistivas TIC’s e a esfera pública e privada. Cidadania digital e ciberdemocracia.
Bibliografia Básica	
<p>CASTELLS, Manuel. Sociedade em rede: a era da informação, economia, sociedade e cultura. 10ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009.</p> <p>PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla B. História da cidadania. 6ª ed. São Paulo: Ed. Contexto, 2013.</p> <p>SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.</p>	
Bibliografia Complementar:	
<p>DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. ebookBrasil.com, 2003. Disponível em: www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf. Acesso: 06 de nov. de 2016.</p> <p>DIMENSTEIN, Gilberto. Cidadão de papel. Ática, São Paulo, 2001.</p> <p>LÉVY, Pierre. Ciberdemocracia. Lisboa: Editions Odile Jacob, 2004.</p> <p>THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2011.</p> <p>MEKSENAS, P. Cidadania, Poder e Comunicação. São Paulo: Cortez Editora, 2002.</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa e Literatura	Carga Horária:	120 h
Ementa			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Estudo dos verbos. Análise morfofossintática. Análise sintática. Coesão e coerência. Estudos literários. Produção textual dos gêneros estudados.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">● Aplicar recursos expressivos das linguagens, relacionando textos com seus contextos, mediante a natureza, função, organização, estrutura das manifestações, de acordo com as condições de produção e recepção;● Apropriar-se dos elementos coesivos e de suas diversas configurações;● Avaliar o texto, considerando a articulação coerente dos elementos linguísticos, dos parágrafos e demais partes do texto; a pertinência das informações e dos juízos de valor; e a eficácia comunicativa;● Reconhecer os usos da norma padrão da língua portuguesa nas diferentes situações de comunicação;● Ler e produzir textos diversos, enfocando as sequências representativas dos gêneros estudados;● Correlacionar os gêneros literários à cultura e à história, considerando os aspectos temáticos, composicionais e estilísticos.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: MORFOSSINTAXE I <ul style="list-style-type: none">● O verbo;● Locução verbal;● Flexão dos verbos;● Formas nominais do verbo;● Classificação dos verbos;● Conjugações;● Produção textual – a Entrevista;● Formação dos tempos simples;● Formação dos tempos compostos;● O verbo na construção do texto;● A linguagem do Realismo, do Naturalismo e do Parnasianismo;● Produção textual: A Notícia. UNIDADE II: MORFOSSINTAXE II <ul style="list-style-type: none">● Colocação Pronominal;● O Simbolismo;● Produção textual: Cartão de visitas● O advérbio;● A preposição;● A conjunção;● A interjeição;● Coesão e coerência;● Produção textual: Artigo de opinião. Editorial.	UNIDADE III: SINTAXE I <ul style="list-style-type: none">● Frase;● Oração;● Período;● Sujeito;● Predicado;● Termos ligados ao verbo: objeto direto, objeto indireto, adjunto adverbial;● Termos ligados ao nome: adjunto adnominal e complemento nominal;● Pré-modernismo;● Produção textual: A crítica. UNIDADE IV: SINTAXE II <ul style="list-style-type: none">● Transitividade Verbal;● Vozes do verbo;● Produção textual: Panfleto;● Divulgação de evento e produtos nas redes sociais – Propaganda;● Aposto e vocativo;● Pontuação;● Parágrafo;● Modernismo (fases);● Produção textual: Carta argumentativa.
Bibliografia Básica:	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

CEREJA, William Roberto. **Português Linguagens**. São Paulo: Saraiva, 2012.
PERINI, Mário A. **Gramática do Português Brasileiro**. São Paulo. SP: Editora Parábola, 2010.
SOARES, Doris de Almeida. **Produção Textual e revisão textual: um guia para professores de português e de Línguas estrangeiras**. Petrópolis. Rio de Janeiro, 2009.

Bibliografia Complementar:

ABAURRE, Maria Luiza e Maria Bernadete. **Português: contexto, interlocução e sentido: Volume I**. São Paulo: Moderna, 2010.
BRAGA, Maria Luíza; MOLLICA, Maria Cecília. **Introdução à sociolinguística: o tratamento da variação**. São Paulo; Contexto, 2011.
MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 5.ed. Trad. Cecília P. de Souza e Silva. São Paulo: Cortez, 2001.
MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In. DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. A. ; BEZERRA, M. A. B. (Orgs.). **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucena, 2002.
POSSENTI, Sírio. **Questões de linguagem: passeio gramatical dirigido**. São Paulo: Parábola, 2011.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico :	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Artes	Carga Horária:	40 h
Ementa			
ARTES VISUAIS: Conceitos, contextualização, fundamentos artísticos estéticos, correlações, deslocamentos e rupturas socio-culturais de escolas e movimentos modernistas europeus- vanguardas; e arte moderna brasileira.			
MÚSICA: Definições conceituais dos elementos constitutivos da música e estudos de termos musicais que costumam ser equivocados; fazer musical e fruição por meio das atividades de composição, execução, apreciação, incluindo-se ainda a literatura e a técnica.			
Competências			
ARTES VISUAIS: <ul style="list-style-type: none">• Compreender a arte, seus fundamentos artísticos e estéticos, a partir de conceituações ocidentais, reconhecendo suas correlações, deslocamentos e rupturas de significações culturais. Proporcionando perceber a arte e sua importância na vida humana assim como seu dialogismo com outras áreas de conhecimentos e no mundo do trabalho;• Conhecer e contextualizar conceitual e historicamente escolas e movimentos da história da arte: Vanguardas modernistas europeias e arte moderna brasileira. Assim como compreender as bases compositivas e estéticas, suas características, seus estilos, suas similitudes e diferenças em diferentes épocas e culturas;• Desenvolver competências estéticas e artísticas a partir de experimentações reflexivas sensíveis-cognitivas, propiciando pesquisa, conhecimento e a utilização de elementos compositivos, materiais, suportes, instrumentos, procedimentos e técnicas nos processos de criação individuais e coletivos;• Reconhecer e entender a arte como sistema cultural considerando aspectos como respeito a diversidade, identidades e subjetividades. Proporcionando reflexões críticas e de alteridade na valorização do patrimônio cultural, em suas diversas concepções, e correlacionando as suas próprias vivências familiar e cultural.			
MÚSICA: <ul style="list-style-type: none">• Vivenciar a arte através da linguagem musical;• Analisar, refletir, apreciar, e vivenciar as poéticas musicais brasileiras diante da diversidade;• Entender que nenhum gênero musical deve ser considerado como “melhor” ou “mais difícil”			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

ou “mais artístico” do que outro;	
<ul style="list-style-type: none">Desenvolver o processo de criação musical, a percepção auditiva, a memória musical, a técnica vocal, e a prática musical em conjunto.	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Arte Moderna- vanguardas europeias e Arte moderna brasileira: características, período histórico, principais obras e autores;</p> <ul style="list-style-type: none">ImpressionismoFauvismoExpressionismoAbstracionismoCubismoFuturismoSurrealismoDadaísmo <p>UNIDADE II: Arte Moderna Brasileira:</p> <ul style="list-style-type: none">Neoclassicismo brasileiro e os antecedentes históricos.Semana de Arte Moderna de 1922.Movimentos modernistas pós-Semana de 22: artistas e manifestos.	<p>UNIDADE III: Elementos constitutivos da música I/ Música: Relações étnico-raciais e interculturais/ Prática musical em conjunto.</p> <ul style="list-style-type: none">Ritmo/ Melodia. <ol style="list-style-type: none">Diversidade musical no Brasil: O entrelace de culturas indígena, europeia e africana/As contribuições do processo de miscigenação no país na formação de sua identidade musical.Prática coral: Execução de música brasileira a uma, duas ou três vozes, dependendo da resposta musical do corpo discente/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentem habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Articulações: legato e stacatto / Técnica vocal: Ressonância. <p>UNIDADE IV: Elementos Constitutivos da música II/ Análise de termos musicais/ Prática musical em conjunto.</p> <ul style="list-style-type: none">Harmonia/ Textura.Estilo/ Forma/ Gênero. <ol style="list-style-type: none">Prática coral: Execução de obras de gêneros musicais diferentes a uma, duas ou três vozes, dependendo da resposta musical do corpo discente/ Prática instrumental: Trabalho com estudantes que apresentem habilidade de tocar instrumentos para realizarem o acompanhamento da música coral/ Dicção: função do palato, da língua e da boca/ Técnica vocal: Apoio do diafragma em relação aos ressoadores.
Bibliografia Básica	
<p>ARTES VISUAIS:</p> <p>PROENÇA, Graça. História da Arte. São Paulo-SP: Editora Ática, 2012.</p> <p>STRICKLAND, Carol. Arte Comentada: Da Pré-História ao Pós Moderno. Rio de Janeiro: Ediouro, 2014.</p>	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

BARCINSKI, Fabiana Werneck. **Sobre a Arte Brasileira**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes: Edições SESC, 2015.

MÚSICA:

BENNETT, Roy. **Uma breve história da música**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1986.

COSTA, Edilson. **Voz e arte lírica: técnica vocal ao alcance de todos**. Editora LOVISE. São Paulo, SP. 2001.

VARGAS, Aline Tafarelo; ESPÍNDOLA, Shirley. **Voz e canto: fisiologia e arquitetura**. Editora In House. Jundáí, SP. 2007.

Bibliografia Complementar

ARTES VISUAIS:

ARGAN, Giulio Carlo. **ARTE MODERNA**. Editora: Companhia das Letras, 1992

CATTANI, Icleia Borsa. **Arte Moderna no Brasil**. Editora: C/ ARTE, 2011

DEMPSEY, Amy. **Estilos, Escolas & Movimentos**, guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2011

DICKINS, Rosie. **Introdução a Arte Moderna**. Editora: Ciranda Cultural, 2012

GRAHAM-DIXON, Andrew. **O Guia Visual Definitivo da Arte - Da Pré-História ao Século XXI**. São Paulo- SP: Publifolha, 2011.

MÚSICA:

PAZ, Ermelinda A.. **Pedagogia Musical Brasileira no século XX: Metodologias e tendências**. 2ª edição. Brasília: Editora Musimed, 2013.

PENNA, Maura. **Música (s) e seu ensino**. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SOUZA, Jusamara. **Aprender e ensinar música no cotidiano**. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2008.

SWANWICK, Keith. **Ensinando música musicalmente**. Moderna. São Paulo. 2003.

ZAGONEL, Bernadete. **Metodologia do ensino de arte**. Curitiba: IBPEX, 2011.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º ano
Componente Curricular:	Língua Inglesa	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Modal verbs; Some/any/no; Phrasal verbs; Used to; Pronomes Reflexivos; Question words; Conjunções. Presente Perfeito; Advérbios; Comparativos. Passado Perfeito; Sufixos e Prefixos; Pronomes Relativos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">● Desenvolver a produção oral e escrita com propósitos comunicativos;● Automatizar os conhecimentos prévios de forma técnica e objetiva;● Relacionar os conteúdos desenvolvidos ao mundo do trabalho e à prática social;● Estimular o trabalho independente, a autonomia, o desenvolvimento das capacidades do pensamento autônomo crítico, de argumentação e da intervenção na realidade.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: <ul style="list-style-type: none">● Modal verbs;● Some/any/no;● Phrasal verbs;● Used to. UNIDADE II: <ul style="list-style-type: none">● Pronomes Reflexivos;● Question words;● Conjunções.	UNIDADE III: <ul style="list-style-type: none">● Presente Perfeito;● Advérbios;● Comparativos. UNIDADE IV: <ul style="list-style-type: none">● Passado Perfeito;● Sufixos e Prefixos● Pronomes Relativos.
Bibliografia Básica	
CARTER, R. et al. Exploring Grammar in context . Cambridge: Cambridge press, 2000.	
LANDI, Ana Paula (org.). Alive High: Inglês – 2º ano . São Paulo: Edições SM, 2013.	
TORRES, Nelson. Gramática prática da Língua Inglesa: O Inglês descomplicado . 13ª ed. São Paulo: Saraiva 2010.	
Bibliografia Complementar	
AMOS, E. et al. Challenge . São Paulo: Moderna, 2005.	
AUN, E. et al. English for all . Vol. 2. 1ª ed. São Paulo: Saraiva 2010.	
FERRO, Jeferson. Inglês Instrumental . Curitiba: IBPEX, 2003.	
FRANCO, Claudio de Paiva. TAVARES, Kátia Cristina do Amaral. Way to go: Língua estrangeira moderna . 1 ed. São Paulo: Ática, 2013.	
MARQUES. A. Password . Special Edition. São Paulo: Ática, 2007.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Educação Física	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Técnicas dos fundamentos do basquete, Anatomia II Sistema muscular e fisiológico, Técnicas dos fundamentos do jogo de Voleibol, Orientação sexual, Técnicas do Jogo de Handebol, Noções de primeiros socorros, Técnicas dos fundamentos do futsal, Stress e qualidade de vida.			
Competências			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- Compreender a técnica de cada modalidade esportiva;
- Compreender como o corpo humano é constituído e como ele funciona;
- Compreender a importância da alimentação saudável e quais os alimentos mais indicados para ingestão;
- Compreender como funciona o sistema cárdio respiratório e o sistema nervoso central;
- Identificar os tipos de alimentos que contribuem de forma positiva e negativa para o bem estar.
- Entender o que é e como funciona o estresse e como combatê-lo;
- Ser capaz de exercer os socorros básicos de emergência quando necessário;
- Compreender como se dá as doenças sexualmente transmissíveis e como evitar a gravidez na adolescência.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I:

Basquete

- Técnicas do jogo (técnica do arremesso, condução da bola,
- Técnicas da defesa e do ataque.
- Regras do jogo

Anatomia

- Anatomia 2 – Sistema Cárdio Respiratório e Sistema Nervoso (Coração e pulmão, Sistema nervoso Central e Periférico).

UNIDADE II:

Voleibol

- Técnicas do jogo (saque, passe, recepção do saque, levantamento, ataque, bloqueio e defesa).
- Regras do jogo

Orientação Sexual

- Doenças sexualmente transmissíveis
- Gravidez na adolescência
- Cuidados e prevenções

UNIDADE III:

Handebol

- Técnicas do jogo (defesa do goleiro, formação da barreira defensiva).

- Regras do jogo,

Noções Básicas dos Primeiros Socorros

- O que são primeiros socorros
- Como atender uma vítima
- Quais os primeiros cuidados
- Traumas mais comuns na atividade física

Alimentação

- Conceitos
- Pirâmide alimentar
- Porções alimentares
- Calorias por alimento

UNIDADE IV

Futsal

- Técnicas do jogo (movimentação do goleiro, movimentação dos jogadores com e sem posse de bola.
 - Regras do jogo.
- Estresse e suas Consequências**
- Conceito
 - Quais os males do estresse
 - Como combater o estresse
 - Doenças relacionadas com o estresse
 - Como garantir uma boa qualidade de vida

Bibliografia Básica

ALMEIDA. R., Navarro. A. C. **Futsal**. Editora Phorte. 2013.
BOJIKIAN. J. C. M., Bojikian. L. P. **Ensinando Voleibol Sed**. Revisada e ampliada. Phorte editor 2012.
EHRET. A. **Manual de Handebol: Treinamento de base para crianças e adolescentes**. 2002.

Bibliografia Complementar



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

CARPES. F. P., Bini. R. R., Vaz M. A., **Anatomia funcional**. 1º edição 2011. Editora Phorte.
 NEIRA. M. G., Nunes. M. L. F., **Pedagogia da Cultura Corporal: Crítica e Alternativas** 2 ed. Editora Phorte. 2008.
 LOPES. A. A. da S. M., **A criança e o adolescente no esporte: como deveria ser**. 2007. Editora Phorte.
 SCHWARTZ. G. M., Tavares. G. H., **Webgames com o corpo - vivenciando jogos virtuais no mundo real**. Editora Phorte. 2014.
 BOSCO. C., A Força Muscular: **Aspectos fisiológicos e aplicações práticas**. Editora Phorte. 2007.

Curso	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma	Integrada
Eixo Tecnológico	Produção Cultural e Design	Período Letivo	2º Ano
Componente Curricular	Matemática	Carga Horária	120 h

Ementa

Trigonometria; Geometria Espacial; Progressões: Aritmética e Geométrica; Análise Combinatória

Competências

- Expressar-se em linguagem oral e escrita de forma gráfica diante de situações matemáticas, em outras áreas do conhecimento e no cotidiano
- Valorizar a linguagem matemática na comunicação de ideias
- Aplicar conhecimentos matemáticos nas atividades cotidianas
- Desenvolver a capacidade de raciocínio, de resolver problemas de comunicação, bem como o espírito crítico e criatividade
- Analisar e interpretar dados provenientes de problemas matemáticos.
- Dominar a leitura, a interpretação e cálculos com arcos e ângulos.
- Ler, articular e interpretar símbolos referentes aos números reais associados a pontos da circunferência trigonométrica.
- Analisar, argumentar e posicionar-se criticamente em relação a temas da Economia, da Ciência e da Tecnologia.
- Identificar, em dada situação-problema, as informações ou variáveis relevantes e elaborar hipóteses e interpretar os resultados.
- Entender e calcular noções de geometria espacial, de posição e métrica.
- Estabelecer conexão entre as propriedades da geometria plana e da geometria espacial.
- Desenvolver a visão geométrica de objetos tridimensionais.

Base Científica e Tecnológica

<p>UNIDADE I: TRIGONOMETRIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Relações métricas no triângulo retângulo ● Relações trigonométricas no triângulo retângulo ● Ângulos notáveis ● Circunferência trigonométrica ● Unidade de medidas de ângulos ● Valores notáveis 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cones ● Pirâmides ● Esfera <p>UNIDADE III: PROGRESSÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sequência ou Sucessão ● Progressão Aritmética (P.A) ● Classificação de uma P.A ● Fórmula do termo geral de uma P.A ● Soma dos n termos de uma P.A
--	---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Relação fundamental da trigonometria ● Arcos complementares ● Função seno ● Função cosseno ● Função tangente ● Função cotangente ● Função secante ● Função cossecante ● Relações entre as funções <p>UNIDADE II: GEOMETRIA ESPACIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Noções de geometria espacial de posição e métrica ● Poliedros ● Prismas ● Paralelepípedo ● Cubo ● Cilindro 	<ul style="list-style-type: none"> ● Progressão Geométrica (P.G) ● Fórmula do termo geral de uma P.G ● Soma dos termos de uma P.G limitada ● Soma dos termos de uma P.G limitada e constante ● Soma dos termos de uma P.G infinita <p>UNIDADE IV: ANÁLISE COMBINATÓRIA E PROBABILIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Princípio fundamental da contagem ● Fatorial de número natural ● Permutações e arranjos ● Combinações ● Espaço amostral e eventos ● Probabilidade Condicional ● Lei binomial das probabilidades
--	--

Bibliografia Básica

_____. **Conexões com a Matemática**, volume 2. São Paulo: Moderna, 2013.
DANTE, L. **Matemática contexto e aplicações**: Volume único. 3ª ed. São Paulo: Ática, 2003.
SOUZA, Joamir Roberto de. **Novo olhar matemática**, vol. 2. São Paulo: FTD, 2010

Bibliografia Complementar

SANTOS, C. et al. **Matemática**: Volume único. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2003.
DANTE, L. **Matemática Contexto e aplicações**. 3ª ed. São Paulo: Ática, 2004.
IEZZI, G. et al. **Matemática Ciência e aplicações 2**: Ensino médio. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
HAZZAN, S. **Fundamentos de matemática elementar 5**: combinatória, probabilidade. 6ª ed. São Paulo: Atual, 1993.
SMOLE, K. **Matemática**: Ensino médio. Volume 2. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	História	Carga Horária:	80 h

Ementa

Monarquias Absolutistas; Formação do Estado Nacional; Teorias do Absolutismo; Expansão Comercial e Marítima; Colonização do Novo Mundo; Brasil: Período Colonial; Lavoura canavieira; Escravidão Negra e Indígena; Mineração; Movimentos Nativistas: Inconfidências em Minas Gerais e na Bahia; Revoluções Burguesas; Liberalismo e Iluminismo; Revolução Industrial; Vindada Corte portuguesa para o Brasil; Independência do Brasil; Período Regencial; Movimentos sociais no Período Regencial; Segundo Reinado; Guerra do Paraguai.

Competências



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- Compreender as transformações dos espaços geográficos como produto das relações socioeconômicas e culturais de poder;
- Analisar e compreender as diversas formas de organização e de representação do Estado na Europa Moderna; estabelecer as ligações possíveis com o mundo atual;
- Interpretar as variadas maneiras como políticos e homens de Estado puderam se auto representar e representar o povo durante o regime absolutista na Europa Moderna.
- Relacionar as mudanças mentais com os processos de transformações na Europa moderna.
- Compreender a produção e o papel histórico das instituições sociais, políticas e econômicas, associando-as aos diferentes grupos, conflitos e movimentos sociais;
- Entender as transformações técnicas e tecnológicas e seu impacto nos processos de produção, no desenvolvimento do conhecimento e na vida social;
- Relacionar as mudanças da chegada dos europeus na América com as mudanças ambientais e/ou ecológicas ocorridas no Novo Mundo, especialmente com a devastação de florestas e a introdução de novas espécies animais e vegetais.
- Estabelecer a relação entre a ação catequética da Igreja Católica no Novo Mundo com o contexto religioso da Europa.
- Compreender a organização social do trabalho nos diversos espaços de produção no Brasil.
- Identificar as diferentes formas de trabalho compulsório e as diferentes formas de resistência e de negociação da liberdade.
- Analisar as relações de trabalho e os diversos níveis de dependência existentes na Amazônia.
- Compreender o processo de transformação nas relações sociais de trabalho introduzidas a partir das mudanças no sistema de produção nos meados do século XVIII na Inglaterra.
- Analisar as relações sociais de trabalho no ambiente fabril inglês e os processos de constituição de associações trabalhistas no mesmo contexto.
- Relacionar os movimentos revolucionários modernos e contemporâneos (na Inglaterra, França e EUA) e suas formas de resistência, com o surgimento do sentimento de identidade nacional e antiescravista na Europa e América, bem como as formas de resistência e acesso à cidadania.
- Identificar de que forma a ideia de unidade nacional legitima o processo de formação e organização do Estado em diferentes sociedades.
- Identificar os significados históricos geográficos das relações de poder entre as nações;
- Compreender as diferenças da colonização da América Portuguesa nos séculos XVI.XVII e XVI-II;
- Compreender a formação econômica, política e social do Brasil Imperial; Interpretar as revoltas populares a partir dos diversos sujeitos sociais e interesses nelas envolvidos.
- Interpretar as revoltas populares a partir dos diversos sujeitos sociais e interesses nelas envolvidos.
- Compreender o processo histórico do Brasil nos séculos XVI, XVII, XVIII e XIX, e suas implicações sociais, econômicas e políticas.

Base Científica e Tecnológica

<ul style="list-style-type: none">● UNIDADE I: monarquias absolutistas e o antigo regime.● A Formação do Estado Nacional na Europa Moderna.	UNIDADE II: Brasil Colônia. <ul style="list-style-type: none">● Período Pré-colonial e a expedição de Martim Afonso de Souza.● As Capitanias Hereditárias.
---	--



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none">• O Estado Absolutista na Europa Moderna: formas de dominação dos súditos e de organização política.• Teorias sobre o Absolutismo:• EXPANSÃO COMERCIAL E MARÍTIMA EUROPEIA.• A organização e a expansão do Império Ultramarino português e espanhol na América.• As coroas ibéricas e a proposta de colonização do novo mundo:• O impacto da colonização nas formas de organização social dos povos pré-colombianos. As resistências do projeto colonizador.• As resistências do projeto colonizador.• Os Europeus no novo mundo: mudanças ambientais e a introdução de novas espécies animais e vegetais.• O imaginário cristão no Novo Mundo português: trocas simbólicas e culturais (pajelança, calundus e religiosidade popular).• Formas de repressão religiosa e as heresias do novo mundo: a Inquisição e suas diferentes motivações no Brasil.• UNIDADE III: As Bases da Modernidade e as Democracias Burguesas:• As Revoluções Inglesa, Americana e Francesa.• Liberalismo e Iluminismo.• As ideias liberais e suas vinculações com os conceitos de Estado Liberal e democrático na Europa (bases políticas e econômicas).• A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E A QUESTÃO SOCIAL: MODERNIDADE, TRABALHO E AS LUTAS OPERÁRIAS:• A organização do trabalho na Europa Moderna: os casos da Inglaterra e da França.• O impacto da Revolução Industrial nas relações entre o campo e a cidade na Inglaterra.	<ul style="list-style-type: none">• As diversas relações e os seus respectivos processos de trabalho na lavoura canavieira e na mineração.• Escravidão Indígena e Negra no Brasil.• A conquista portuguesa na Amazônia.• Escravidão Indígena e Negra na Amazônia.• MOVIMENTOS NATIVISTAS E DE LIBERTAÇÃO DO BRASIL COLONIAL.• Movimentos sociais e construção da nacionalidade no Brasil: as Inconfidências na Bahia e em Minas Gerais.• UNIDADE IV: A corte no Brasil• Vinda da corte portuguesa para o Brasil (1808).• O processo de independência e o estabelecimento do primeiro reinado no Brasil.• A ORGANIZAÇÃO DO ESTADO E DO PODER DURANTE AS REGÊNCIAS:• A cabanagem no Pará, a Balaiada no Maranhão, a Sabinada na Bahia e a Farroupilha.• ESTADO E PODER NO II REINADO:• A economia cafeeira no Brasil Império.• O processo de imigração no Segundo Reinado: Parceria e Colonato.• Movimento Abolicionista.• A Guerra do Paraguai.
---	--

Bibliografia Básica

AZEVEDO, Gislane Campos; SERIACOPI, Reinaldo. **História (Volume Único)**. 1.ed. São Paulo: Ática, 2005.552p.

CAMPOS, Flávio de; CLARO, Regina. **A Escrita da História**. Vol.1, 2 e 3. São Paulo: Escala Educacional,2010. BRAIK, Patrícia Ramos e MOTA, Myriam Becho. **História: das cavernas ao terceiro milênio**. São Paulo: Moderna, 2010, v. II.

VAINFAS,Ronaldo;SANTOS,Georgina Silva dos.;FERREIRA,Jorge Luís;FARIA,Sheila Siqueira de Castro. **História: Ensino Médio**. São Paulo: Saraiva, 2010.

Bibliografia Complementar

CANÊDO, Leticia Bicalho. **A Revolução Industrial**. São Paulo: Atual, 1987.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

DECCA, Maria Auxiliadora Guzzo de. **Indústria, trabalho e cotidiano: Brasil, 1880 a 1930**. São Paulo: Atual, 1991.
JAF, Ivan. **A Corte portuguesa no Rio de Janeiro**. São Paulo: Ática, 2001.
MATTOS, Regiane Augusto de. **História e cultura afro-brasileira**. São Paulo: Contexto, 2007.
ROBERSON, Oliveira. **As rebeliões regenciais**. São Paulo: FTD, 1999.

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>UNIDADE I: Mundo contemporâneo: Economia, Geopolítica e Sociedade</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Processo de desenvolvimento do capitalismo. ● Globalização. <p>UNIDADE II: Mundo contemporâneo: Economia, Geopolítica e Sociedade</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desenvolvimento humano: as diferenças entre os países e os objetivos do milênio. ● Ordem Geopolítica e econômica: do pós-guerra aos dias de hoje. ● Conflito armado no mundo. 	<p>UNIDADE III: Industrialização</p> <ul style="list-style-type: none"> ● A geografia das indústrias. ● Países pioneiros no processo de industrialização. ● Países de industrialização planificada. ● Países recentemente industrializados. <p>UNIDADE IV: Comércio Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O comércio internacional. ● Blocos Regionais.
Bibliografia Básica	
<p>ALMEIDA, L. M. A.; RÍGOLIN, T.L.M. Fronteiras da Globalização -O espaço brasileiro: Natureza e trabalho. Editora Ática. São Paulo, 2010.</p> <p>MAGNOLI, D. Globalização: Estado Nacional e espaço mundial. São Paulo: Moderna, 2010.</p> <p>SENE, E.; MOREIRA, J.C. Geografia geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização. Geografia Ensino Médio. Scipione. São Paulo, 2010.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>MAGNOLI, D. ; ARAUJO, R. Projeto de ensino de geografia: natureza, tecnologias e sociedades. São Paulo: Moderna, 2000.</p> <p>OLIC, N. B. Conflitos do mundo – questões e visões geopolíticas. São Paulo, moderna, 2008.</p> <p>SANTOS, M. Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record, 2000.</p> <p>SANTOS, B. S. (Org). A globalização e as Ciências Sociais. São Paulo: Cortez, 2002.</p> <p>VISENTINI, J.W.; VLACH, V. Geografia Crítica: Geografia do Mundo Industrializado. São Paulo: Ática, 2010.</p>	

Curso:	Técnico de nível médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente:	Filosofia	Carga Horária:	40 h

Ementa

Relações entre Natureza e Cultura. O caráter simbólico do mundo humano. A cultura digital e o as redes sociais. As mídias e a mediação homem mundo através das tecnologias. Ideologia e representação do mundo. Consumo e comunicação de massas. A existência humana. A pós modernidade e a (des)construção do sujeito.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Competências	
<ul style="list-style-type: none">● Capacidade para um modo especificamente filosófico de formular e propor soluções a problemas, nos diversos campos do conhecimento;● Capacidade de desenvolver uma consciência crítica sobre conhecimento, razão e realidade sócio-histórico-política;● Capacidade para análise, interpretação e comentário de textos teóricos, segundo os mais rigorosos procedimentos de técnica hermenêutica;● Compreensão da importância das questões acerca do sentido e da significação da própria existência e das produções culturais;● Percepção da integração necessária entre a filosofia e a produção científica, artística, bem como com o agir pessoal e político.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I <ul style="list-style-type: none">● Dimensão cultural● Natureza e cultura● A dimensão simbólica● Arte, utilidade e fruição estética. UNIDADE II <ul style="list-style-type: none">● Cibercultura● Sociedade do espetáculo● Tecnologias e vida digital● Redes sociais: construção do indivíduo mediada pelo social midiático	UNIDADE III <ul style="list-style-type: none">● Ideologia● Meios de comunicação social● Marketing e consumo UNIDADE IV <ul style="list-style-type: none">● A existência humana● Tempo e transcendência● Finitude humana● Em busca de uma construção identitária● Atribuição de sentido e afirmação do humano em um contexto mercadológico
Bibliografia Básica	
<p>LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo, Ed. 34. 1999. Disponível em: <http://www.sescsp.org.br/sesc/images/upload/conferencias/29.rtf>.</p> <p>MARÇAL, Jairo (org.) . Antologia de Textos Filosóficos. Curitiba: SEED-PR., 2009.</p> <p>SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO PARANÁ. Filosofia. Curitiba: SEED-PR, 2006.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. 12ª ed. São Paulo: Ática, 2000.</p> <p>ENCICLOPÉDIA DE FILOSOFIA. Disponível em: < http://asmayr.pro.br/ > Acesso em: 12.dez.2007.</p> <p>FOUCAULT, Michel. Prefácio. In: _____. As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas. Trad. Salma Tannus. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992. p. 5-27.</p> <p>MAYR, Arnaldo H. Antropologia Filosófica. Guia de Estudos (EaD) – Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha (MG): UNIS-MG, 2008.</p> <p>SARTRE, Jean-Paul. O existencialismo é um humanismo. Trad. Rita Correa Guedes. 3 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1987.</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
---------------	---------------------------------------	---------------	-----------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> • Indústria cultural e ideologia no Brasil.
Bibliografia Básica
<p>COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia: introdução a ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2011.</p> <p>CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Ática, 2010.</p> <p>TOMAZI, Nelson Dácio. Sociologia para o Ensino Médio. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.</p>
Bibliografia Complementar
<p>BOMENY, Helena. MEDEIROS, Bianca Freire. Tempos Modernos, Tempos de Sociologia. São Paulo: Editora do Brasil, 2010.</p> <p>DIAS, Reinaldo. Introdução à sociologia. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.</p> <p>MACHADO, Igor Jose de Reno; Et al. Sociologia Hoje. São Paulo: Ática, 2013.</p> <p>GIDDENS, Anthony. Sociologia. 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.</p> <p>QUINTANEIRO, Tânia; Et al. Um Toque de Clássicos: Marx, Durkheim e Weber. 2ª Edição. Belo Horizonte: UFMG, 2007.</p>

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Biologia	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Fisiologia humana. Funcionamento dos sistemas que formam o organismo humano. Classificação dos seres vivos. Vírus. Monera. Protistas. Fungos. Vegetais. Animais. Estudo dos Filos que formam o Reino Animália.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender como os organismos se mantêm em homeostase, por meio do funcionamento integrado de seus componentes e processos internos; • Entender o método de nomeação dos organismos e de seus agrupamentos pelos sistemas de classificação taxonômica; • Reconhecer que a diversidade pode ser organizada em sistemas de classificação que expressam as relações filogenéticas dos grupos de seres vivos; • Analisar o papel ecológico de representantes dos vírus, moneras, protistas, fungos, vegetais e animais na natureza. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I- Corpo humano e o seu funcionamento	UNIDADE III- Reinos		
<ul style="list-style-type: none"> • Fisiologia humana 	<ul style="list-style-type: none"> • Classificação dos seres vivos 		



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none">• Sistema digestório• Sistema respiratório• Sistema Cardiovascular• Sistema Imunitário <p>UNIDADE II- Sistemas do corpo humano</p> <ul style="list-style-type: none">• Sistema Urinário• Sistema nervoso• Sistema endócrino	<ul style="list-style-type: none">• Vírus• Monera• Protistas• Fungos• Vegetais <p>UNIDADE IV- Características e evolução animal</p> <ul style="list-style-type: none">• Animais• Origem, evolução e características gerais dos animais• Filos Porífera, Cnidária, Platyhelminthes, Nematódea, Mollusca, Anelida• Filos Arthropoda e Echinodermata• Filo Chordata: peixes, anfíbios, répteis, aves e mamíferos
Bibliografia Básica	
AMABIS, José Mariano & MARTHO, Gilberto Rodrigues. Biologia em contexto . Volume 2. 1ª ed. São Paulo: Editora Moderna, 2013.	
LOPES, Sônia Godoy Bueno Carvalho & ROSSO, Sergio. Bio . Volume 2. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.	
PURVES, W. K.; SADAVA, D.; ORIAN, G. H.; HELLER, H. C. Vida: a ciência da biologia . Vol. 2, Porto Alegre: Artmed, 2015.	
Bibliografia Complementar	
BIZZO, Nélio Marco Vicenzo. Novas bases da Biologia . Volume 2. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2013.	
POUGH, F.H; JANIS, C.M. HEISER, J.B. A vida dos vertebrados . São Paulo: Editora Atheneu, 2013.	
RAVEN, P.H., EVERT, R.F. & EICHHORN, S.E. Biologia Vegetal , Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2014.	
RUPPERT, E.E.; FOX, R.S.; BARNES, R.D. Zoologia dos Invertebrados . São Paulo: Editora Roca, 2015.	
TRABULSI, L.R.; ALTERTHUM, F. Microbiologia . São Paulo: Atheneu, 2012.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Curso:	Técnico de nível médio em Publicidade	Forma:	Integrada
---------------	---------------------------------------	---------------	-----------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º ano
Componente Curricular:	Química	Carga Horária:	80h
Ementa			
O ensino de química no ensino médio propicia o aluno reconhecer os materiais, as substâncias presentes nas diversas atividades do seu dia-dia, a compreensão das transformações químicas nos processos naturais, industriais, agrícolas e tecnológicos.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Conhecer os tipos de solução e descrever por meio de linguagem química adequada, soluto, solvente e fases de um sistema;• Reconhecer processos de dissolução e interpretar curvas de solubilidade de compostos inorgânicos;• Resoluções de questões envolvendo cálculos numéricos com as unidades de concentração mais comuns: concentração comum (g/L), porcentagem (m/m e v/v), ppm, e quantidade de matéria por volume;• Reconhecer tendências e relações a partir de dados experimentais ou outros (classificação, seriação e correspondência em Química);• Selecionar e utilizar ideias e procedimentos científicos (leis, teorias, modelos) para a resolução de problemas qualitativos e quantitativos em Química, identificando e acompanhando as variáveis relevantes;• Reconhecer ou propor a investigação de um problema relacionado à Química, selecionando procedimentos experimentais pertinentes; -• Desenvolver conexões hipotético-lógicas que possibilitem previsões acerca das transformações químicas.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I <ul style="list-style-type: none">• Solubilidade x temperatura• Concentração das soluções e Diluição• Reações Termoquímicas UNIDADE II <ul style="list-style-type: none">• Eletroquímica: celas galvânicas e células eletrolíticas;• Cinética química: o transcorrer das reações químicas;	UNIDADE III <ul style="list-style-type: none">• Equilíbrio químico: a coexistência de reagentes e produtos.• Radioatividade: fenômenos de origem nuclear; UNIDADE IV <ul style="list-style-type: none">• Introdução à química orgânica;• Estudos das Cadeias Carbônicas		
Bibliografia Básica			
COVRE, José Geraldo. Química , vols. 1, 2 e 3, FTD, São Paulo, 2011 FELTRE, Ricardo. Química , vols. 1, 2 e 3, Moderna, São Paulo, 2010 FONSECA, Martha Reis Marques da. Química , vol1, 2 e 3, FTD, São Paulo, 2008			
Bibliografia Complementar:			
FONSECA, Marta Reis Marques da. Interatividade química: Cidadania, participação e transformação. Volume único. São Paulo: Editora FTD SANTOS, Wildson Luiz Pereira dos (coord.) Química e Sociedade, vol. único: nova geração, 2005 Química- Vol. Único-9º ed. 2013, Usberco, João Salvador, Edgard MORTIMER, Eduardo Fleury e Andrea Horta Machado- química – volume único -segundo grau- São Paulo, Editora Scipione, 2009			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

SARDELLA, Antônio, Curso completo de Química – volume único – 3º edição-São Paulo -editora Ática.

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

	<ul style="list-style-type: none">• Espectro sonoro;• Fenômenos sonoros;• Efeito Doppler;
Bibliografia Básica	
FUKUI, A.; MOLINA, M. M.; OLIVEIRA, V. S. Ser protagonista Física . v. 2. 2. ed. São Paulo: Edições SM, 2013. LUZ, A. M. R.; ALVARES, B. A. Física contexto & Aplicações . v. 2. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013. BISCUOLA, G. J.; BÔAS, N. V.; DOCA, R. H. Física 2, Termologia, Ondulatória, Óptica . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.	
Bibliografia Complementar	
ALVARES, B. A.; LUZ, A. M. R. Física contexto & Aplicações . v.2. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013. TORRES, C. M. A. et al. Física, ciências e tecnologia . v. 2. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2013. XAVIER, Cláudio; BENIGNO, Barreto. Coleção Física: aula por aula . v. 2. 1 ed. São Paulo: FTD, 2010. HEWITT, G. P. Fundamentos da Física Conceitual . 1 ed. São Paulo: Bookman, 2009. RAMALHO, J.F.; NICOLAU, F.G.; TOLEDO, S.A. Os Fundamentos da Física . v. 2. São Paulo: Moderna, 2008.	

Curso:	Técnico de nível médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular	Empreendedorismo	Carga Horária:	80 h
Ementa			
Conceito de empreendimento, empreendedorismo e intra-empreendedorismo. Fatores de sucesso, o perfil do empreendedor. Desenvolvimento de habilidades empreendedoras. O ambiente de mercado. O potencial empresarial. Oportunidades de negócio. Transferência de Tecnologia e Inovação, Direito e Propriedade Intelectual. Direitos Autorais. Marketing para empreendedores. Aspectos operacionais de negócios. Investimento de capital. Plano de negócio. Aspectos jurídicos e financeiros do negócio.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Proporcionar ao aluno uma visão do empreendedorismo;• Demonstrar a importância do empreendedorismo no cenário local e nacional;• Debater características e perfil do empreendedor;• Desenvolver a capacidade do discente do instrumento de empreendedorismo;			
Base Científica e Tecnológica			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>UNIDADE I</p> <ul style="list-style-type: none">● A experiência das Empresas.● empreendedorismo no Brasil● As crises e as oportunidades.● A globalização e os novos negócios.● A busca e identificação de novas oportunidades. Tipos e tamanhos de empresas.● Importância de um Plano de Negócio, Estrutura de um Plano de Negócio. Enunciado do projeto. Competência dos responsáveis.● Os produtos e a tecnologia. O mercado potencial Elementos de diferenciação. Previsão de vendas <p>UNIDADE II</p> <ul style="list-style-type: none">● A missão● Os objetivos da empresa● Situação planejada desejada● foco● Estrutura organizacional e legal● Síntese das responsabilidades da equipe dirigente – currículos.● Plano de operações● Administração Comercial● Controle da qualidade● Terceirização● Sistemas de gestão	<p>UNIDADE III</p> <ul style="list-style-type: none">● Análise de mercado● setor● tamanho do mercado● Oportunidade e ameaças● A clientela● Segmentação● A concorrência● Transferência de Tecnologia e Inovação● Direito e Propriedade Intelectual - Direitos Autorais.● Fornecedores● produto● A tecnologia, ciclo de vida● Vantagens competitivas● Planos de Pesquisa e desenvolvimento P & D.● Preço● Distribuição● Promoção e propaganda● Serviços ao cliente (de venda e pós-venda)● Relacionamento com os clientes <p>UNIDADE IV</p> <ul style="list-style-type: none">● Investimento inicial● Projeção de resultados● Projeção de fluxo de caixa● Projeção de balanço● Ponto de equilíbrio● Análise de investimento● Tempo de retorno do investimento – Payback● Taxa interna de retorno● Valor presente líquido● Laudo de viabilidade.
Bibliografia Básica	
<p>CHIAVENATO, IDALBERTO. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas : um guia compreensivo para iniciar e tocar sem próprio negocio. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 9. ed.. Porto Alegre : Bookman, 2014.</p> <p>VARELLA, Marcelo Dias. Propriedade intelectual e desenvolvimento; São Paulo: Lex: Aduaneiras, 2005</p>	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Bibliografia Complementar	
<p>BARBOSA, Denis Borges. Uma Introdução à Propriedade Intelectual.; Rio de Janeiro: Lumen Iuris, 2006.</p> <p>BARON, Robert A; SHANE, Scott A; TAKNS, All. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo, SP: Thomson Learning Pioneira, 2007</p> <p>BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo, SP: Pearson, 2005.</p> <p>DORNELAS, Jose Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2005.</p> <p>DRUCKER, Peter Ferdinand. Administrando em tempo de grandes mudanças. São Paulo, SP: Thomson Learning Pioneira, 2006</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Componente optativo – Criação: Fotografia publicitária	Carga Horária:	80 horas

Ementa

História da fotografia; equipamento fotográfico; composição fotográfica; iluminação; fotografia digital; produção fotográfica publicitária.

Competências

- Compreender o percurso histórico da fotografia e seu impacto na sociedade;
- Analisar e realizar uma leitura crítica da imagem publicitária;
- Manusear equipamentos fotográficos para fins publicitários;
- Produzir imagens publicitárias a partir das técnicas de fotografia.

Base Científica e Tecnológica

<p>UNIDADE I: Introdução à fotografia</p> <ul style="list-style-type: none"> • História da fotografia • Fotografia e sociedade • Câmara escura e formação da imagem <p>UNIDADE II: Princípios da fotografia publicitária</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de câmera e objetivas; • Flash; • Abertura; 	<p>UNIDADE III: Técnicas de produção</p> <ul style="list-style-type: none"> • Composição e enquadramento; • Zoom e close-up; • Cores e ajuste cromático; • Profundidade de campo. • Laboratório de criação <p>UNIDADE IV: Produção fotográfica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografia de produtos em estúdio;
---	--



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Iluminação e exposição; ● Controle ISSO; ● Edição; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fotografia de modelos; ● Tratamento e edição
--	---

Bibliografia Básica
ANG, TOM. Fotografia Digital - uma introdução. São Paulo: Senac, 2007. ARENA, SYL. Iluminação : da luz natural ao flash. Balneário Camboriú: Photos, 2013. HEDGECOE, John. O Novo Manual de Fotografia . 3.ed. São Paulo: Senac, 2006.
Bibliografia Complementar:
BARTHES, Roland. A Câmara Clara : Nota Sobre a Fotografia. Rio de Janeiro: Fronteira, 1984. DONDIS, Donis A. A sintaxe da linguagem visual . São Paulo: Martins Fontes, 1991. GREY, Christopher. Iluminação em Estúdio : Técnicas e Truques para Fotógrafos Digitais. Santa Catarina: Editora Photos, 2011. KOSSOY, Boris. Fotografia e História . São Paulo: Ática, 1989. MARTINS, Nelson; Zuanetti, ROSE; REAL, Elizabeth. Fotógrafo: o olhar, a técnica e o trabalho . Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2002.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Componente optativo – Criação: Tópicos avançados em publicidade	Carga Horária:	80 horas

Ementa
Conceitos e procedimentos na elaboração de textos; experimentação de formas de expressão no formato publicitário, técnicas de produção de roteiro; interpretação às características vocais na atuação publicitária, combinando técnicas de aprimoramento vocal com espontaneidade de comunicação.

Competências
<ul style="list-style-type: none"> ● Desenvolver aspecto criativo aplicado à publicidade; ● Expressar-se de modo artístico-cultural; ●

Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: Comunicação e cultura <ul style="list-style-type: none"> ● História da arte e Contexto cultural ● Teorias aplicadas à arte ● UNIDADE II: Pesquisa avançada <ul style="list-style-type: none"> ● Técnicas e ferramentas de 	UNIDADE III: Análise de produção <ul style="list-style-type: none"> ● Análise da produção cultural no Brasil ● Estudos de caso aplicados à publicidade UNIDADE IV: Comunicação e projeto



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

criação. <ul style="list-style-type: none"> ● Estudos de caso em produção cultural para publicidade 	<ul style="list-style-type: none"> ● Apresentações culturais, palestras e visitas técnicas ● Desenvolvimento de projeto final da disciplina..
---	---

Bibliografia Básica

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**, Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
 CÉSAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
 MEIO & MENSAGEM. **Anuário de mídia 2016**. São Paulo: Meio & Mensagem, 2016.
 SCHOPENHAUER, Arthur. **A arte de escrever**. Porto Alegre: L&PM, 2005.

Bibliografia Complementar:

BEHLAU, Mara; PONTES, Paulo. **Higiene vocal: cuidando da voz**. Editora Revinter, 4ª edição. Rio de Janeiro, RJ. 2009.
 CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade**. São Paulo: Futura, 2007.
 GONZALES, Lucilene. **Linguagem publicitária: análise e produção**. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.
 MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2011.
 VARGAS, Aline Tafarelo; ESPÍNDOLA, Shirley. **Voz e canto: fisiologia e arquitetura**. Editora In House. Jundá, SP. 2007.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Introdução ao Marketing	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Conceitos centrais do marketing; Evolução do Marketing; Conceito e funções de marketing; 4 P'S do Marketing. Orientações do marketing. Coleta, análise e informações do ambiente de marketing; Análise da concorrência; Marketing de Serviços.

Competências

- Identificar os conceitos do marketing e sua evolução e função no mercado;
- Analisar o mercado para identificação e avaliação do potencial de oportunidades de negócios por meio de diferentes critérios;
- Promover o desenvolvimento criativo e proativo no processo de desenvolvimento de um produto ou marca;
- Demonstrar domínio suficiente dos conceitos e técnicas básicas do marketing.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: CONCEITOS INTRODUTÓRIOS DE MARKETING <ul style="list-style-type: none"> ● O Marketing na contemporaneidade ● Conceito de Marketing. ● Evolução do Marketing, suas funções 	Identificação e classificação da concorrência; UNIDADE III: CONCORRÊNCIA E ESTRATÉGIA <ul style="list-style-type: none"> ● Identificação e classificação da
---	---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>e orientações para mercado.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tendências e tarefas fundamentais para o Marketing. <p>UNIDADE II: SEGMENTAÇÃO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none">• Satisfação do consumidor• Segmentação e Posicionamento Competitivo• Níveis de segmentação de Mercado• Segmentação de Mercados Consumidores• Bases para segmentação de Mercado• Seleção de mercado-alvo• Desenvolvimento e comunicação da estratégia• Estratégias de diferenciação• Estratégias de marketing para o ciclo de vida de produto	<p>concorrência;</p> <ul style="list-style-type: none">• Análise da concorrência e estratégias competitivas;• Ambiente econômico;• Ambiente sociocultural;• Ambiente político;• Ambiente natural;• Ambiente político-legal. <p>UNIDADE IV: MARKETING DE SERVIÇOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Economia em serviços• Características dos serviços• Importância dos serviços• Qualidade em serviços
---	---

Bibliografia Básica

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**, 14º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 15ª ed. São Paulo: Pearson: 2015.

Bibliografia Complementar

AMBRÓSIO, Vicente. **Plano de Marketing: um roteiro para a ação**. 2. Ed. São Paulo: Pearson, 2012.
HAIR Jr., Joseph F. et al. **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
McDONALD, Malcom; WILSON, Hugh. **Planos de Marketing: Planejamento e Gestão estratégica**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2013.
URDAN, Flavio Torres; URDAN, André Torres. **Gestão do Composto de Marketing: visão integrada de produto, preço, distribuição e comunicação. Táticas para empresas brasileiras. Casos e aplicações**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2013.
BAKER, Michael J. Org. **Administração de Marketing**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Teorias da Comunicação	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Etapas da comunicação humana; desenvolvimentos dos meios de comunicação de massa; teoria da agulha hipodérmica e estudos dos efeitos; Mass Communication Research, Teoria Crítica, teoria funcionalista; Agenda Setting, Estudos Culturais, Newsmaking.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Associar o contexto histórico à perspectiva científica adotada para compreensão dos meios de comunicação de massa;• Identificar e caracterizar os processos atrelados ao processo comunicacional.• Relacionar sociedade, efeitos e cultura no âmbito da comunicação.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Introdução à comunicação <ul style="list-style-type: none">• Etapas da comunicação humana.• História dos meios de comunicação de massa: Jornal, rádio e televisão. UNIDADE II: Estudos em comunicação <ul style="list-style-type: none">• Lasswell e a Teoria da agulha hipodérmica;• Teoria funcionalista e estudos administrativos em comunicação (MCR).	UNIDADE III: Comunicação e Sociedade I <ul style="list-style-type: none">• Teoria Crítica;• Estudos culturais. UNIDADE IV: Comunicação e Sociedade II <ul style="list-style-type: none">• Agenda Setting• Newsmaking		
Bibliografia Básica			
DEFLEUR, Melvin L.; ROKEACH, Sandra Ball. Teorias da comunicação de massa . Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. MATTELART, A.; MATTELART, M. Histórias das teorias da comunicação . 3. ed. São Paulo: Loyola, 1999. WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação de Massa . 6 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.			
Bibliografia Complementar			
CASTELLS, M. O Poder da Identidade. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura , v. 2. 3 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. v. 1. HALL, S. A identidade cultural na Pós-modernidade . Rio de Janeiro. DP&A, 2006. MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia . 6ª Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009. McQUAIL, Denis. Teorias da comunicação de massa . 6a. ed. Porto Alegre: Penso, 2013. SILVERSTONE, R. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002.			
Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa I: Redação Publicitária e Expressão Oral.	Carga Horária:	80 horas
Ementa			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Fundamentos da linguagem publicitária; título, texto e slogan; retórica e persuasão; figuras de linguagem no texto publicitário; criação de textos para meio impresso; rádio e digital; técnicas vocais e interpretação.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;• Desenvolver técnicas de produção de texto para as mais diversas mídias;• Identificar a informação persuasiva como pilar central da linguagem publicitária;• Utilizar a linguagem publicitária como suporte dos textos produzidos;• Preparar a voz para a atividade publicitária;• Desenvolver técnicas facilitadoras para uma comunicação eficaz, determinando quais as características vocais a serem empregadas, sempre relacionadas ao tipo de notícia e público ouvinte.	
Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: O ESTUDO DO TEXTO E DA LINGUAGEM.</p> <ul style="list-style-type: none">• Esquema aristotélico do discurso (exórdio, narração, provas, peroração);• Figuras de linguagem no texto argumentativo• Estereótipos• Duplo sentido;• Escolha lexical• Título <p>UNIDADE II: NOÇÕES DE TEXTO E CARACTERÍSTICAS DA REDAÇÃO PUBLICITÁRIA.</p> <ul style="list-style-type: none">• Alusões• Narrativa• Intertextualidade na propaganda• Slogan	<p>UNIDADE III: DESENVOLVIMENTO DE TEXTOS II</p> <ul style="list-style-type: none">• Slogan• Circularidade do texto• Oficina de textos <p>UNIDADE IV: TÉCNICA PARA A VOZ FALADA E LABORATÓRIO DE INTERPRETAÇÃO VOCAL</p> <ul style="list-style-type: none">• Controle da respiração (apoio para voz falada);• Aquecimento e desaquecimento vocal;• Aprimoramento vocal: timbre, intensidade, altura, projeção, brilho vocal, articulação (dicção e pronúncia), velocidade e ritmo.• Postura corporal durante a fala.• Produção de roteiros;• Técnicas de improviso;• Ênfase de enunciados;• Inflexão e timbre;• Desenvolvimento de locução• Emoções e sentimentos na fala;• Memorização de textos publicitários.
Bibliografia Básica	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 2007. CARVALHO, Nelly. Publicidade: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2003. MARTINS, Zeca. Redação publicitária: a prática na prática. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.
Bibliografia Complementar
BEHLAU, Mara; PONTES, Paulo. Higiene vocal: cuidando da voz. Editora Revinter, 4ª edição. Rio de Janeiro, RJ. 2009. BRANDI, Edméa. Educação da voz falada: a terapêutica da conduta vocal. Editora Atheneu, 4ª edição. São Paulo, SP. 2002. SANDMANN, A. A linguagem da propaganda. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997 VARGAS, Aline Tafarelo; ESPÍNDOLA, Shirley. Voz e canto: fisiologia e arquitetura. Editora In House. Jundá, SP. 2007. VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. A Linguagem da Propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Comportamento do Consumidor	Carga Horária:	120 horas

Ementa

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

Competências

- Entender fatores que influenciam o comportamento do consumidor;
- Avaliar o processo de tomada de decisão do consumidor;
- Caracterizar classes de consumidores. Tipologias e Categorias;
- Relacionar o ciclo e os estilos de vida do consumidor e suas implicações no processo de compra.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: CONCEITOS DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
<ul style="list-style-type: none">• O consumidor e os seus valores• Quem manda é o consumidor• O que é comportamento do consumidor• O impacto dos consumidores sobre as	<ul style="list-style-type: none">• A experiência de fazer compras• Satisfação pós-compra• Descarte de produtos• Grupos• Grupos de referência• Liderança de opinião• Comunicação boca a boca



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>estratégias de marketing</p> <ul style="list-style-type: none">● O consumidor global● Percepção● Sistemas sensoriais● Exposição● Atenção● Interpretação● Aprendizagem e Memória● Motivação e Valores● O processo de motivação● Envolvimento do consumidor● Valores <p>UNIDADE II- Persuasão como estratégia de venda</p> <ul style="list-style-type: none">● Personalidade e Estilo de Vida● Personalidade de marca● Estilo de vida e psicografia● Atitudes e Persuasão● O poder das atitudes● Como formamos atitudes● Como os profissionais de marketing mudam as atitudes● Tomada de Decisão● Como solucionamos problemas● Etapas no processo de tomada de decisão <p>UNIDADE III- PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO</p> <ul style="list-style-type: none">● Comprar e Descartar● Efeitos situacionais sobre o comportamento do consumidor	<ul style="list-style-type: none">● Tomada de Decisões Domésticas e Organizacionais● Tomada de decisão organizacional● A família● As crianças como tomadoras de decisão● Renda e Classe Social● Os gastos do consumidor e o comportamento econômico● Estrutura de classe social● Classe social e comportamento do consumidor <p>UNIDADE IV: CULTURA E MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none">● Subculturas Étnicas, Raciais e Religiosas● Subculturas, microculturas e identidade do consumidor● Subculturas religiosas● Subculturas etárias● Idade e identidade do consumidor● O mercado jovem● O mercado maduro● O mercado grisalho● Influências Culturais no Comportamento do Consumidor● O que é cultura● Histórias e cerimônias culturais● Consumo sagrado e consumo profano● Cultura Global do Consumidor● Cultura popular● A difusão das inovações● O sistema de moda● Difusão Global
Bibliografia Básica	
BLACKWELL, R. D.; ENGEL, J. F. Comportamento do consumidor . São Paulo: Thomson Pioneira, 2005. SHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. Comportamento do Consumidor . 9 ed. São Paulo: LTC, 2009. SOLOMON, Michael. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo . 11ª ed. Bookman: Porto Alegre, 2016.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Bibliografia Complementar	
GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O Comportamento do Consumidor . 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.	
HAWKINS, Del I. MOTHERSBAUGH, David L.; BEST, Roger J. Comportamento do Consumidor: Construindo estratégias de marketing . Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.	
HOYER, Wayne D.; MACLNISS, Deborah J. Comportamento do Consumidor . Tradução da 5ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2012.	
PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. Comportamento do Consumidor e Estratégias de Marketing . 8. E. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2009.	
URDAN, Flavio Torres; URDAN, André Torres. Gestão do Composto de Marketing: visão integrada de produto, preço, distribuição e comunicação. Táticas para empresas brasileiras. Casos e aplicações . 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2013.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Ética e legislação publicitária	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Relações entre Ética e Moral. O problema axiológico. Éticas absolutas e éticas históricas. O problema da alteridade e as relações éticas no mundo do trabalho. A agenda ética no mundo do trabalho e as novas exigências da responsabilidade empresarial no mundo do trabalho. Direito do Consumido e autorregulamentação publicitária. Relacionamentos virtuais e a reconfiguração do humano.

Competências

- Compreender as relações entre ética e moral;
- Identificar posturas éticas no relacionamento com o outro e com as instituições;
- Caracterizar as diretrizes éticas que envolvem a Responsabilidade Social Empresarial;
- Situar a Publicidade a partir da legislação brasileira do Direito do Consumidor, do Código de Defesa do Consumidor e do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: Introdução ao design <ul style="list-style-type: none">• Ética e Moral• Ética e moral, pontos de contato e especificidades;• Grandes modelos éticos ao longo da história;• O problema axiológico; UNIDADE II: Identidade visual	UNIDADE III: Produção e laboratório <ul style="list-style-type: none">• Ética e responsabilidade social e as novas agendas ética no mundo corporativo - O tripé da sustentabilidade e a mudança de paradigmas;• CONAR - Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária;• Direito do Consumidor - CDC UNIDADE IV: Produção fotográfica
---	--



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none">• O problema da alteridade• A ética da libertação proposta por Dussel;• A ética do Eu-Tu apresentada por Martin Buber;• A ética a partir do Outro na perspectiva de Levinas.	<ul style="list-style-type: none">• Relacionamentos físicos e virtuais• A construção identitária do sujeito e a objetificação do outro;• O mundo virtual e a supressão da diferença;• O narcisismo do self e a solidão paradoxal num mundo construído em redes Finalização gráfica
Bibliografia Básica	
GLOCK, R. S.; GOLDIM J. R. Ética profissional é compromisso social . Porto Alegre: PUC-RS. 2003. (Mundo Jovem). 335 p. NALINI, J. R. Ética geral e profissional . 3.ed. S. Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2001. VASQUEZ, A. S. Ética . 22. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 2002 GALLO, S. Ética e cidadania: caminhos da filosofia (elementos para o ensino de filosofia) . 15. ed. Campinas, SP: Papirus, 2007.	
Bibliografia Complementar	
BOFF, Leonardo. A Águia e a Galinha: uma metáfora da condição humana . 12ª ed. Petrópolis, RJ: 1997. BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990 . Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm . CONAR. Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária . Disponível em: http://www.conar.org.br/ Acesso em: 02 Dez.2016. e defesa do consumidor e legislação correlata. – 5. ed. – Brasília : Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2012.. GRUPO CAPOAVA. RSE: porque o guarda chuva ficou pequeno? . 2010. MAYR, Arnaldo H. Ética I . Varginha (MG): Unis-MG, 2008. (Guia de Estudos EaD). MAYR, Arnaldo H. Ética II . Varginha (MG): Unis-MG, 2008. (Guia de Estudos EaD). SEBRAE; ETHOS. R S E para Micro e Peq. Empresas: passo a passo . SP, 2003.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Língua Portuguesa e Literatura	Carga Horária:	120 h
Ementa			
Períodos compostos por coordenação e períodos compostos por subordinação. Concordância verbal e nominal. Regência verbal e nominal. Estudos literários. Produção textual do gênero estudado. Redação de documentos oficiais.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Usar a Língua Portuguesa como fonte de legitimação de acordos e condutas sociais e como representação simbólica de experiências humanas manifestas nas formas de sentir, pensar e agir na vida social;• Identificar os elementos que concorrem para a progressão temática e para a organização e			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

estruturação de textos de diferentes gêneros e tipos	
<ul style="list-style-type: none">● Reconhecer no texto estratégias argumentativas empregadas para o convencimento do público, tais como a intimidação, sedução, comoção, chantagem, entre outras;● Aplicar as tecnologias de comunicação e da informação no trabalho e em outros contextos relevantes.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: SINTAXE E ESTUDOS LITERÁRIOS I <ul style="list-style-type: none">● Período composto por Coordenação e Subordinação;● Orações Subordinadas substantivas;● Orações Subordinadas adjetivas;● O texto de divulgação científica;● Período composto por subordinação: as orações subordinadas adverbiais;● Pós-Modernismo;● Período composto – Orações Subordinada adverbiais● Leitura: autores afro-brasileiros e africanos;● Produção textual: A crônica.	UNIDADE III: SINTAXE E ESTUDOS LITERÁRIOS III <ul style="list-style-type: none">● O debate: estratégias de contra argumentação; Estratégias de Persuasão;● Crase;● Regência Verbal;● Regência Nominal;● Elementos, estrutura e recursos do texto dissertativo;● Produção textual: texto dissertativo-argumentativo II;● O teatro brasileiro nos séculos XX-XXI;● Literatura Amapaense.
UNIDADE II: SINTAXE E ESTUDOS LITERÁRIOS II <ul style="list-style-type: none">● Concordância verbal;● Concordância nominal e semântica;● O texto dissertativo-argumentativo: o parágrafo;● O texto dissertativo-argumentativo: a seleção de argumentos;● Literatura contemporânea;● Produção textual: texto dissertativo-argumentativo I.	UNIDADE IV: REDAÇÃO DE DOCUMENTOS OFICIAIS <ul style="list-style-type: none">● Características da Redação Oficial;● Formas de tratamento empregadas;● Abreviaturas;● Conceito e classificação de correspondência;● Ofício;● Memorando;● Ata ;● Declaração;● Requerimento;● Procuração;● Relatórios.
Bibliografia Básica	
ANTUNES, Irlandé. Lutar com palavras : coesão e coerência. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. CEREJA, William Roberto. Português Linguagens . São Paulo: Saraiva, 2012. MARTINS, Dileta Silveira. Português Instrumental . Porto Alegre: Sagra, 2010.	
Bibliografia Complementar	
BECHARA, Evanildo. Gramática escolar da Língua Portuguesa. 2.ed. atualizada pelo Novo Acordo ortográfico. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010. GUEDES, Paulo Coimbra. Da Redação à Produção Textual : o ensino da escrita. São Paulo. SP: Editora Parábola, 2011.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

MARTINS, Dileta e ZILBERKNOP, Lúbia. Português instrumental. Porto Alegre: Prodil, 2012.
PERINI, Mário A. **Gramática do Português Brasileiro**. São Paulo. SP: Editora Parábola, 2010.
RIBEIRO, Manoel Pinto: **Gramática Aplicada da Língua Portuguesa**: A construção dos sentidos. Rio de Janeiro, RJ: Editora Metáfora, 2011.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Artes	Carga Horária:	40 horas
Ementa			
ARTES VISUAIS: Arte contemporânea: novos fundamentos, tendências, rupturas e deslocamentos de significações na arte; novas categorias artísticas; experimentações e hibridismos de materiais, técnicas, suportes. MÚSICA: Estudo e apreciação da formação da linguagem musical brasileira em suas múltiplas vertentes, tendo em vista os períodos históricos com os quais a música se relaciona.			
Competências			
ARTES VISUAIS: <ul style="list-style-type: none">• Compreender a arte, seus fundamentos artísticos e estéticos, a partir de conceituações ocidentais, reconhecendo suas correlações, deslocamentos e rupturas de significações culturais. Proporcionando perceber a arte e sua importância na vida humana assim como seu dialogismo com outras áreas de conhecimentos e no mundo do trabalho;• Conhecer e contextualizar conceitual e historicamente a arte contemporânea. Assim como compreender as bases compositivas e estéticas, suas características, suas rupturas, seus hibridismos, permitindo reflexões sobre os estranhamentos e tensões provocados por sua intrínseca proximidade com o cotidiano;• Desenvolver competências estéticas e artísticas a partir de experimentações reflexivas sensíveis-cognitivas, propiciando pesquisa, conhecimento e a utilização de elementos compositivos, materiais, suportes, instrumentos, procedimentos e técnicas nos processos de criação individuais e coletivos ;• Reconhecer e entender a arte como sistema cultural considerando aspectos como respeito a diversidade, identidades e subjetividades. Proporcionando reflexões críticas e de alteridade na valorização do patrimônio cultural, em suas diversas concepções, e correlacionando as suas próprias vivências familiar e cultural. MÚSICA: <ul style="list-style-type: none">• Analisar o surgimento da música popular em decorrência da necessidade de lazer urbano.• Entender o interesse dos poetas e músicos românticos pela busca de manifestações consideradas populares para uma identidade nacional.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none">• Analisar como a política de desenvolvimento das potencialidades brasileiras propostas pelo governo de Getúlio Vargas propiciou a ascensão socioprofissional de músicos e compositores das camadas populares ao nível de produção do primeiro gênero de aceitação nacional: o samba batucado.• Compreender os eventos musicais e culturais situados entre os marcos da Bossa Nova (1959) e do Tropicalismo (1968), assim como a resistência política e o consumo cultural da Música Popular Brasileira dos anos 70.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I 1- Arte Contemporânea-I 1.1- Concepções conceituais sobre arte contemporânea: antecedentes históricos, rupturas e deslocamentos de significações na arte; 1.2- Categorias artísticas da arte contemporânea: 1.2.1-Apropriação 1.2.3-Intervenção 1.2.4-Instalação 1.2.5-Performance 1.2.6- <i>body art</i> UNIDADE II 2- Arte Contemporânea II 2.1- Categorias artísticas da arte contemporânea: 2.1.1- <i>site specific</i> 2.1.2- <i>Land art</i> e eco-arte 2.1.3 - Objeto 2.1.4 - Livro de artista 2.1.5- Video-Arte. 2.2- Categorias clássicas: desenho, escultura, pinturas e suas abordagens na arte contemporânea associadas ao campo expandido.	UNIDADE III: 1. Tópicos Especiais em História da Música Brasileira. 1.1 - Música e sociedade no Brasil Colônia. 1.2 - Música e sociedade no Brasil Império. 1.3 - Música e sociedade no Brasil República. UNIDADE IV: 2. Tópicos Especiais em História da Música Brasileira: 2.1- Música e sociedade no Brasil Estado Novo. 2.2 - Música e sociedade no Brasil Pós-Guerra. 2.3 - Música e sociedade no Brasil Regime Militar de 1964 e Música Popular Brasileira dos anos 70
Bibliografia Básica	
ARTES VISUAIS: CANTON, Katia. Coleção Temas da Arte Contemporânea: a memória; o corpo, a identidade e o erotismo; as noções de espaço e lugar; as políticas e micropolíticas. São Paulo: WMF Martins Fontes,	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

2010
MICHAEL, Archer. **Arte contemporânea: uma história concisa**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012 – (colação a).
KLEIN, Jacky. **O que é Arte Contemporânea?:** do Museu de Arte Moderna de Nova York. São Paulo: Claro Enigma, 2012.

MÚSICA:

SANDRONI, Carlos. **Feitiço decente: transformações do samba no Rio de Janeiro, 1917-1933**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.: Ed. UFRJ, 2001.

TINHORÃO, José Ramos. **História Social da Música Popular Brasileira**. São Paulo, SP: Editora 34, 1998.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular/ Um tema em debate**. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

Bibliografia Complementar

ARTES VISUAIS:

DEMPSEY, Amy. **Estilos, Escolas & Movimentos**, guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2011
FERRARI, Sonia Campaner Miguel. **Aspectos da Arte Contemporânea**. Editora: EDUC, 2014
MENDONÇA, Carlos Camargos. CARDOSO FILHO, Jorge (orgs.). **Experiência estética e performance**. Salvador: Editora EDUFBA, 2014.

RUSH, Michael. **Novas Mídias na Arte Contemporânea**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

SARDENBERG, Ricardo. **Arte contemporânea no século XXI: os brasileiros no circuito internacional**. Editora: CAPIVARA, 2011.

MÚSICA:

FREIRE, Vanda Bellard. **Música e sociedade: Uma perspectiva histórica e uma reflexão aplicada ao Ensino Superior de Música**. 2ª edição revista e ampliada. Florianópolis, SC: ABEM, 2011.
PAZ, Ermelinda A.. **Pedagogia Musical Brasileira no século XX: Metodologias e tendências**. 2ª edição. Brasília: Editora Musimed, 2013.
SOUZA, Jusamara. **Aprender e ensinar música no cotidiano**. Porto Alegre, RS: Editora Sulina, 2008.
SWANWICK, Keith. **Ensinando música musicalmente**. Moderna. São Paulo. 2003.
ZAGONEL, Bernadete. **Metodologia do ensino de arte**. Curitiba: IBPEX, 2011.

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I – VOLEIBOL

- Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.
- Movimentação e aplicação dos sistemas ofensivos e defensivos de jogo.
- Aplicação prática dos sistemas de jogo.

UNIDADE II – HANDEBOL

- Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.
- Movimentação e aplicação dos sistemas defensivos e ofensivos de jogo.
- Aplicação prática dos sistemas de jogo.

UNIDADE III – BASQUETE

- Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.
- Movimentação e aplicação dos sistemas ofensivos e defensivos de jogo.
- Aplicação prática dos sistemas de jogo.

UNIDADE IV – FUTSAL

- Ensino dos fundamentos técnicos do jogo.
- Movimentação e aplicação dos sistemas defensivos e ofensivos de jogo.
- Aplicação prática dos sistemas de jogo.

Bibliografia Básica

ALMEIDA. R., Navarro. A. C. **Futsal**. Editora Phorte. 2013.
BOJIKIAN. J. C. M., Bojikian. L. P. **Ensinando Voleibol 5ed**. Revisada e ampliada. Phorte Editora 2012.
EHRET. A. **Manual de Handebol: Treinamento de base para crianças e adolescentes**. 2002. Phorte Editora.

Bibliografia Complementar

CARPES. F. P., Bini. R. R., Vaz M. A., **Anatomia funcional. 1º edição** 2011. Editora Phorte.
NEIRA. M. G., Nunes. M. L. F., **Pedagogia da Cultura Corporal: Crítica e Alternativas** 2 ed. Editora



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Phorte. 2008.
 LOPES. A. A. da S. M., **A criança e o adolescente no esporte: como deveria ser**. 2007. Editora Phorte.
 SCHWARTZ. G. M., Tavares. G. H., **Webgames com o corpo - vivenciando jogos virtuais no mundo real**. Editora Phorte. 2014.
 BOSCO. C., **A Força Muscular: Aspectos fisiológicos e aplicações práticas**. Editora Phorte. 2007.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente:	Matemática	Carga Horária:	120 h
Ementa			
Matrizes, Determinante e Sistema Linear; Geometria Analítica: do ponto, da reta e da circunferência; Matemática Financeira.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> ● Reconhecer matrizes como linguagem em situações práticas. ● Aplicar a regra de Cramer na resolução de sistemas lineares. ● Resolver problemas práticos envolvendo matrizes e determinantes. ● Calcular a área de um triângulo, usando determinante. ● Compreender os fundamentos da teoria axiomática, os conceitos primitivos e teoremas. ● Identificar as relações geométricas relevantes na resolução de situações problemas. ● Estabelecer conexão entre as propriedades da geometria analítica. ● Identificar as relações geométricas relevantes na resolução de situações problemas. ● Distinguir as situações em que se utilizam juros simples e juros compostos ● Utilizar os conceitos de matemática financeira em situações do cotidiano. ● Diferenciar as medidas de tendência central. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: MATRIZES, DETERMINANTE E SISTEMA LINEAR		Intersecção de retas Inclinação de retas Equação reduzida de uma reta Equação de uma reta passando por um ponto com declividade conhecida	
<ul style="list-style-type: none"> ● Matriz ● Tipos de matrizes ● Tipos especiais de matrizes ● Igualdade de matrizes ● Transposta de uma matriz ● Adição de matrizes ● Subtração de matrizes ● Multiplicação de um número real por uma matriz ● Produto de matrizes ● Matriz Inversa ● Determinantes ● Determinante de uma matriz 		<ul style="list-style-type: none"> ● Função afim e equação reduzida ● Paralelismo ● Perpendicularismo ● Outros modos de escrever a equação da reta ● Distância entre ponto e reta ● Área de um triângulo 	
		UNIDADE III: GEOMETRIA ANALÍTICA DA CIRCUNFERÊNCIA	
		<ul style="list-style-type: none"> ● Geometria analítica da circunferência ● Equação reduzida da circunferência 	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

quadrada <ul style="list-style-type: none"> ● Propriedades dos determinantes ● Sistema linear ● Equação linear ● Sistema de equações ● Classificação dos sistemas lineares ● Regra de Cramer ● Sistema linear escalonado ● Sistemas equivalentes UNIDADE II: GEOMETRIA ANALÍTICA: PONTO E RETA <ul style="list-style-type: none"> ● Geometria Analítica do Ponto ● Plano cartesiano ● Distância entre dois pontos ● Ponto médio de um segmento ● Condição de alinhamento de 3 pontos ● Geometria analítica da reta ● Introdução ● Equação geral da reta 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equação geral da circunferência ● Posições relativas entre pontos e circunferência ● Posição relativa de reta e circunferência ● Tangência ● Intersecção de circunferências ● Posições relativas de duas circunferências UNIDADE IV: MATEMÁTICA FINANCEIRA <ul style="list-style-type: none"> ● Capitalização simples ● Desconto racional simples ● Desconto comercial simples ● Capitalização composta ● Desconto racional compostos ● Desconto comercial compostos ● Taxas equivalentes ● Sistemas de amortizações
--	--

Bibliografia Básica

_____. **Conexões com a Matemática**, volume 2. São Paulo: Moderna, 2013.
 DULCE, Osvaldo. **Matemática: ciência e aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2010
 DANTE, L. **Matemática**. Vol. único. São Paulo: Ática, 2003.

Bibliografia Complementar

RIBEIRO, J. **Matemática: ciência, linguagem e tecnologia**. São Paulo: Scipione, 2012.
 SANTOS, C. **Matemática novo ensino médio**. volume único. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2003.
 SMOLE, K.; DINIZ, M. **Matemática ensino médio**. volume 3. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
 IEZZI, G.; HAZZAN, S. **Fundamentos de matemática elementar 4**: sequências, matrizes, determinantes e sistemas. 6ª ed. São Paulo: Atual, 1993.
 SOUZA, Joamir Roberto de. **Novo olhar matemática**, vol. 3. São Paulo: FTD, 2010.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	História	Carga Horária:	80 h

Ementa

Primeira República no Brasil (1889-1930); Era Vargas (1930-1945); Movimentos Socialistas do século XIX; Imperialismo; Primeira Guerra Mundial; Revolução Russa; Crise de 1929; Totalitarismo; Segunda Guerra Mundial; Guerra Fria; Descolonização da Ásia e África; Populismo no Brasil (1945-1964); Regime Militar no Brasil (1964-1985); Desestruturação da União Soviética; Redemocratização no Brasil.

Competências



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- Dominar os conhecimentos históricos para compreender e valorizar os fundamentos da cidadania e da democracia, favorecendo uma atuação consciente do indivíduo na sociedade.
- Compreender a sociedade e a natureza, reconhecendo suas interações no espaço em diferentes contextos históricos e geográficos.
- Compreender os elementos culturais que constituem as identidades.
- Analisar as lutas sociais e conquistas obtidas no que se refere às mudanças nas legislações ou nas políticas públicas.
- Relacionar o uso das tecnologias com os impactos sócio-ambientais em diferentes contextos históricos.
- Compreender os ideais libertários, abolicionistas, republicanos e nacionalistas no Brasil da virada do século XIX para o XX.
- Estabelecer as ligações e os nexos entre os donos dos meios de produção e os trabalhadores que vendem sua força de trabalho.
- Analisar o processo de urbanização na Amazônia como parte de uma política de modernização da sociedade Amazônica.
- Compreender o processo de formação dos Estados em torno dos diversos conceitos de “nacionalidades”, “democracias”, “autoritarismos” e práticas massificadoras.
- Analisar e compreender as características da cultura de massa e da propaganda ideológica em sociedades totalitárias, comparando realidades como o Brasil do Estado Novo com a Alemanha e a Itália Fascista.
- Compreender o contexto mundial da Guerra Fria e estabelecer as ligações e os nexos com os acontecimentos na política brasileira à época.
- Analisar o desenvolvimento durante a ditadura militar e compreender seus desdobramentos econômicos, políticos e ambientais para a sociedade brasileira e amazônica contemporâneas.
- Identificar os movimentos sociais contemporâneos e compreendê-los como manifestações de luta pela cidadania e transformação social e política da realidade brasileira e amazônica.
- Compreender o contexto mundial da Guerra Fria e estabelecer as ligações e os nexos com os acontecimentos na política brasileira à época.
- Analisar o desenvolvimento durante a ditadura militar e compreender seus desdobramentos econômicos, políticos e ambientais para a sociedade brasileira e amazônica contemporâneas.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: A primeira República no Brasil ou “república velha” (1889-1930): espada e oligarquia.

- A relação entre a cidade e o campo no processo de industrialização e nas relações de trabalho durante a primeira República no Brasil; O coronelismo, o voto do cabresto, a política dos governadores e a política do café com leite;
- Os Movimentos milenaristas no Brasil, o caso de Canudos e de Contestado. A Revolta da Vacina e a revolta da Chibata.
- A Belle époque nos seus aspectos político, social e econômico.
- A ERA VARGAS: A militarização da sociedade, o nacionalismo, a massificação da cultura e o racismo no Brasil do Estado Novo.
- **UNIDADE II: AS DOUTRINAS SOCIALISTAS DO SÉCULO XIX:**
- O socialismo, o anarquismo e o comunismo

UNIDADE III: A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL (1939-1945). A GUERRA FRIA E O CONFLITO IDEOLÓGICO ENTRE O CAPITALISMO E SOCIALISMO. O ESTADO POPULISTA: GOVERNO DUTRA, SEGUNDO GOVERNO VARGAS, GOVERNO JK, JÂNIO QUADROS E JOÃO GOULART (1946 – 1964).

- Implicações para o mundo contemporâneo;
- O Brasil e a Segunda Guerra Mundial;
- Descolonização: Ásia e África;
- Revolução Chinesa;
- Revolução Cubana;
- Guerra do Vietnã.

UNIDADE IV: O REGIME MILITAR (1964-1985). A DESESTRUTURAÇÃO POLÍTICA



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>no século XIX e no início do século XX: as redefinições de cidadania e participação popular na França, na Inglaterra e no Brasil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A expansão imperialista do século XIX. • A primeira guerra mundial e a revolução russa. • A crise de 1929 e as suas implicações no mundo contemporâneo. • O totalitarismo na Europa. • O fascismo na Itália. 	<p>DO BLOCO SOCIALISTA: O FIM DA URSS, A QUEDA DO MURO DE BERLIM E O SURGIMENTO DA NOVA ORDEM MUNDIAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Os movimentos sociais de contestação aos governos militares: o movimento estudantil, as guerrilhas urbanas e rurais, a cultura como campo de luta e interpretação social e o processo de abertura política: anistia, a campanha pelas “Diretas”, o fim do regime militar e o “governo Sarney”. • A redemocratização no Brasil: do governo Sarney ao governo Dilma Rousseff.
---	--

Bibliografia Básica

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

Bibliografia Complementar:

FRANCO JUNIOR, Hilário; ANDRADE FILHO, Ruy de **O. Atlas de história do Brasil**. São Paulo: Editora Scipione, 1993.
 HOBBSBAM, Eric. **A era das revoluções**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
 _____. **A era dos impérios: 1875-1914**. São Paulo: Paz e Terra, 6ª ed, 2002.
 _____. **A Era dos Extremos : o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo : Companhia de Letras, 1995
 MAESTRI, Mário. **Cisnes negros: uma história da Revolta da Chibata**. São Paulo: Moderna, 2000.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Geografia	Carga Horária:	80 h

Ementa

Relação sociedade natureza: do meio natural ao meio técnico-científico informacional. Espaço e território no mundo globalizado: implicações socioespaciais do processo de globalização. A reordenação do espaço mundial: modos de produção, suas especificidades e repercussões na organização espacial. O espaço agrário: dinâmica da produção, formas de apropriação e suas repercussões ambientais. O espaço urbano industrial: industrialização e urbanização do espaço mundial e suas relações com a dinâmica populacional (crescimento, distribuição, mobilidade e desigualdades sociais) e ambiental. A relação campo cidade: a importância dos processos produtivos, de circulação e de consumo na produção do espaço geográfico das sociedades contemporâneas.

Competências

- Entender como o espaço agrário vem sendo produzido e organizado em realidades geográficas



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

distintas do espaço mundial.

- Compreender que o espaço mundial, em função da industrialização, vem passando por um acelerado processo de urbanização que tem sido marcado principalmente pela adoção de novos modos e ritmos de vida, bem como pelo surgimento de uma nova dinâmica ambiental.
- Entender a interdependência entre campo cidade como uma das principais expressões da divisão do trabalho no atual período técnico-científico informacional.
- Compreender a diferenciação espacial brasileira a partir da formação histórica do seu território.
- Compreender os fatores que produziram e produzem as transformações técnico produtivas do espaço geográfico brasileiro.
- Compreender o papel desempenhado pelas diversas divisões regionais no processo de organização e/ou controle espacial.
- Entender o papel de cada região Geoeconômica (Amazônia, Nordeste, Centro Sul) na Divisão Territorial do Trabalho e as respectivas organizações espaciais internas.
- Compreender como as políticas públicas e os projetos econômicos e de infraestrutura geram novas formas de produção e de circulação na Amazônia, contribuindo para a reorganização dos espaços locais.
- Compreender como diferentes atores sociais contribuem para a produção de diferentes espaços geográficos locais na Amazônia, gerando territorialidades diversificadas.
- Entender a reorganização do espaço agrário e urbano da amazônia e do Estado do Amapá face ao processo de ocupação recente da região amazônica.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I: Brasil: Industrialização e política econômica

- Industrialização brasileira.
- A economia brasileira a partir de 1985.

UNIDADE II: População

- Características e crescimento da população mundial.
- Os fluxos migratórios e a estrutura da população.
- A formação e a diversidade cultural da população brasileira.
- Aspectos demográficos e estrutura da população brasileira.

UNIDADE III: Geografia agrária e urbana

- espaço urbano e o processo de urbanização.
- espaço rural e a produção agropecuária.

UNIDADE IV: O espaço regional e o espaço local

- A formação histórica do território brasileiro: o processo diferenciado de organização espacial.
- papel da industrialização na (re)estruturação do espaço brasileiro.
- Os diferentes modelos de regionalização do espaço brasileiro.
- A configuração das regiões geoeconômicas: integração e (re)organização dos espaços regionais.
- A (re)configuração do espaço amazônico face à reestruturação recente da Amazônia a partir da sua integração à escala nacional e global pós- 1960.
- Populações tradicionais, novos atores sociais e diferentes territorialidades na reordenação dos espaços locais na amazônia.
- A organização do espaço rural e urbano na Amazônia.

Bibliografia Básica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

ALMEIDA, L. M. A.; RÍGOLIN, T.L.M. Fronteiras da Globalização -O espaço brasileiro: Natureza e trabalho. Editora Ática. São Paulo, 2010.
 SENE, E.; MOREIRA, J.C. Geografia geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização. Geografia Ensino Médio. Scipione. São Paulo, 2010.
 VESENTINI, J. W.; VLACH, V. R. F. Geografia Crítica, 7 volumes. São Paulo: Ática, 2012.

Bibliografia Complementar

ADAS, M. ; ADAS, S. **Panorama geográfico do Brasil**. 5ª ed. São Paulo: Moderna, 2009
 CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A Era da informação: Economia, Sociedade e Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
 MORAES, P.R. **Geografia: Geral e do Brasil**. São Paulo: Harbra, 2008.
 ROSS, J. (Org.). **Geografia do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2007.
 VESENTINI, J. W. **Sociedade e espaço: Geografia Geral e do Brasil**. 33ª ed. São Paulo: Ática, 2010.

Curso:	Técnico De Nível Médio Em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente:	Filosofia	Carga Horária:	40 h

Ementa

Lógica aristotélica e princípios da estrutura de pensamento argumentativo. Validade e verdade; Ética, moral e valores. A construção da ética nas sociedades contemporâneas. Racionalismo e empirismo: as bases da ciência moderna; A ciência contemporânea e a ruptura do modelo moderno; A política e o exercício do poder; Transparência, democracia e exercício da cidadania nas sociedades contemporâneas.

Competências

- Capacidade para um modo especificamente filosófico de formular e propor soluções a problemas, nos diversos campos do conhecimento;
- Capacidade de desenvolver uma consciência crítica sobre conhecimento, razão e realidade sócio-histórico política;
- Capacidade para análise, interpretação e comentário de textos teóricos, segundo os mais rigorosos procedimentos de técnica hermenêutica;
- Compreensão da importância das questões acerca do sentido e da significação da própria existência e das produções culturais;
- Percepção da integração necessária entre a filosofia e a produção científica, artística, bem como com o agir pessoal e político;

Base Científica e Tecnológica

<p>UNIDADE I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lógica • Verdade e validade • Formas de inferência válida <p>UNIDADE II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética 	<p>UNIDADE III</p> <ul style="list-style-type: none"> • A ciência • A revolução científica do século XVII • A racionalidade científica • Ciência moderna/contemporânea • Ética e Ciência
--	--



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none">• Relações entre ética e moral• Ser e dever ser• Os valores: universalidade e relatividade• Liberdade e determinismo	UNIDADE IV <ul style="list-style-type: none">• Política• Poder e espaço político• Responsabilidade social• Transparência e mecanismos de controle social• Cidadania e Direitos Humanos
Bibliografia Básica	
ARANHA, Maria Lúcia de A; MARTINS, Maria Helena P. Filosofando . Introdução à Filosofia. São Paulo: Ed. Moderna, 2003.	
SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO PARANÁ. Filosofia . Curitiba: SEED-PR, 2006.	
VASQUEZ, Adolpho Sanchez. Ética . 22ª ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira: 2002.	
Bibliografia Complementar	
BOBBIO, NORBERTO. ELOGIO DA SERENIDADE E OUTROS ESCRITOS MORAIS . TRAD. MARCO AURÉLIO NOGUEIRA. SÃO PAULO: UNESP, 2002.	
BOFF, Leonardo. A Águia e a Galinha : uma metáfora da condição humana. 12ª ed. Petrópolis, RJ: 1997.	
DUSSEL, Enrique. Ética da Libertação . Petrópolis: Vozes, 2000.	
MORAIS, João Francisco R. Filosofia da ciência e da tecnologia . 6a.ed. Campinas: Papirus, 1997.	
MAYR, Arnaldo H. Ética I . Guia de Estudos (EaD) – Centro Universitário do Sul de Minas. Varginha (MG): UNIS-MG, 2008.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º ano
Componente Curricular:	Sociologia	Carga Horária:	40 h
Ementa			
Conceitos de Poder, Política e Estado, tipos e formas de governo, formação do Estado moderno: Estado absolutista, nacionais, bem-estar social e neoliberal, conceitos de democracia e cidadania, democracia e cidadania no Brasil, conceito de movimentos sociais, os movimentos sociais para os clássicos da Sociologia: Durkheim, Marx e Weber, lutas sociais no período colonial, principais movimentos sociais.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender as relações políticas e relações de poder, assim como a formação e organização do Estado Moderno;• Entender o Estado a partir dos pressupostos teóricos e metodológicos dos clássicos da Sociologia;• Refletir sobre a democracia, cidadania e os direitos sociais no Brasil;• Perceber a importância dos movimentos sociais para conquistar e garantir direitos;• Reconhecer os pontos e contrapontos dos movimentos sociais nacionais, regionais e locais;• Contribuir para reflexão política sobre atos de corrupção presentes na sociedade.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I: Poder, Política e Estado</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conceitos de Poder, Política e Estado; ● Tipos e formas de governo; ● Formação do Estado moderno: Estado absolutista, nacionais, bem-estar social e neoliberal; ● As teorias sociológicas clássicas sobre o Estado: Durkheim, Marx e Weber; ● Poder, política e Estado no Brasil. <p>UNIDADE II: Direitos, democracia e cidadania</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conceitos de democracia e cidadania; ● Democracia participativa, representativa e deliberativa; ● Cidadania formal e ideal; ● Direitos civis, políticos e sociais; ● A democracia e cidadania no Brasil; ● Partidos políticos no Brasil; 	<p>UNIDADE III: Os Movimentos Sociais</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O que são os movimentos Sociais? ● Características dos movimentos sociais; ● Os movimentos sociais para os clássicos da Sociologia: Durkheim, Marx e Weber; ● Os Movimentos sociais contemporâneos: ambiental, feminista, entre outros. <p>UNIDADE IV: Os movimentos sociais no Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lutas sociais no período colonial; ● Revoltas regionais, abolicionismo e republicanismo; ● Movimentos sociais rurais; ● Movimentos sociais urbanos; ● Movimentos sociais contra a discriminação; ● Movimentos militares e civis; ● Movimentos sociais atuais.
Bibliografia Básica	
<p>COSTA, Maria Cristina Castilho. Sociologia: introdução a ciência da sociedade. São Paulo: Moderna, 2011.</p> <p>GONH, Maria da Glória. Novas teorias dos movimentos sociais. São Paulo: Loyola, 2012.</p> <p>TOMAZI, Nelson Dácio. Sociologia para o Ensino Médio. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>BOMENY, Helena. MEDEIROS, Bianca Freire. Tempos Modernos, Tempos de Sociologia. São Paulo: Editora do Brasil, 2010.</p> <p>DIAS, Reinaldo. Introdução à sociologia. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.</p> <p>MACHADO, Igor Jose de Reno; Et al. Sociologia Hoje. São Paulo: Ática, 2013.</p> <p>GIDDENS, Anthony. Sociologia. 6ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.</p> <p>WEFFORT, Francisco Correia (org.). Os clássicos da Política. Vol. 2. 11ª ed. São Paulo: Ática, 2006.</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Biologia	Carga Horária:	80 h

Ementa



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Genética. Leis de Mendel. Probabilidade em Genética. Herança dos grupos sanguíneos humanos. Determinação do sexo e heranças relacionadas ao sexo. Evolução. Teorias Evolutivas. Evolução humana. Genética de populações e especiação. Ecologia. Equilíbrio ambiental.

Competências

- Compreender a relação entre cromossomos, genes e alelos, na resolução de problemas com cruzamentos envolvendo duas características distintas;
- Compreender que o fenótipo resulta de complexas relações entre processos genéticos, epigenéticos e ambientais;
- Conhecer o conceito de ancestralidade comum, filogenia e homologia;
- Reconhecer o papel central que a teoria darwinista apresenta hoje para a Biologia;
- Entender que os seres humanos fazem parte do ambiente e que se relacionam com outras espécies e com os recursos desse ambiente.

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I- genética

- Genética
- Leis de Mendel
- Probabilidade em Genética
- Genealogias ou heredogramas
- Meiose e Segunda Lei de Mendel

UNIDADE II- hereditariedade

- Herança dos grupos sanguíneos humanos
- Interação gênica
- Herança quantitativa
- Determinação do sexo
- Heranças relacionadas ao sexo
- Biotecnologia
- Bioética

UNIDADE III- evolução

- Evolução
- Evidências da Evolução
- Teorias Evolutivas
- Evolução humana
- Genética de populações e especiação

UNIDADE IV- ecologia

- Ecologia
- Ecossistemas terrestres e aquáticos
- Estrutura dos ecossistemas, fluxo de energia e ciclo da matéria
- Comunidades e populações
- Equilíbrio ambiental

Bibliografia Básica

AMABIS, José Mariano & MARTHO, Gilberto Rodrigues. **Biologia em contexto**. Volume 3. 1ª ed. São Paulo: Editora Moderna, 2013.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

LOPES, Sônia Godoy Bueno Carvalho & ROSSO, Sergio. **Bio**. Volume 3. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
 PURVES, W. K.; SADAVA, D.; ORIAN, G. H.; HELLER, H. C. **Vida: a ciência da biologia**. Vol. 3, Porto Alegre: Artmed, 2015.

Bibliografia Complementar

BIZZO, Nélio Marco Vicenzo. **Novas bases da Biologia**. Volume 3. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2013.
 GRIFFITHS, A.J.F.; MILLER, J.H.; DAVID, T.S.; LEWONTIN, R.C.; GELBART, W.M. **Introdução à Genética**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2012.
 JUNQUEIRA, L. C. e CARNEIRO, J. **Biologia Celular e Molecular**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2014.
 ODUM, R.E. **Fundamentos de Ecologia**. São Paulo: Fundação Calouste, 2013.
 RICKLEFS, R.E. **A Economia da Natureza**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 2013.

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

Curso:	Técnico em nível médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Área Profissional:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º ano
Componente:	Física	Carga Horária:	80

Ementa

Estudo da óptica geométrica; Eletricidade estática; Lei de Coulomb; Campo Elétrico; Tensão Elétrica; Eletrodinâmica, Corrente Elétrica, Resistores, Geradores e Capacitores; Eletromagnetismo, Ímãs; Campo Magnético; Física Moderna e contemporânea.

Competências

- Identificar e aplicar os princípios que norteiam tanto a óptica geométrica quanto a óptica ondulatória;
- Reconhecer natureza elétrica da matéria e suas interações;
- Definir e aplicar os princípios do eletromagnetismo clássico visualizando seus aspectos no desenvolvimento da sociedade;
- Analisar as bases teóricas da Física Moderna e Contemporânea identificando suas relevâncias no desenvolvimento científico e tecnológico mundial;

Base Científica e Tecnológica

UNIDADE I – Eletrostática <ul style="list-style-type: none">• Introdução;• Estrutura da matéria;• Cargas elétricas;• Corpos eletrizados;• Processos de eletrização;• Princípios de conservação da carga;• Força Elétrica e Campo Elétrico;• Lei de Coulomb;• Campo e Potencial elétrico;	UNIDADE III – Magnetismo <ul style="list-style-type: none">• Introdução;• Princípios e história do Magnetismo• Magnetismo da terra;• Campo magnético;• Propriedades dos Ímãs;• Linhas de força;• Leis do Magnetismo;• Lei de Ampère;• Lei de Lenz;
---	---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<p>UNIDADE II – Eletrodinâmica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução; • Corrente elétrica; • Leis de Ohm; • Circuitos • Associações em série, paralelas e mistas; • Geradores e receptores; 	<ul style="list-style-type: none"> • Lei de Faraday; <p>UNIDADE IV – Noções de Física Moderna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução; • Einstein e a história da física moderna; • Postulados da relatividade de Einstein; • Efeito fotoelétrico;
Bibliografia Básica	
<p>BISCUOLA, G. J.; BÔAS, N. V.; DOCA, R. H. Física, Eletricidade , Física Moderna, Análise dimensional 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.</p> <p>LUZ, A. M. R.; ALVARES, B. A. Física contexto & Aplicações. v. 3. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013.</p> <p>ALVARES, B. A.; LUZ, A. M. R. Física contexto & Aplicações. v 3. 1. ed. São Paulo: Scipione, 2013.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>FUKUI, A.; MOLINA. M. M.; OLIVEIRA. V. S. Ser protagonista Física. v.3. 2. ed. São Paulo: Edições SM, 2013.</p> <p>TORRES, C. M. A. et al. Física, ciências e tecnologia. v. 3. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2013.</p> <p>XAVIER, Cláudio; BENIGNO, Barreto. Coleção Física: aula por aula. v. 3. 1. ed. São Paulo: FTD, 2010.</p> <p>FERRARO, N. G.; SOARES, P. A. T; TORRES, C. A. Física, ciências e tecnologias. v. 3. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2010.</p> <p>HEWITT, G. P. Fundamentos da física conceitual. 1 ed. São Paulo: Bookman, 2009.</p>	

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> Conhecer e compreender as bases que compõe a gramática básica da língua espanhola. 	
Base Científica e Tecnológica	
<p>Unidad I:</p> <ul style="list-style-type: none"> comprensión lectora de textos de distintos géneros; la formalidad y la informalidad de la lengua en las diversas situaciones. Artículos determinados e indeterminados y neutro; pronombres personales; los léxicos variados; <p>Unidade II</p> <ul style="list-style-type: none"> los demostrativos; los posesivos; las conjunciones y preposiciones; los adverbios; pronombres indefinidos; 	<p>Unidad III</p> <ul style="list-style-type: none"> los intensificadores; expresiones para establecer orden em las argumentaciones; los heterosemánticos y heterogénicos; apócope; perífrasis verbales; Unidad IV los pronombres complemento directo e indirecto; los verbos pronomiles; verbos regulares e irregulares en pretérito, presente y futuro en los modos indicativo y subjuntivo; verbos en modo imperativo; expresiones idiomáticas;
Bibliografía Básica	
OSPINA, Ana Sol. Clave – Español para el mundo . (1 a) São Paulo: Moderna, 2007. VIÚDEZ, Francisca; Ballesteros, PILAR. Espanhol em Marcha 1 . 7º ed. Editora SEGEL, 2012. VIÚDEZ, Francisca; Ballesteros, PILAR. Espanhol em Marcha 2 . 7º ed. Editora SEGEL, 2012.	
Bibliografía Complementar	
CABRALES, José Manuel. HERNÁNDEZ, Guillermo. Literatura española y Latinoamericana , de la Edad Media al Neoclasicismo. Ed. SEGEL, Madrid, 2011. FANJÚL, Adrián. Gramática y Práctica de Español para Brasileños . Ed. Moderna, 2014. MILANI, Esther Maria. Gramática de espanhol para brasileiros . São Paulo: Editora Saravia, 2002. OSPINA, Ana Sol. Clave – Español para el mundo . Cuaderno de Ejercicios . (1a) São Paulo: Moderna, 2007. REAL ACADEMIA DE CIENCIAS. Vocabulario científico y técnico . Madrid: Espasa Calpe, 1996. VIÚDEZ, Francisca; Ballesteros, PILAR. Espanhol em Marcha – cuaderno de actividades. 7º ed. Editora SEGEL, 2012.	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Língua portuguesa II: Semiótica aplicada à publicidade	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Conceito de semiótica e diferenciação entre semiologia; Semiótica greimasiana: percurso gerativo de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

sentido aplicado à publicidade contemporânea; Peirce e a teoria geral dos signos; Conceito de semiose e suas implicações para o profissional de marketing/comunicação; Contribuições e limitações das teorias apresentadas frente a estudos em comunicação.	
Competências	
<ul style="list-style-type: none">• Identificar e caracterizar duas das principais vertentes dos estudos semióticos/semiológicos em comunicação social, de modo a instrumentalizar o aluno para uma aplicação do repertório teórico-metodológico a conteúdos de comunicação.• Selecionar e utilizar os signos conforme o efeito de sentido desejado na mensagem publicitária;• Compreender e analisar criticamente conteúdos de natureza publicitária.	
Base Científica e Tecnológica	
UNIDADE I: Introdução ao estudo do signo <ul style="list-style-type: none">• Conceito de semiótica• Conceito de semiologia• Importância do signo na comunicação e na cultura.	UNIDADE III: Semiótica de Peirce <ul style="list-style-type: none">• Introdução à Teoria geral dos signos;• Relação triádica e aplicações na publicidade contemporânea;• Estudos de casos
UNIDADE II: Semiose <ul style="list-style-type: none">• Semiótica greimasiana: percurso gerativo de sentido aplicado à publicidade contemporânea;• - Nível fundamental• - Nível Narrativo• - Nível fundamental• - Nível Discursivo	UNIDADE IV: Produção de sentido <ul style="list-style-type: none">• Planejamento de peças;• Elaboração de campanhas;• Apresentação e Exposição de resultados;
Bibliografia Básica	
FIORIN, J.L. Elementos da Análise do Discurso . São Paulo: Contexto/EDUSP. 2006. PEREZ, C. Signos da marca: expressividade e sensorialidade . São Paulo: Editora Thomson Learning, 2004. SANTAELLA, L. Semiótica Aplicada . São Paulo: Cengage Learning, 2008.	
Bibliografia Complementar:	
BARROS, Diana Luz Pessoa de. Estudos do discurso . In: FIORIN, José Luiz (org.). Introdução à linguística. II . Princípios de Análise. São Paulo: Contexto, 2003. PEIRCE, C. S. Semiótica . 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000. SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica . São Paulo, Ed. Brasiliense, 1992. SOUZA, S. M. R. de; SANTARELLI, C. P. G. 'Contribuições para uma história da análise da imagem na anúncio publicitário'. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação , v.31, n. 1 jan/jun. São Paulo: Intercom, 2008, p. 133-156 VERISSIMO, J. A publicidade da Benetton . Coimbra: Minerva Coimbra, 2001.	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Design, identidade visual e programação gráfica	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Princípios do design, vertentes do design; Gestalt na publicidade e design; identidade visual; projeto visual gráfico; branding; manual de identidade visual; tipologia; tipos de papeis e formatos gráficos; medidas gráficas; gravação de matrizes; finalização gráfica.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender a importância do design para a criação e produção publicitária.• Conceber, planejar e executar projetos de identidade visual aplicados aos diversos suportes publicitários.• Conceber e realizar a programação gráfica para produção publicitária.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Introdução ao design <ul style="list-style-type: none">• O que é design• História do design;• Vertentes do design;• Design, arte e sociedade.	UNIDADE III: Produção e laboratório <ul style="list-style-type: none">• Criação: Planejamento e esboço de peças impressas• Criação de peças publicitárias• Projeto visual gráfico		
UNIDADE II: Identidade visual <ul style="list-style-type: none">• Tipologia• Construção de marcas• Expressões de marcas na sociedade contemporânea• Cores	UNIDADE IV: Produção fotográfica <ul style="list-style-type: none">• Processo de editoração• Tipos de papeis• Formatos gráficos• Gravação de matrizes• Finalização gráfica		
Bibliografia Básica			
BAER, Lorenzo – Produção gráfica . 6ª Ed. São Paulo: Senac Editora, 2012. RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico . Brasília: Linha Gráfica e Editora, 2007. WILLIAMS, Robin. Design para Quem não é Designer . Rio de Janeiro: Callis Editora, 2009.			
Bibliografia Complementar			
CESAR, Newton. Direção de Arte em Propaganda . São Paulo: Senac, 2009. BERGSTORM, Bo. Fundamentos da Comunicação Visual . São Paulo: Edições Rosari, 2009. MUNHOZ, Daniella Michelena. Manual de Identidade Visual: Guia para Construção . Rio de Janeiro: 2AB, 2009.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

VILLAS-BOAS, André. **O Que é e o Que Nunca Foi Design Gráfico**. 5 ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2003.
WHITE, Jan V. **Edição e Design**. 1 ed. São Paulo: JSN Editora – 2AB, 1974.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Criação de campanhas publicitárias (meio impresso, eletrônico e interativo)	Carga Horária:	120 horas
Ementa			
Criação de peças publicitárias; Linguagem e criação para rádio (spots e jingles); linguagem e criação audiovisual; criação para internet; novas formas de comunicação publicitária.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none">• Implementar técnicas de processo criativo à produção publicitária;• Identificar particularidades de cada um dos formatos abordados no que se refere a suas restrições e potencialidades quanto a linguagem, formato e layout.• Desenvolver campanhas publicitárias para veiculação nos diferentes meios.			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Criação de peças publicitárias <ul style="list-style-type: none">• Processo criativo• Formatos publicitários impressos;• Laboratório de criação de peças.	UNIDADE III: Criação audiovisual <ul style="list-style-type: none">• Linguagem audiovisual;• Formatos publicitários audiovisuais;• Criação e edição de conteúdos.		
UNIDADE II: Criação para rádio <ul style="list-style-type: none">• Linguagem radiofônica;• Spot• Jingle• Rádio on-line e publicidade	UNIDADE IV: Criação Digital <ul style="list-style-type: none">• Interatividade e internet;• Formatos publicitários on-line;• Criação de campanhas digitais.		
Bibliografia Básica			
CÉSAR, Newton. Direção de arte em propaganda . 8.ed. São Paulo: Atlas, 2006. BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação visual e multimídia . 3.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. WAITEMAN, Flávio. Manual prático de criação publicitária: O dia-a-dia da criação em uma agência . São Paulo: Nobel, 2006			
Bibliografia Complementar			
BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.) Hiperpublicidade v2: atividades e tendências . São Paulo: Thompson Pioneira, 2008. BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos . São Paulo: Senac, 2004. JENKINS, Henry. Cultura da convergência . São Paulo: Aleph, 2008. LUPETTI, Marcélia. Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica . São Paulo: Thomson, 2007.			



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Marketing Digital e Planejamento de comunicação	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Marketing digital na sociedade contemporânea; Marketing nas redes sociais; Consumidor digital e colaboração on-line; Mix de marketing digital; Neuromarketing digital; Marketing de busca; Marketing viral; Monitoramento de campanhas digitais; Aspectos éticos do marketing digital; Técnica da análise de conteúdo; Identificação de atributos determinantes para categoria; Especificação de fator-chave; Identificação do problema de comunicação; Objetivo e meta de comunicação; Conceito criativo; Estratégia de comunicação; Estratégia de mídia; Métricas e avaliação de eficácia da comunicação;			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar as demandas de marketing subjacentes ao digital; • Conceber e executar estratégias e ações de marketing voltadas para o ambiente digital; • Analisar o ambiente competitivo de forma a elaborar um plano de comunicação alinhado aos objetivos de marketing; • Identificar e sistematizar os objetivos, metas e estratégias de comunicação; • Planejar e propor um planejamento de comunicação de forma integradas às esferas on/off line; 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Princípios e estratégias do Marketing Digital <ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital na sociedade contemporânea. • Marketing nas redes sociais • Consumidor digital e colaboração on-line. • Mix de marketing digital 		UNIDADE III: Plano de Comunicação I <ul style="list-style-type: none"> • Técnica da análise de conteúdo; • Identificação de atributos determinantes para categoria; • Especificação de fator-chave; • Avaliação de crenças, atitudes e comportamentos; • Identificação do problema de comunicação. 	
UNIDADE II: Contextos de comunicação no Marketing Digital <ul style="list-style-type: none"> • Neuromarketing digital • Marketing de busca • Marketing viral • Monitoramento de campanhas digitais 		UNIDADE IV: Plano de Comunicação II <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo de comunicação; • Conceito criativo; • Estratégia de comunicação; • Estratégia de mídia • Métricas e avaliação de eficácia da 	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Aspectos éticos do marketing digital 	comunicação.
Bibliografia Básica	
<p>LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura, 2000. TORRES, C. A Bíblia do Marketing Digital. São Paulo: Novatec, 2009. VERENOZZI, José Carlos. Mídia de A a Z: Conceitos, Critérios e Fórmulas dos 60 Principais Termos de Mídias. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>CORREA, R. Planejamento de propaganda. 11.ed. São Paulo: Global, 2013. JONES, John Philip. A publicidade como negócio: operações, criatividade, planejamento de mídia, comunicações integradas. São Paulo: Nobel, 2002. RECUERO, R. Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulinas, 2009. SHIMP, Terence A. Comunicação integrada de marketing: propaganda e promoção. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. YANAZE, Mitsuru H. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração. São Caetano do Sul, SP: Difusora.</p>	

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Componente optativo – Planejamento: Pesquisa de mercado aplicada à comunicação	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Papel da pesquisa para a publicidade alinhada ao marketing; projeto de pesquisa; métodos de coleta de dados; formulário de coleta de dados; design de questionário; mensuração de atitudes na propaganda; tipos e variáveis; amostragem; análise e relatório; técnicas avançadas de pesquisa: neuromarketing.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar e executar um projeto de pesquisa de marketing aplicado à publicidade; ● Identificar oportunidades de mercado; ● Identificar problemas de comunicação e propor soluções a partir de pré e pós testes; ● Analisar dados de pesquisa de mercado. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Introdução		UNIDADE III: Técnicas de pesquisa	
<ul style="list-style-type: none"> ● Tipos de variáveis ● Tipos de pesquisa ● Importância da pesquisa para a publicidade. ● Delineamento do projeto de pesquisa 		<ul style="list-style-type: none"> ● Design de questionários ● Mensuração de atitudes ● Focus Group 	
UNIDADE II: Pesquisa		UNIDADE IV: Análise	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Métodos de coletas de dados; ● Tipos de dados primários; ● Tipos de escalas ● Pesquisa projetivas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Análise de dados qualitativos ● Análise de dados quantitativos ● Relatório: representação visual e apresentação dos resultados.
--	---

Bibliografia Básica

CHURCHILL JR., G.A.; BROWN, T.J.; SUTER, T.A. **Pesquisa Básica de Marketing**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
 RECUERO, Raquel; FRAGOSO; Suely, AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
 YASUDA, Aurora; OLIVEIRA, Diva Maria. **Pesquisa de Marketing: Guia para a prática de pesquisa de mercado**. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2012.

Bibliografia Complementar

AAKER, David A. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.
 BARBOSA, Ivan Santo e PEREZ, Clotilde (org). **Hiperpublicidade, Volume 2: Atividades e Tendências**. São Paulo: Thomson Learning, 2008.
 MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pearson/Prentice-Hall, 2005.
 PEREZ, Clotilde. **Signos da Marca**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2004.
 PINHEIRO, Roberto M; CASTRO, Guilherme C. de; SILVA, Helder H.C.; NUNES, José Mauro G. **Pesquisa de Mercado**. São Paulo: Editora FGV, 2011.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	2º Ano
Componente Curricular:	Componente optativo – Planejamento: Tópicos avançados em publicidade, planejamento e gestão	Carga Horária:	80 horas
Ementa			
Comunicação estratégica; planejamento e estudos de viabilidade mercadológica; pesquisa avançada em publicidade; novas formas de publicização.			
Competências			
<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar a importância do processo de planejamento mercadológico frente ao contexto de competitividade atual; ● Caracterizar as principais fatores que operam sobre a dinâmica de funcionamento publicitário; ● Identificar as principais formas de emprego da comunicação estratégica aplicadas ao contexto de marketing. 			
Base Científica e Tecnológica			
UNIDADE I: Comunicação avançada		UNIDADE III: Análise de dados	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

<ul style="list-style-type: none"> ● Contexto competitivo na contemporaneidade ● Teorias aplicadas ao planejamento <p>UNIDADE II: Pesquisa avançada</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Técnicas e ferramentas de planejamento. ● Estudos de caso em competitividade e planejamento 	<ul style="list-style-type: none"> ● Análise avançada de dados ● Estudos de caso <p>UNIDADE IV: Gestão e Comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Palestras e visitas técnicas ● Desenvolvimento de projeto final da disciplina..
---	--

Bibliografia Básica

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. Prentice Hall Brasil, 12a edição, 2006.
 SHIMP, T. A. **Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
 WESTWOOD, J. **O Plano de marketing: guia prático**. 2. ed. São Paulo: Makron. 1996.

Bibliografia Complementar:

ATEM G.N; OLIVEIRA, T. M; AZEVEDO, S.T. (Org.). **Ciberpublicidade: Discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática**. 1ed.Rio de Janeiro: e-papers, Faperj, REC, 2014
 DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.
 PEREZ, C. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Editora Thomson Learning, 2004.
 SOLOMON, M. B. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Artemed, 2008.
 STEVENS, R. **Planejamento de marketing**. São Paulo: Makron Books, 2001.

Curso:	Técnico de Nível Médio em Publicidade	Forma:	Integrada
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design	Período Letivo:	3º Ano
Componente Curricular:	Orientação de Projeto Experimental em Publicidade	Carga Horária:	80 horas

Ementa

Mudanças no cenário da comunicação: novas perspectivas em mídia e consumo; comportamento do consumidor (orientação aplicada); comunicação integrada de marketing (revisão aplicada); planejamento de campanha; planejamento de mídia (orientação aplicada).

Competências

- Diagnosticar um problema de comunicação mercadológica em uma instituição real existente no mercado;
- Planejar e desenvolver uma campanha publicitária completa para uma instituição pública ou privada existente no mercado.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Base Científica e Tecnológica	
<p>UNIDADE I:</p> <ul style="list-style-type: none">● Perspectivas atuais: pesquisa etnográfica e neurocientíficas em comunicação.● Cultura e consumo● Atitude do consumidor frente a novos suportes midiáticos● Briefing inicial com empresa escolhida. <p>UNIDADE II: Planejamento I</p> <ul style="list-style-type: none">● Definição de produto/empresa;● Levantamentos de dados primários e secundários.● Diagnóstico de comunicação.● Determinação de público-alvo	<p>UNIDADE III: Planejamento II</p> <ul style="list-style-type: none">● Objetivo de comunicação● Objetivos de criação e mídia● Desenvolvimento e aprovação de campanha● Plano de mídia <p>UNIDADE IV: Produção e apresentação de campanha</p> <ul style="list-style-type: none">● Produção audiovisual e impresso● Produção Spot● Negociação de mídia e simulação de desempenho de mídia.● Apresentação ao cliente/banca.
Bibliografia Básica	
<p>LUPETTI, Marcélia. Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica. São Paulo: Thomson, 2007.</p> <p>SHIMP, Terence A. Comunicação integrada de marketing: propaganda e promoção. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>YANAZE, Mitsuru H. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração. São Caetano do Sul, SP: Difusora.</p>	
Bibliografia Complementar	
<p>BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.) Hiperpublicidade v2: atividades e tendências. São Paulo: Thompson Pioneira, 2008.</p> <p>CORREA, Roberto. Planejamento de propaganda. 11.ed. São Paulo: Global, 2013.</p> <p>KOTLER, Philip. Administração de Marketing, 14º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.</p> <p>KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 15ª ed. São Paulo: Pearson: 2015.</p> <p>LUPETTI, Marcélia. Administração em publicidade: a verdadeira alma do negócio. 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2009.</p>	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

6.4. Prática profissional

A prática profissional conforme o artigo 61 da Resolução 001/2016, configurar-se-á como um procedimento didático- pedagógico que contextualiza, articula e inter-relaciona os saberes apreendidos, relacionando teoria e prática, a partir da atitude de desconstrução e (re) construção do conhecimento. Tal prática profissional encontra-se fundamentada na Resolução 06/2012/CNE/CEB, Resolução nº 58/2014/CONSUP/IFAP e Resolução nº01/2016/CONSUP/IFAP em seus artigos 61 a 74.

Com base no exposto, a prática profissional compreende um total de 250 (duzentos e cinquenta) horas, as quais serão desenvolvidas e distribuídas em dois eixos básicos:

- a) Realização, durante o último ano do curso, do Projeto Experimental em Publicidade (PEP), com carga horária total de 200 horas.
- b) Participação em atividades complementares, ao longo de todo o curso, com carga horária total de 50 (cinquenta) horas.

A seguir, são explanados os mecanismos que fundamentam e normatizam a validação das duas atividades supracitadas.

6.4.1 Projeto

O Projeto Experimental em Publicidade (PEP) é uma atividade que consiste no planejamento e desenvolvimento de uma campanha publicitária completa para uma instituição pública ou privada em atividade no país. Este projeto está atrelado ao componente curricular “Projeto Experimental em Publicidade (PEP)”, o qual ficará sob responsabilidade de um professor da área técnica/profissional, observadas as seguintes condições para seu pleno desenvolvimento:

- I. O início do projeto dar-se-á a partir último ano de curso (terceiro ano);



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- II. O projeto será desenvolvido em grupos, a partir de critérios estabelecidos pelo docente do componente curricular correspondente;
- III. As etapas para desenvolvimento do projeto deverão obedecer ao exposto na ementa do componente curricular “Projeto Experimental”;
- IV. Os grupos deverão apresentar ao professor responsável pela disciplina do PEP formulário preenchido e assinado (a ser fornecido pela coordenação do curso) dentro dos primeiros 30 dias letivos do ano em que o projeto será realizado. No formulário constará o nome dos integrantes do grupo, empresa ou instituição escolhida, local data e assinatura.
- V. O professor responsável pela disciplina deverá ter, preferencialmente, formação na área de comunicação social - habilitação em (i) publicidade e propaganda ou (ii) propaganda e marketing (ou similar).
- VI. O professor responsável pela disciplina poderá indicar professores co-orientadores para a supervisão do projeto.;
- VII. Cada grupo deverá, ao final da disciplina, entregar para o professor responsável pela disciplina 4 exemplares impressos do projeto, sendo 3 deles obrigatoriamente em capa dura;
- VIII. Para serem aprovados, os grupos farão, juntamente com a entrega do material escrito, uma apresentação para uma banca composta: pelo professor da disciplina, por outro professor da área de comunicação social ou afim, e um representante da empresa ou instituição escolhida para desenvolvimento da campanha.
- IX. Será aprovado o aluno que obtiver nota igual ou superior a 7 ao final do componente curricular;
- X. Na ocasião, será escolhido e reconhecido a melhor apresentação/trabalho para cliente.

6.4.2 Atividades complementares



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

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

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

O estudante deverá apresentar comprovantes (originais e cópias) da realização destas atividades complementares, ao final de cada ano letivo, em datas estabelecidas pela Coordenação de Curso.

Caberá a coordenação de curso receber as atividades complementares, realizar a validação e entregar a Coordenação de Registro Escolar as horas que foram validadas.

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

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

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

- **Estágio não-obrigatório** - A realização de estágio não-obrigatório, com remuneração, devidamente comprovado por documentação emitida pelo local de estágio, validada somente quando na área de formação do aluno.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- **Projetos de Iniciação Científica** – As atividades a que se refere este item serão propostas e desenvolvidas sob forma de projetos e programas de pesquisa de natureza extracurricular, mediante a participação do aluno nos mesmos, visando a qualificação técnica e científica. Consideram-se também as apresentações de trabalhos em eventos científicos, sob forma de pôster, resumo ou artigo científico.
- **Atividades Culturais** – serão aceitas como atividades culturais, todas as atividades que façam parte da formação cidadã e profissional que sejam oferecidas pelo IFAP ou outras Instituições de Ensino ou órgãos da sociedade civil organizada desde que respeitada as regras de validação.
- **Atividades Acadêmicas** - participação em eventos científicos como ouvinte e/ou atuante assim como organização de eventos escolares, científicos e culturais no IFAP, como semanas, jornadas, exposições, mostras, seminários e cursos de extensão, participação em jornada acadêmica ou atividades extracurriculares organizadas pelo curso de meio ambiente ou áreas afins, realizadas no IFAP ou em outras Instituições de ensino, pesquisa e extensão; participação em eventos promovidos pelo curso; participação em curso de extensão; proferir palestras profissionalizantes; cursar programas de aprendizagem ofertados por outras instituições de ensino profissionalizante ou de graduação; realizar atividades de monitoria relacionadas ao componente curricular.
- **Ações Sociais** - Realização de atividades sociais, como, por exemplo, a participação em projetos voltados para a comunidade que promovam melhoria da qualidade de vida, cidadania, educação, trabalho e saúde, seja na condição de organizador, monitor ou voluntário.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

Quadro 1: Validação de Atividades Complementares

ATIVIDADES	CARGA HORÁRIA MÍNIMA	CARGA HORÁRIA MÁXIMA
Visitas técnicas (programadas pela coordenação ou professor)	03 h	12 h
Participação em programas governamentais (Ex: menor aprendiz e outros)	30 h	30 h
Atividades científicas (participação em congressos, seminários, palestras, minicursos, fóruns, workshops, mostra científica e tecnológica, feiras e exposições, monitorias, oficinas, dentre outros).	04 h	20 h
Participação como ministrante em atividades científicas e acadêmicas.	02 h	20 h
Atividades esportivas (torneios, jogos, cursos de danças, etc.)	04 h	08 h
Produção acadêmica/científica (autor ou coautor de artigos publicados em jornais e/ou revistas científicas, anais, periódicos, livros ou capítulo de livros e painéis, projetos de pesquisa)	04 h	12 h
Cursos extracurriculares (línguas, extensão, aperfeiçoamento, treinamento, etc.)	10 h	30 h
Participação em atividades culturais: filmes, teatro, shows, feiras, exposições, patrimônios culturais.	02 h	12 h
Exercício de representação estudantil nos órgãos colegiados da instituição	04 h	16 h
Ações Sociais: Participação em eventos sociais como monitor, voluntário ou organizador.	04 h	16 h
Estágio não obrigatório	20 h	20 h

7. CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS

O aproveitamento de conhecimentos está de acordo com o Artigo 41 da Lei 9394 de 20 de dezembro de 1996, art. 36 da Resolução nº 06/2012/CNE/CEB e o artigo 35 da Resolução nº 01/2016/ CONSUP/IFAP, que trata da Regulamentação da Educação



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

Profissional Técnica de Nível Médio, na forma Integrada, com duração de 3 anos, em regime Integral no âmbito do IFAP.

Aproveitamento de Estudos

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

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

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

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



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

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

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

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

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

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

O discente poderá obter dispensa, por aproveitamento de estudos, de, no máximo, 30% (trinta por cento) da carga horária total dos componentes curriculares do curso, sendo vedado o aproveitamento de estudos para componentes curriculares em que o requerente tenha sido reprovado. Não será permitida a solicitação de aproveitamento de estudos para alunos matriculados na primeira série do curso, exceto para alunos transferidos durante o período letivo.

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



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

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

Esta comissão realizará a avaliação das competências requeridas, apresentando posteriormente relatório contendo os resultados obtidos, bem como os critérios e os instrumentos adotados para a avaliação, devendo tal relatório constar no dossiê do aluno.

Para que o estudante tenha dispensa do(s) componente (s) curricular (es), deverá obter nota igual ou superior a **70 (setenta)** em cada componente avaliado.

8. CRITÉRIOS E APROVEITAMENTO DE AVALIAÇÃO

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

Nesse processo, a avaliação assume as seguintes funções: a função diagnóstica que proporciona informações acerca das capacidades dos alunos em face de novos conhecimentos que irão ser propostos; a segunda função é a formativa que permite constatar se os alunos estão de fato atingindo os objetivos pretendidos; e finalmente a função somativa que tem como objetivo determinar o grau de domínio e progresso do aluno em uma área de aprendizagem.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

Neste sentido, a avaliação do Curso Técnico em Publicidade na Forma Integrada, terá como base a LDB 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), e a Regulamentação nº 001/2016 do IFAP em seus artigos 36 a 44, sendo considerada como elemento construtivo do processo de ensino-aprendizagem, permitindo identificar avanços e dificuldades no desenvolvimento dos alunos. Além disso, a proposta do curso prevê uma avaliação contínua e cumulativa, considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento do processo de aprendizagem do aluno.

Dentro desse entendimento, a avaliação busca desenvolver nos discentes as competências necessárias a sua formação, onde se prioriza o processo de ensino aprendizagem, buscando promover o diálogo entre o docente e o discente, observando as particularidades existentes de cada indivíduo. Assim, avaliar as competências deve significar o estabelecimento de uma situação de diálogo entre professor e aluno, descobrindo, juntos, avanços e dificuldades para consolidarem aqueles e corrigirem estas.

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

Dessa forma, considera-se como critérios de avaliação e aprendizagem, conforme a Regulamentação 001/2016 em seu artigo 38:

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

O registro do desempenho do aluno durante ano letivo será expresso por uma nota, na escala de **0 (zero) a 100 (cem)**, referentes a cada componente curricular. Cabe à escola, ao professor e ao aluno proporcionar condições para a aprendizagem efetiva de todos os discentes. O ano letivo é dividido em 4 (quatro) bimestres. Em cada bimestre, deverão ser utilizadas no **mínimo 02 (duas) atividades avaliativas**, sendo **pelo menos uma Avaliação Parcial** e uma **Avaliação Final**, independente da carga horária do componente curricular ministrado.

Cada avaliação parcial e final terá valor de 100 (Cem) pontos. A média do



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

componente curricular no período avaliativo dar-se-á pelo total de pontos obtidos divididos pelo número de avaliações realizadas. Essa média compreenderá um número inteiro, segundo a equação abaixo:

$$\text{MB} = \frac{\text{AP} + \text{AF}}{\text{X}}$$

MB = Média do Bimestre

AP = Avaliação Parcial

AF = Avaliação Final

X = Quantidade de avaliações realizadas

A **Avaliação Final** será aplicada de forma individual, escrita e/ou oral e/ou prática, conforme a especificidade do componente curricular.

Serão considerados instrumentos de avaliação parcial, entre outros, os trabalhos teórico-práticos produzidos e/ou aplicados individualmente ou em grupos, como projetos, relatórios, seminários, práticas de laboratórios, exercícios entre outros que permitam validar o desempenho obtido pelo aluno durante o processo ensino aprendizagem.

Sempre que a avaliação incidir sobre os aspectos qualitativos de caráter atitudinal e procedimental do (a) discente, o professor deverá adotar, a partir de critérios previamente discutidos com os discentes, diversos instrumentos, tais como fichas de observação, de auto avaliação, entre outros, como recursos para acompanhar ou orientar o seu desenvolvimento.

Os resultados de cada atividade avaliativa deverão ser analisados em sala de aula, no sentido de informar ao discente, de forma individual, sobre seu rendimento em cada período avaliativo, a média parcial e o total de faltas de cada componente curricular.

Terá direito à segunda chamada de avaliação o aluno que, por motivo relevante e justificável (devidamente comprovado), deixar de comparecer às atividades programadas,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

desde que entregue requerimento à Coordenação de Registro Escolar, que encaminhará à coordenação de curso para análise e parecer.

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

I – doença;

II – óbito de parentes até terceiro grau;

III – convocação judicial militar;

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

Ressalta-se que o discente deverá protocolar no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis a sua solicitação de reposição de atividade avaliativa.

Ao final do período letivo, será considerado aprovado o aluno que obtiver média aritmética simples igual ou superior a 70 (setenta) em todos os componentes curriculares e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária total dos componentes curriculares da respectiva série, de acordo com a seguinte fórmula:

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

MC = Média do Componente

B1 = Média do 1º bimestre

B2 = Média do 2º bimestre

B3 = Média do 3º bimestre

B4 = Média do 4º bimestre

Nos casos em que a média do componente curricular (MC) compreender um número inteiro com duas casas decimais far-se-á o arredondamento da nota para mais, caso a segunda casa decimal seja igual ou superior a 05 (cinco), ou para menos, caso a



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

segunda casa decimal seja inferior a 05 (cinco).

O processo de ensino aprendizagem deve ser discutido e avaliado permanentemente pelas Coordenações de Curso, coordenação Pedagógica e Conselho de Classe, acompanhado pela Direção de Ensino.

Serão oferecidos estudos de **recuperação paralela** ao final do **1º, 2º, 3º bimestre** para os estudantes que apresentarem dificuldades de aprendizagem com média do componente curricular inferior a **70 (setenta)**, não existindo recuperação ao final do ano letivo.

A Recuperação paralela será realizada durante o bimestre em horários planejados pelo professor, coordenação de curso e equipe pedagógica. É obrigatória a frequência dos alunos nos estudos de recuperação como condição para realização da avaliação. A avaliação de recuperação da aprendizagem, por meio de um instrumento avaliativo no valor de **0 (zero) a 100 (cem) pontos**, que substituirá a nota de menor rendimento no bimestre (avaliação parcial ou avaliação final).

A carga horária dos estudos de recuperação deve estar incluída na carga horária de atendimento ao discente, devendo ser registrada no **Plano Individual do Docente (PID)**;

Caberá ao professor encaminhar a coordenação do curso e coordenação pedagógica, a listagem com a relação de alunos que participarão dos estudos de recuperação.

Caberá a coordenação de curso e coordenação pedagógica, estabelecer os horários de estudos de recuperação paralela, conjuntamente com cada colegiado, bem com acompanhar sua execução ao longo de cada bimestre em conjunto com a coordenação pedagógica;

Caberá a coordenação pedagógica, organizar o processo de recuperação paralela, os instrumentos de registros das aulas e das avaliações, bem como acompanhar sua execução ao longo de cada bimestre em conjunto com a coordenação do curso;

Ao final de cada um dos 1º, 2º e 3º bimestres, será realizada uma avaliação de recuperação da aprendizagem, por meio de um instrumento avaliativo **no valor de 0 (zero) a 100 (cem) pontos**, que substituirá a nota de menor rendimento no bimestre



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

(avaliação parcial ou avaliação final);

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

Calculada a média do componente (MC) conforme previsto no artigo 43 o aluno que obtiver média igual ou superior a 70 (setenta) e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) no conjunto dos componentes curriculares do período letivo será considerado aprovado, enquanto aqueles que obtiverem média igual ou superior a 40 (quarenta) e inferior a 70 (setenta) em até 04 componentes curriculares terão direito a submeter-se a estudo de recuperação final em prazo a ser definido no calendário escolar de referência.

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

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

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

2

MFC = Média final do componente curricular

MC = Média do componente curricular

NARF = Nota da Avaliação de Recuperação final

Nos casos em que a Média Final do Componente (MFC) corresponder um



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

resultado inferior a Média do Componente Curricular (MC) obtida durante o ano letivo, prevalecerá o maior resultado.

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

O discente na condição de dependência será conduzido à série seguinte, realizando as atividades previstas no Programa de Estudo de Dependência (PED), conforme cronograma estabelecido pela instituição, e deverá ocorrer de forma concomitante à série seguinte a ser cursada pelo aluno, no prazo máximo de um ano.

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

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

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

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

Dar-se-á uma segunda oportunidade ao aluno que, por motivo relevante e justificável (devidamente comprovado), deixar de comparecer às atividades programadas,



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

desde que seja apresentado requerimento ao Coordenador de curso no prazo de até dois dias úteis após a realização da referida atividade. Tal requerimento deverá ser encaminhado à Coordenação de curso para análise do pedido e emissão de resultados: deferido ou indeferido.

9. BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

A estrutura física necessária ao funcionamento do Curso Técnico em Publicidade na Forma Integrada será descrita a seguir.

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

- **Salas de Aula:** Com 40 carteiras, quadro branco, condicionador de ar, disponibilidade para utilização de notebook com projetor multimídia.
- **Auditório:** Com Aproximadamente 180 lugares, projetor multimídia, notebook, sistema de caixas acústicas e microfones.
- **Laboratório didático de informática:** com 40 computadores devidamente preparados para atender à demanda específica de software/hardware necessário para o ensino da publicidade (especificação detalhada na tabela abaixo).
- **Biblioteca:** Com espaço de estudos individual e em grupo, equipamentos específicos, acervo bibliográfico e **acesso à Rede Federal para acesso às bases de dados científicas.**

O acervo da biblioteca deve ser atualizado com, no mínimo, cinco exemplares da bibliografia básica indicada nas ementas deste curso.

Para o desenvolvimento das atividades do ensino da publicidade e, se tratando de um curso de formação técnica, voltado para o preparo da prática profissional, são



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

elencados abaixo os demais recursos materiais e softwares MÍNIMOS NECESSÁRIOS para o andamento do curso, ou seja, para que sejam viabilizadas as práticas de criação e produção de campanhas publicitárias.

Recursos materiais e softwares necessários para ensino da Publicidade		
Recursos Materiais	Especificação	Qtde
Computadores	Tela de 21,5 polegadas LED, com tecnologia IPS, resolução de 1920 x 1080 e suporte a milhões de cores, Processador Intel Core I7-4790 Haswell, 3.6ghz, 8mb, Quad-Core; Memória RAM 16gb (2x8gb) 1600mhz DDR3; Disco rígido de 1TB (5400 rpm), Possibilidade de configuração para Fusion Drive de 2TB ou armazenamento flash de 256GB (SSD); Placa de Vídeo 2gb GDDR5 128bit; Fonte Cx430 430w, Certificado 80 Plus, Pfc Ativo; Suporte a monitor externo e espelhamento de vídeo, Alto-falantes estéreo, Conector de fone de ouvido de 3,5 mm, Saída de áudio digital óptica e de fone de ouvido (minijack), Conector de fone de ouvido de 3,5 mm Slot para cartão SDXC, Quatro portas USB 3 (compatíveis com USB 2) Duas portas Thunderbolt 2, Saída Mini DisplayPort, Compatível com HDMI, DVI, VGA e DVI dual link (adaptadores vendidos separadamente); Gigabit Ethernet 10/100/1000BASE-T (conector RJ-45), Slot para cabo de segurança, Wi-Fi Rede wireless Wi-Fi 802.11ac, compatível com IEEE 802.11a/c/g/n Bluetooth Tecnologia Bluetooth 4.0; mouse.	40
Mesa De Som - 6 Canais	Com 6 canais	1
Armário	Armário de aço com três prateleiras. 1.700 mm alt. x 900 mm larg. x 475 mm prof.	4
Tripé	Tripé profissional com altura até 1,62 metros para equipamentos fotográficos de até 3,175 Kg. Nivelador de bolha no topo da base do tripé. Plataforma para câmera com pino indicativo de encaixe e de rápido desacoplamento. Coluna central com trava de ajuste. Elevação de altura com ajuste manual por alavanca. Hastes em alumínio na cor preta com prolongadores divididos em três seções com travas de rápido acionamento. Braço longo para rotação da base da câmera. Pés emborrachados rosqueáveis com "spikes" nas extremidades	1
Cartão de memória	Cartão de memória Micro Sdhc 64gb com adaptador SD	7
Câmera fotográfica	EOS REBEL T6I EF-S 18-55MM	7
Bolsa para Câmera	BOLSA PARA CÂMERAS ZOOMPACK 1000	7



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Câmera fotográfica	Cartão de memória Micro Sdhc 64gb com adaptador SD	7
Microfone	CONTROLE REMOTO SEM FIO RC-6	1
Flash	FLASH SPEEDLITE 600 EX-RT	1
Estúdio: Flash	Flashes digitais Greika / Godox SK300 110v	2
Estúdio: lâmpada	Lâmpada de modelagem	2
Estúdio: tripé	Tripés de Iluminação WT806 2,60 metros.	2
Estúdio: rádio flash	Kit Rádio Flash 4 Canais (1 transmissor e 1 receptor) CT-04	7
Estúdio: rádio flash	CONTROLE REMOTO SEM FIO RC-6	1
Flash: par de sombrinha	Sombrinhas (refletora e difusoras)	2
Eyetracker	Eyetracker 300 hz Fixo	1
HP Color LaserJet Enterprise M750dn (D3L09A)	Impressora a laser A3 colorida para grandes formatos	1
HP Látex 360	Impressão de adesivos	1
Porta banner	Suporte de banner	1
Softwares necessários para o ensino da Publicidade		
Adobe Photoshop*	Edição e tratamento de imagens	40
Adobe Illustrator*	Ilustração e gráficos vetoriais	40
Adobe InDesign*	Design e criação de layouts	40
Adobe Premiere*	Produção e edição de vídeos	40
Adobe After Effects*	Efeitos visuais	40
Adobe Lighroom*	Edição de imagens digitais	40
Adobe Dreamweaver*	Sites	40
Corel Draw **	Ilustração e gráficos vetoriais	40
IBM SPSS	Pesquisa de mercado	40

** Versão CC 2015 ou superior

** X8 ou superior



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

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

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

O segundo se refere à Agência Experimental de Marketing e Comunicação (de caráter extensionista), e terá como objetivo fomentar o desenvolvimento das aptidões práticas dos alunos e promover um maior contato destes o mercado de trabalho, de modo a subsidiar a compreensão de demandas reais, facilitar a inserção dos alunos no mercado profissional e estimular o empreendedorismo.

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

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

- Pesquisa de mercado: levantamento de atitude e hábitos de comportamento;
- Planejamento de Comunicação integrada;

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

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

10. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A tabela abaixo demonstra a disponibilidade de docentes e técnico-administrativos necessários ao funcionamento do Curso Técnico em Marketing na forma Subsequente.

Pessoal Docente

NOME	FORMAÇÃO/TÍTULO	REGIME DE TRABALHO
PROFESSORES DA ÁREA ESPECÍFICA		
Alexandre Guandalini Bossa	Mestre	DE
Ana Karolina Bezerra Lima	Especialista	DE
Ângela Irene Farias de Araújo Utzig	Mestre	DE
Diogo Rógora Kawano	Mestre	DE
Eder de Oliveira Picanço	Especialista	DE
José Carlos Corrêa de Carvalho Júnior	Especialista	DE
Leidiane Vaz dos Santos	Mestre	DE
Lourdes Terezinha Picanço Paes	Especialista	DE



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Marcelo Carlos Bezerra de Andrade	Especialista	DE
Marlon de Oliveira do Nascimento	Mestre	DE
Rogério Luiz da Silva Ramos	Especialista	DE
Tiago Idelfonso e Silva Pedrada	Especialista	DE
Tiza Tamiozzo Quintas Colares	Mestre	DE
Victor Hugo Laurindo	Mestre	DE
Ygor Felipe Távora da Silva	Mestre	DE
PROFESSORES DE E FORMAÇÃO GERAL		
Arnaldo Henrique Mayr	Mestre	DE
Cláudia Patrícia Nunes Almeida	Especialista	DE
Cristiene Ferreira da Silva	Mestre	DE
Daniel de Nazaré de Souza Madureira	Especialista	DE
Dimitri Alli Mahmud	Especialista	DE
Elys Silva Mendes	Mestre	DE
Givanilce Socorro Dias da Silva	Especialista	DE
Hanna Patricia da Silva Bezerra	Mestre	DE
João Moraes da Costa	Especialista	DE
Karine Campos Ribeiro	Especialista	DE
Leonardo Ataíde de Lima	Especialista	DE
Leticia Maria dos Santos Grangeiro	Especialista	DE
Lued Carlos Oliveira Ferreira	Especialista	DE
Marcos Vinícius Rodrigues Quinteiros	Mestre	DE
Nazaré do Socorro Santos da Costa	Especialista	DE
Rafaelle Dayanne Dias Barros	Especialista	DE
Romaro Antonio Silva	Especialista	DE
Romeu do Carmo Amorim da Silva Júnior	Graduação	DE
Suzamar Carreiro	Especialista	DE

Pessoal Técnico Administrativo

NOME	FUNÇÃO	FORMAÇÃO	REGIME DE TRABALHO
-------------	---------------	-----------------	---------------------------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

Antônio Rodrigues do Nascimento Filho	Assistente de Alunos	Especialista	40h
Bruna Carla da Silva Tiburcio	Assistente em Administração	Graduação	40h
Bruno Souza de Oliveira	Assistente de Alunos	Curso Técnico	40h
Carmem Ângela Tavares Pereira	Psicóloga	Especialista	40h
Casper Augusto Mira Rocha	Administrador	Especialista	40h
Ederson de Souza Costa	Analista de Tecnologia da Informação	Especialista	40h
Elizabeth Ribeiro da Rocha	Assistente em Administração	Graduação	40h
Jenifer Silva Abreu de Carvalho	Médica	Especialista	40h
Klayrlson da Costa Amaral	Administrador	Graduação	40h
Lilia Campos dos Santos	Assistente Social	Especialista	40h
Maria do Desterro Sousa Rabelo	Técnica em Contabilidade	Especialista	40h
Mariana de Moura Nunes	Pedagoga	Mestre	40h
Maykon Anderson de Souza Soares	Odontólogo	Graduação	40h
Michell Santos da Fonseca	Técnico Audiovisual	Especialista	40h
Paula Regiane Furtado Guedes	Enfermeira	Especialista	40h
Paulo Rufino Benayhun Júnior	Técnico em Secretariado	Especialista	40h
Quelem Suelem Pinheiro da Silva	Auxiliar de Biblioteca	Graduação	40h
Robson de Souza Sampaio	Técnico em Laboratório de Informática	Graduação	40h
Ronan Passos dos Santos	Assistente em Administração	Graduação	40h
Samia da Silva Cardeal	Jornalista	Especialista	40h
Tatiane Cristina Ferreira Santos Trombim	Contadora	Especialista	40h
Wellington Furtado Damasceno	Técnico em Tecnologia da Informação	Graduação	40h



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA**

11. DIPLOMAS

O discente estará habilitado a receber o diploma de conclusão do Curso **Técnico de Nível Médio em Publicidade, na Forma Integrada**, desde que atenda as seguintes condições:

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

- Estiver habilitado profissionalmente, após ter cursado com carga horária total de 3904 (três mil novecentos e quatro) horas-aulas, necessárias para o desenvolvimento das Competências e Habilidades inerentes ao profissional Técnico em Publicidade;

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

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

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

Assim sendo, ao término do curso com a devida integralização da carga horária total prevista no curso Técnico de Nível Médio em Publicidade na Forma Integrada, incluindo a conclusão da prática profissional, o aluno receberá o **Diploma de Técnico em Publicidade**.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

12. REFERÊNCIAS

BRAGA, JOSÉ LUIZ. **Mediatização como processo interacional de referência**. In: MÉDOLA, Ana Silvia L.D.; ARAUJO, Denise C.; BRUNO, Fernanda. (Orgs.). Imagem, visibilidade e cultura midiática. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.

BRASIL. **Lei nº 9.394 de 20 de Dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/HYPERLINK \"http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm\"/leis/19394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/HYPERLINK\)> Acesso em: 07 ago. 2010.

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

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

_____. **RESOLUÇÃO CNE/CEB N.02/2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio. Diário Oficial da União, Brasília, 30 de janeiro de 2012a, Seção 1, p. 20.

_____. **RESOLUÇÃO CNE/CEB N.6/2012**. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Diário Oficial da União, Brasília, 21 de setembro de 2012, Seção 1, p. 22.

_____. **DECRETO Nº 5.154 de 23 de Julho de 2004**. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5154.htm>. Acesso em: 05 ago. 2011.

_____. **Lei nº 11.788 de 25 de Setembro de 2008**. Dispõe sobre o estágio de estudantes. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11788.htm>. Acesso em: 03 ago. 2011.

CATÁLOGO NACIONAL DE CURSOS TÉCNICOS – Diretoria de Regulamentação e Supervisão da Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/catalogonct/>> Acesso em: 23 set. 2010.

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



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

CENP (CONSELHO EXECUTIVO DE NORMAS-PADRÃO). **Agências certificadas**. Disponível em < http://www.cenp.com.br/certificacao/agencias_certificadas.php?site=agencias>. Acesso em 05 dez. 2016.

COULDRY, N. (2008). **Mediatization Or Mediation?** Alternative understandings of the emergent space of Digital Storytelling. *New Media & Society*, 10(3), 373-391. Disponível em:

<http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/10/3/373>

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 8, 2014.

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 8, 2014.

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

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

PORTAL E-CIDADANIA - SENADO FEDERAL, **Reforma do Ensino Médio**. Disponível em < <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoaudiencia?id=9738>>. Acesso em: 16 nov. 2016.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

ANEXOS

ANEXO I – MODELO DE DIPLOMA


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

Diploma

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

João Teixeira da Silva

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

Macapá, 24 de junho de 2013

Diretor Geral - Câmpus Macapá
Portaria nº XXX

Diplomado

Reitor
Portaria nº XXX

Curso _____, aprovado pela Resolução nº _____, de ____/____/____. Ifap. Código autenticador no Sisitec nº _____.

Carga horária total do curso: xxxx horas

Diploma expedido pelo (nome do setor), do Câmpus _____, data ____/____/____.

Assinatura

Registro com validade em todo o território nacional, conforme Lei nº 9.394 de 2012/1996, art. 48, §1º; Lei nº 11.892, de 29/12/2008, art. 2º, §3º, sob o nº _____, Livro nº _____, de folhas nº _____, conforme processo nº _____.

Data ____/____/____.

Assinatura do responsável (nome, cargo, e Portaria)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS SANTANA

ANEXO III – FORMULÁRIO PARA AVERBAÇÃO DE CERTIFICADOS

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