

Nome da Instituição	Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
CNPJ	62823257/0001-09
Data	05-12-2018
Número do Plano	368
Eixo Tecnológico	Gestão e Negócios

Plano de Curso para	
01. Habilitação 1ª + 2ª + 3ª SÉRIES Carga Horária Estágio TCC	ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING 2866 horas 0000 horas 120 horas
02. Qualificação 1ª SÉRIE Carga Horária	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING 1000 horas
03. Qualificação 1ª + 2ª SÉRIES Carga Horária	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING 2000 horas

- ✓ Presidente do Conselho Deliberativo

Laura M. J. Laganá

- ✓ Diretora Superintendente

Laura M. J. Laganá

- ✓ Vice-diretora Superintendente

Emilena Lorezon Bianco

- ✓ Chefe de Gabinete

Armando Natal Maurício

- ✓ Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Almério Melquíades de Araújo

Coordenação

Almério Melquíades de Araújo

Mestre em Educação

Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Organização:

Gilson Rede

Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional

Diretora de Departamento

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

Gilson Rede

Bacharel em Administração

Especialista em Gestão Empresarial

Especialista em Gestão de Negócios

Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional

Coordenador de Projetos do Eixo Tecnológico Gestão e Negócios

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

Colaboração

Equipe Pedagógico – Administrativa

Adriano Paulo Sasaki

Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos
Responsável pelo Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência
Assessor Técnico Administrativo II
Ceeteps

Andréa Marquezini

Bacharela em Administração de Empresas
Especialista em Gestão de Projetos
Responsável pela Padronização de Laboratórios e Equipamentos
Assessora Técnica Administrativa IV
Ceeteps

Dayse Victoria da Silva Assumpção

Bacharela em Letras
Licenciada em Letras – Português e Inglês
Pós-Graduada em Língua Portuguesa: Redação e Oratória
Coordenadora de Projetos - Revisão Documental - Área de Linguagens e suas
Tecnologias - Área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas
Etec Prof. Horácio Augusto da Silveira

Elaine Cristina Cendretti

Licenciada em Matemática e Mecânica
Tecnóloga em Projetos Mecânicos
Especialista em Administração Escolar, Supervisão e Orientação
Coordenadora de Projetos - Gestão Documental - Área da Indústria 4.0 -
Área de Matemática e suas Tecnologias - Área de Ciências da Natureza e suas
Tecnologias
Etec Prof. José Sant'Ana de Castro

Hugo Ribeiro de Oliveira

Tecnólogo em Redes de Computadores
Licenciado em Redes de Computadores
Especialista em Gestão e Governança de Tecnologia da Informação

Etec Prof. Horácio Augusto da Silveira

Joyce Maria de Sylva Tavares Bartelega

Licenciada em Engenharia Elétrica
Especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho
Especialista em Gestão Ambiental
Mestra em Física
Coordenadora de Projetos - Área Segurança do Trabalho -
Área de Ciências da Natureza e suas Tecnologias - Física
Etec Alfredo de Barros Santos

Luciano Carvalho Cardoso

Licenciado em Filosofia
Mestre em Lógica
Coordenador de Projetos - Área de Empreendedorismo -
Área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas
Etec Parque da Juventude

Marcio Prata

Tecnólogo em Informática para a Gestão de Negócios
Responsável pelas Matrizes Curriculares e pela
Sistematização dos dados dos Currículos
Assessor Técnico Administrativo III
Ceeteps

Meiry Aparecida de Campos

Bacharela e Licenciada em Direito
Licenciada em Pedagogia
Especialista em Direito Civil e Processo Civil
Coordenadora de Projetos - Área Jurídica
Etec Dra. Maria Augusta Saraiva

Sérgio Yoshiharu Hitomi

Tecnólogo em Processamento de Dados
Coordenador de Projetos - Área de Empreendedorismo
Etec São Paulo

Talita Trejo Silva Gomes

Assessora Administrativa

Ceeteps

Vanessa Araujo Gomes Giron

Bacharela em Letras

Licenciada em Letras – Português e Grego Clássico

Mestra em Letras Clássicas

Etec Dra. Maria Augusta Saraiva

Equipe de Professores Especialistas

David Ferreira Afonso

Especialista em Propaganda e Marketing

Licenciado em Marketing

Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

Etec Professor Camargo Aranha

Kelly Luana Miranda Rouge Arruda

Bacharela em Administração

Bacharela em Engenharia de Produção

Especialista em Logística

Especialista em RII – Matemática

Especialista em Neuropsicopedagogia

Etec Fernando Prestes

Matheus Pereira Graciano

Tecnólogo em Gestão Empresarial

Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda

Especialista em Marketing

Etec Doutor Francisco Nogueira de Lima

Maria da Conceição Medeiros

Bacharela em Administração

Licenciada em Pedagogia

Especialista em Logística Empresarial e Supply Chain

Mestra em Administração

Etec Professora Maria Cristina Medeiros

Raimundo Donizete de Camargo

Mestre em Administração
Especialista em Administração de Marketing
Graduado em Administração
Etec Santa Isabel

Parceiros

Like Up Comunicações Ltda.

CNPJ: 31.444.285/0001-83

Cintia Gales Tasca Dantas

Graduada em Administração

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS.....	8
CAPÍTULO 2	REQUISITOS DE ACESSO	16
CAPÍTULO 3	PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....	17
CAPÍTULO 4	ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	27
CAPÍTULO 5	CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES	148
CAPÍTULO 6	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM.....	149
CAPÍTULO 7	INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	152
CAPÍTULO 8	PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	167
CAPÍTULO 9	CERTIFICADOS E DIPLOMA.....	205
	PARECER TÉCNICO	206
	PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 05-12-2018	210
	APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO.....	211
	PORTARIA CETEC Nº 1573, DE 7-12-2018.....	212
ANEXO	SUGESTÃO METODOLÓGICA	214

CAPÍTULO 1

JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

1.1. Justificativa

As constantes mudanças do mercado globalizado, caracterizado pela forte concorrência e nível apurado de exigência dos consumidores, demanda a criação de vantagens competitivas. A gestão em marketing das organizações é um fator determinante para sua sobrevivência, sobretudo no Brasil, onde grande parte dos negócios são desenvolvidos por micro e pequenas empresas que são grandes provedoras de oportunidades de trabalho.

A carreira de Marketing é uma das que mais passou por mudanças nos últimos anos, vivenciando transformações tanto na formação do profissional da área como nas ferramentas que são utilizadas para exercer o papel profissional.

Atualmente, o profissional de Marketing muitas vezes precisa pensar em como adaptar a comunicação que irá fazer com o seu cliente para os mais variados canais, em formatos diferentes, para momentos diferentes. Além disso, a preocupação deixou de ser apenas vender o produto, mas criar um relacionamento com o cliente e engajá-lo com a marca - como bem disse o filósofo Heráclito de Éfeso, “a única constante é a mudança”, e essa afirmação faz todo sentido nessa área.

O profissional da área de Marketing consegue ganhar mais espaço ao comunicar-se de forma clara e expressar bem ideias e pontos de vista. A área é muito dinâmica e precisa de especialistas dinâmicos que estejam prontos para mudanças e não tenham postura passiva. Destaca-se nesse meio quem acompanha as tendências e está por dentro das inovações constantes que surgem.

Esse repertório é importante para imprimir recursos criativos quando em campanhas ou em melhoria de resultados na empresa. Além disso, *networking* é essencial para se manter em conformidade com as novidades do mercado e em relação às novas oportunidades da área.

A sociedade sofre mudanças de forma contínua e isso se reflete no mercado de trabalho.

O brasileiro gasta 650 horas/mês em redes sociais. Ao computarmos o período gasto na *internet*, em comparação à TV, podemos concluir que passamos mais tempo na web (4h59min) em detrimento aos televisores (4h31min). É uma mudança social considerável e que altera completamente a forma com a qual as empresas se comunicam com seus consumidores.

De acordo com Barcelos (2010, p. 15), “A interatividade gerada pelas Redes Sociais Digitais naturalmente amplia e intensifica os relacionamentos, aproximando as pessoas umas das outras e, inevitavelmente, as empresas dos clientes”. Assim, as mídias sociais e o marketing de conteúdo passam a ser cruciais para a sobrevivência das empresas no mercado, o que impacta diretamente na demanda das organizações por um novo tipo de profissional de marketing.

De acordo com a pesquisa da Firjan, os dez setores de atuação que surgem com possibilidades de contratação até o ano de 2020 são: Compras, Comercial, Tecnologia da Informação (TI), Serviços Gerais, Planejamento, Atendimento ao Cliente, Recursos Humanos, Marketing, Comunicação e Ouvidoria.

Na área de gestão, 51,1% dos respondentes apontaram perspectivas de contratação. A área de Marketing, segundo informado na pesquisa, terá uma perspectiva de contratação em 2020 de mais de 49,75%. Diante desse universo de possibilidades que se alarga diariamente, o mercado necessitará de profissionais de marketing que conheçam bem as peculiaridades do setor.

Para 2019, segundo a ABComm (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico) comércio eletrônico deve atingir um volume de vendas de R\$ 79,9 bilhões. De acordo com a entidade, caso essa projeção se cumpra, o montante representaria um crescimento de 16% quando comparado com o resultado atingido em 2018 pelas lojas virtuais do país, sendo o maior avanço anual verificado desde 2015.

Para 2020 os dados são mais animadores, o varejo *on-line* brasileiro, por exemplo, deve crescer 43,5%. É o que informa a pesquisa da consultoria Euromonitor: o comércio eletrônico interno deverá saltar dos atuais 19,5 bilhões de dólares para 28 bilhões de dólares. Tudo isso nos próximos 2 anos.

Aliado a essa evolução tecnológica o marketing deixou de ser centrado no produto e passou a ser centrado no consumidor. Atualmente, é perceptível mais um movimento no foco das ações, que tem buscado alinhamento não só com clientes, mas com questões mais profundas e de impacto social como o meio ambiente. Segundo Kotler “O conceito de Marketing Societal refere-se à responsabilidade da organização perante a sociedade, incluindo considerações sociais e éticas em suas práticas de marketing, equilibrando objetivos frequentemente conflitantes como o lucro dos acionistas, a satisfação dos consumidores e o interesse público. Desta forma, pode-se dizer que o Marketing Societal é um Marketing Socialmente Responsável” (Kotler, 2000).

Em um estudo, 93 % dos adultos informa que o impacto ambiental provocado por um produto definia suas decisões de compra (Churchill, 2003). Marcas que evidenciam por meio de ações mercadológicas e institucionais sensibilidade com aspectos sociais e desenvolvem práticas sustentáveis, estabelecem relações mais fortes com seus clientes e criam vantagem competitiva ante aos concorrentes.

Diante desse cenário com fortes transformações tecnológicas e sociais, o profissional de marketing ocupa posição significativa na aplicação de estratégias que ofereçam diferenciação e criem um propósito para negócios que transcendam a simples busca pelo lucro. Há necessidade de geração de valor para sociedade, uma vez que esta exige organizações socialmente responsáveis que ofereçam produtos e serviços de qualidade.

A cada novo paradigma legal da Educação Profissional e Tecnológica, o Centro Paula Souza executa as adequações cabíveis, da organização de cursos por área profissional até a mais recente taxonomia de eixos tecnológicos do Ministério da Educação – MEC (ARAÚJO, DE MAI e PRATA, 2016). Assim, torna-se imprescindível oferecer o curso de Técnico em Marketing nesta modalidade em consonância com as demandas sociais e do setor produtivo - principal diretriz do planejamento curricular da instituição.

Diante disso, o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, instituição de ensino profissionalizante ligada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação, está apto a ofertar uma formação profissional de qualidade em

atendimento às necessidades do mercado por meio do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Marketing.

Fontes de Consulta:

AMCHAM BRASIL. **Construindo valor: marketing e sustentabilidade como estratégia de negócios**. 17/04/2017. Estadão: Economia & Negócios. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/ecoando/construindo-valor-marketing-e-sustentabilidade-como-estrategia-de-negocios/>> Acesso em 13 mai. 2019.

ARAÚJO, Almério M. de; DEMAI, Fernanda M.; PRATA, Marcio. **Missão, Concepções e Práticas do Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac): uma Síntese do Laboratório de Currículo do Centro Paula Souza** [S.l.]: 2016. Disponível em: <<http://cpscetec.com.br/cpscetec/arquivos/2014/missao.pdf>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

BARCELOS, Marco Antônio Rebelo. **Avaliação da eficiência de comunicação em redes sociais digitais: Uma análise exploratória do cenário de empresas brasileiras**. Dissertação de Mestrado, FGV- EAESP, 2010.

BRAGA, Bruno Cioffi. **Entenda a diferença entre o marketing 1.0 2.0 e 3.0: 2016**. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/entenda-diferen%C3%A7a-entre-o-marketing-10-20-e-30-bruno-cioffi-braga>> Acesso em 26 abr. 2019.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

DINO. **Cenário econômico de 2018 promete ser favorável aos pequenos negócios**. 13 março 2018. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/cenario-economico-de-2018-promete-ser-favoravel-aos-pequenos-negocios/>. Acesso em: 13 mai. 2019.

ECOMMERCEBRASIL, **Comércio eletrônico deve crescer 16% no País em 2019, prevê ABComm**. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/comercio-eletronico-deve-crescer-16-no-pais-em-2019-preve-abcomm/>> . Acesso em: 13 mai. 2019.

ENDEAVOR, **As 6 Tendências do Varejo para 2016**. Endeavor: 2016. Disponível em: <https://endeavor.org.br/6-tendencias-varejo-para-2016/> Acesso em: 26 abr. 2019.

EXAME, **Segundo dados, E-commerce cresce 12% em 2017 e tem projeção de 15% em 2018**. DINO – Divulgador de Notícias: 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-dados-e-commerce-cresce-12-em-2017-e-tem-projecao-de-15-em-2018/>> . Acesso em: 26 abr. 2019.

GALINARI, Rangel et al. **Comércio eletrônico, tecnologias móveis e mídias sociais no Brasil**. BNDES Setorial Varejo, Brasília, 2018.

KOTLER, Philip. **Marketing para organizações que não visam lucro**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PWC, Price Waterhouse Coopers, **Total Retail 2017: Alternativas de Investimento num Mercado cada vez mais competitivo**. PWC: 2017. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/totalretail/2017/total-retail-2017.pdf>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

STARTUPI, **Estudo revela mudança drástica no perfil do consumidor nos últimos dez anos**. Disponível em: <<https://startupi.com.br/2015/07/estudo-revela-mudanca-drastica-no-perfil-do-consumidor-nos-ultimos-dez-anos/>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

TROTTI, Felipe et al. **Comércio eletrônico: como conquistar clientes e aumentar o faturamento em um ambiente virtual**. Revista inovação e tecnologia, [S. l.], 2018.

UNDERHILL, Paco. **Vamos às compras: a ciência do consumo**. São Paulo: Campus, 1999.

Pesquisa SócioEconômicas sobre a Profissões do futuro - Disponível em : <<https://www.firjan.com.br/publicacoes/publicacoes-de-economia/profissoes-do-futuro.htm>>. Acesso em 13 mai. 2019.

1.2. Objetivos

O curso de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** tem como objetivos capacitar o aluno para:

- Criar peças publicitárias.
- Gerenciar mídias sociais.
- Realizar pesquisa de mercado.
- Acompanhar o gerenciamento de marcas.
- Interpretar e aplicar a legislação pertinente.
- Definir ou redefinir segmentos de mercado.
- Auxiliar no processo de formação de preço.
- Promover e estimular o espírito empreendedor.
- Participar na elaboração de estudos de mercado.
- Elaborar e desenvolver projetos mercadológicos.
- Implementar ações promocionais no ponto de venda.
- Propor ações de promoção da marca nas redes sociais.
- Auxiliar o desenvolvimento do plano de mídia e comunicação.

- Operacionalizar as políticas de gestão do marketing *mix* e de clientes.
- Alinhar a atividade da organização às necessidades dos consumidores.
- Monitorar o comportamento do consumidor da marca nas redes sociais.
- Diferenciar a utilização da linguagem nos ambientes formais e informais.
- Conhecer os diferentes canais de distribuição e entender suas aplicações.
- Assessorar no desenvolvimento e estratégias de campanhas sociais e ambiental.
- Auxiliar a área de planejamento e desenvolvimento de estratégias mercadológicas e institucionais.
- Estabelecer comunicação dinâmica e envolvente com consumidores da marca nas redes sociais.

1.3. Organização do Curso

A necessidade e pertinência da elaboração de currículo adequado às demandas do mercado de trabalho, à formação profissional do aluno e aos princípios contidos na LDB e demais legislações pertinentes, levou o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, sob a coordenação do Prof. Almério Melquíades de Araújo, Coordenador do Ensino Médio e Técnico, a instituir o “Laboratório de Currículo” com a finalidade de atualizar, elaborar e reelaborar os Planos de Curso das Habilitações Profissionais oferecidas por esta instituição, bem como cursos de Qualificação Profissional e de Especialização Profissional Técnica de Nível Médio demandados pelo mundo de trabalho.

Especialistas, docentes e gestores educacionais foram reunidos no Laboratório de Currículo para estudar e analisar o Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos (MEC) e a CBO – Classificação Brasileira de Ocupações (Ministério do Trabalho). Uma sequência de encontros de trabalho, previamente agendados, possibilitou reflexões, pesquisas e posterior construção curricular alinhada a este mercado.

Entendemos o “Laboratório de Currículo” como o processo e os produtos relativos à pesquisa, ao desenvolvimento, à implantação e à avaliação de currículos escolares pertinentes à Educação Profissional Técnica de Nível Médio.

Partimos das leis federais brasileiras e das leis estaduais (estado de São Paulo) que regulamentam e estabelecem diretrizes e bases da educação, juntamente com pesquisa de mercado, pesquisas autônomas e avaliação das demandas por formação profissional.

O departamento que oficializa as práticas de Laboratório de Currículo é o Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac), dirigido pelo Professor Gilson Rede, desde abril de 2020.

No Gfac, definimos Currículo de Educação Profissional Técnica de Nível Médio como esquema teórico-metodológico que direciona o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, atribuições, atividades, competências, habilidades, bases tecnológicas, valores e conhecimentos, organizados por eixo tecnológico/área de conhecimento em componentes curriculares, a fim de atender a objetivos da Formação Profissional de Nível Médio, de acordo com as funções do mercado de trabalho e dos processos produtivos e gerenciais, bem como as demandas sociopolíticas e culturais, as relações e atores sociais da escola.

As formas de desenvolvimento dos processos de ensino-aprendizagem e de avaliação foram planejadas para assegurar uma metodologia adequada às competências profissionais propostas no Plano de Curso.

Fontes de Consulta:

1. **BRASIL** Ministério da Educação. **Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos**. Brasília: MEC - 4ª Edição - 2020. Eixo Tecnológico: “Gestão e Negócios” (site: <http://pronatec.mec.gov.br/cnct/>)
2. **BRASIL** Ministério do Trabalho e do Emprego – Classificação Brasileira de Ocupações – CBO 2002 – Síntese das ocupações profissionais (site: <http://www.mtecbo.gov.br/>)

Títulos
1423 – GERENTES DE COMERCIALIZAÇÃO, MARKETING E COMUNICAÇÃO
1423-10 - Gerente de Comunicação
1423-15 - Gerente de Marketing
1423-20 - Gerente de Vendas

1423-25 - Relações Públicas

1423-30 - Analista de Negócios

1423-35 - Analista de Pesquisa de Mercado

1423-40 – Ouvidor

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

CAPÍTULO 2

REQUISITOS DE ACESSO

O ingresso no Curso **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** dar-se-á por meio de processo classificatório para alunos que tenham concluído a nona série do Ensino Fundamental II ou equivalente.

O processo classificatório será divulgado por edital público, com indicação dos requisitos, condições e sistemática do processo e número de vagas oferecidas.

As competências e habilidades exigidas serão aquelas previstas para o Ensino Fundamental II ou equivalente nas quatro áreas do conhecimento:

- Linguagens e suas Tecnologias;
- Matemática e suas Tecnologias;
- Ciências Humanas e Sociais Aplicadas;
- Ciências da Natureza e suas Tecnologias.

Por razões de ordem didática e/ou administrativa que possam ser justificadas, poderão ser utilizados procedimentos diversificados para ingresso, sendo os candidatos deles notificados por ocasião de suas inscrições.

O acesso às demais séries ocorrerão por avaliação de competências adquiridas no trabalho, por aproveitamento de estudos realizados ou por reclassificação.

CAPÍTULO 3

PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

3ª SÉRIE

ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING

O **TÉCNICO EM MARKETING** é o profissional que estuda o mercado alvo e o comportamento do consumidor e suas tendências; monitora os concorrentes, as ameaças e as oportunidades no segmento de atuação da organização. Desenvolve e alinha oferta de produtos e serviços da empresa às mudanças constantes, às necessidades e aos desejos do consumidor. Colabora com o desenvolvimento de novos produtos e serviços. Auxilia na construção de estratégias de diferenciação e posicionamento da marca baseadas em produtos, políticas de preços, distribuição e promoção, criando vantagem competitiva, valor aos consumidores e lucro para os acionistas.

Perfil empreendedor

É o profissional que apresenta um perfil empreendedor externo e, por atuar na área mercadológica, caracteriza-se por demonstrar interesse na abertura de novos negócios, além da organização e melhoria de processos comerciais. Analisa cenários, oportunidades de mercado, percebe tendências e explora novos nichos. Desenvolve planos de marketing, contemplando diretrizes estratégicas empresariais e aplica técnicas de captação de recursos para novos negócios.

MERCADO DE TRABALHO

- ❖ Empresas de consultoria e de forma autônoma.
- ❖ Organizações públicas, privadas, do terceiro setor.

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

- ❖ Demonstrar habilidade na resolução de conflitos.
- ❖ Comprometer-se com projetos e metas atribuídos.
- ❖ Contribuir para o alcance de objetivos organizacionais.
- ❖ Demonstrar capacidade de análise e tomada de decisão.
- ❖ Desenvolver relações interpessoais no ambiente de trabalho.

- ❖ Estar atento às novas tendências sociais, mercadológicas e tecnológicas.
- ❖ Demonstrar capacidade de propor soluções aos problemas existentes no âmbito organizacional.

Ao concluir o **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING**, o aluno deverá ter construído as seguintes competências gerais:

1ª SÉRIE

- Desenvolver pesquisas de marketing.
- Analisar dados de pesquisa de mercado.
- Analisar o processo de decisão de compra.
- Identificar ciclo de vida de produtos e serviços.
- Analisar ambientes de marketing e suas variáveis.
- Desenvolver critérios para segmentação de mercado.
- Identificar os fatores que influenciam o comportamento.
- Correlacionar aspectos fundamentais do Marketing com suas funções, práticas e princípios.
- Analisar os recursos para produção e desenvolvimento da comunicação da organização.
- Analisar o processo de evolução da comunicação e suas relações com o contexto organizacional.
- Analisar sistemas operacionais e programas de aplicação necessários à realização de atividades na área profissional.

2ª SÉRIE

- Identificar as teorias e princípios de vendas.
- Analisar os níveis de planejamento e suas características.
- Analisar tipos de ações promocionais para aplicação no PDV.
- Selecionar recursos de informática aplicáveis à criação de peças publicitárias.
- Analisar os contextos mercadológicos tendo em vista a prática empreendedora.
- Selecionar métodos eficientes para estimular as compras por impulso em um PDV.
- Analisar tipos de estratégias de marketing e suas implicações no mercado consumidor.

- Analisar as ações comportamentais no contexto das relações trabalhistas e de consumo.
- Distinguir estratégias de marketing B2B (*business to business*) e B2C (*business to consumer*).
- Analisar as etapas do processo de vendas e suas características nos setores da economia.
- Analisar a viabilidade mercadológica e social de novos modelos de negócios e oportunidades.
- Analisar a importância das ações de marketing e de merchandising no varejo e no marketing de serviços.
- Conceber elementos ou conjuntos de identidades visual gráfica, eletrônica, digital e audiovisual em diferentes formatos.
- Executar o planejamento, monitoramento e avaliação de projetos na estruturação de um negócio, identificando oportunidades.
- Analisar estratégias competitivas para o desenvolvimento de modelos de negócios, interpretando o processo de inovação, sua organização e gerenciamento.

3ª SÉRIE

- Interpretar estudos, relatórios e pesquisas econômicas.
- Analisar conceitos e decisões de marketing na distribuição.
- Elaborar plano de lealdade e relacionamento com o cliente.
- Implantar ações definidas no plano estratégico de marketing.
- Distinguir direitos e deveres das pessoas naturais e jurídicas.
- Analisar o posicionamento da imagem da marca no mercado.
- Analisar o processo de vendas em mercados eletrônicos e digitais.
- Produzir campanhas digitais para os diversos tipos de público alvo.
- Distinguir a comunicação institucional e a comunicação publicitária.
- Analisar o processo de pós-venda em relação à lealdade ao cliente.
- Aplicar estratégia de gestão de marketing nos canais de distribuição.
- Analisar resultados das ações estratégicas de marketing implantadas.
- Diagnosticar as ações e estratégias de gestão da imagem corporativa.
- Contextualizar fatos históricos e factuais sobre atividades econômicas.
- Distinguir as mídias digitais e suas aplicações na estratégia de comunicação.

- Analisar o impacto das finanças para o custeio das estratégias de marketing.
- Identificar a configuração e o sistema de distribuição dos canais de marketing.
- Identificar normas e legislações que regulamentam as atividades de marketing.
- Estruturar base de dados para gerenciamento do relacionamento com o cliente.
- Identificar ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social.
- Relacionar os sistemas de distribuição de mercadorias e os canais de marketing.
- Desenvolver ações de marketing de acordo com as metas estratégicas da organização.
- Identificar variáveis mercadológicas e financeiras que interferem na formação de preços.
- Analisar ferramentas de planejamento e controle financeiro voltadas para a área de marketing.
- Correlacionar os pontos essenciais de uma política econômica e sua aplicação no planejamento.
- Analisar os direitos e obrigações de fornecedores e consumidores conforme disposições da Lei.
- Interpretar o negócio jurídico e analisar os tipos de obrigações e contratos, compreendendo suas características.
- Propor soluções parametrizadas por viabilidade técnica e econômica aos problemas identificados no âmbito da área profissional.
- Analisar as diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) para a criação de campanhas e ações de marketing.

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

3ª SÉRIE

- ❖ Elaborar plano de mídia.
- ❖ Utilizar ferramentas de marketing digital.
- ❖ Realizar a formação de preço de vendas.
- ❖ Elaborar planos de fidelização de clientes.
- ❖ Efetuar orçamentos de campanha (*budget*).
- ❖ Operacionalizar etapas do plano de comunicação.
- ❖ Implementar ações que viabilizem o posicionamento da marca.
- ❖ Pesquisar tipos de mídias aplicáveis ao plano de comunicação.
- ❖ Elaborar relatórios sobre custos e formatos de mídias disponíveis.
- ❖ Criar campanhas de marketing digital alinhadas ao plano de comunicação.

- ❖ Atualizar sistemas de CRM para estabelecer relacionamento com clientes.
- ❖ Auxiliar na escolha de canais de distribuição aplicáveis ao modelo de negócio.
- ❖ Elaborar textos comerciais, conteúdo para blogs, sites, mídias sociais e roteiros para vídeos corporativos.
- ❖ Desenvolver peças de comunicação de produtos e serviços em atendimento a normas, regulamentos e legislação.
- ❖ Elaborar peças de comunicação institucional para marcas, associando-as a valores sociais, ambientais e culturais.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Organizar projetos.
- ❖ Analisar resultados.
- ❖ Planejar ações mais eficazes.
- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Elaborar comparativos de metas e resultados.
- ❖ Analisar métodos de execução mais econômicos.
- ❖ Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.
- ❖ Elaborar novas práticas para otimização de resultados.
- ❖ Mapear problemas e dificuldades nas etapas dos processos.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – GERENCIAR MÍDIAS DIGITAIS

- Impulsionar publicações e postagens relevantes.
- Realizar programação de postagem de conteúdo.
- Selecionar conteúdo relevante para compartilhamento e postagem.
- Postar conteúdo pertinente às estratégias de comunicação definidas pela organização.

B – AUXILIAR NO DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS

- Participar de reuniões de criação.
- Auxiliar na elaboração de cronograma de ações.
- Sugerir melhorias e aperfeiçoar campanhas em desenvolvimento.
- Auxiliar no desenvolvimento de campanhas e comunicação institucionais.

- Propor ações mercadológicas para o alcance de objetivos organizacionais.

C – ELABORAR PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

- Elaborar e/ou interpretar *briefing*.
- Selecionar mídias adequadas aos objetivos de comunicação.
- Auxiliar no planejamento e execução de ações de comunicação.
- Auxiliar no monitoramento e na aferição de resultados das ações de comunicação.

D – PESQUISAR MÍDIAS DISPONÍVEIS

- Realizar cotação de serviços de mídia e veiculação de anúncios.
- Pesquisar informações relativas ao alcance e público alvo de mídias disponíveis.

E – AVALIAR RESULTADOS DAS AÇÕES DE MARKETING DIGITAL

- Verificar níveis de engajamento e compartilhamento de postagens.
- Verificar indicadores relativos ao acesso de *sites*, *blogs* e redes sociais.
- Acompanhar variações de seguidores nos perfis oficiais da organização.

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

PERFIL PROFISSIONAL DA QUALIFICAÇÃO

1ª SÉRIE

Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING

O **AUXILIAR DE MARKETING** é o profissional que auxilia no processo de coleta de informação das variáveis mercadológicas, tais como coleta de dados primários e secundários e de comportamento de consumo, bem como subsidia o processo de produção e criação de materiais de comunicação em contato com fornecedores específicos de cada tipo de mídia desenvolvida.

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

- ❖ Realizar pesquisa de mercado.
- ❖ Interpretar resultados de pesquisas de mercado.
- ❖ Auxiliar no processo de produção e criação de materiais de comunicação.
- ❖ Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Explorar novos nichos ou tendências.
- ❖ Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.
- ❖ Identificar problemas e necessidades que geram demandas.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – UTILIZAR APLICATIVOS INFORMATIZADOS NAS ROTINAS DE MARKETING

- Elaborar planilhas de controle.
- Desenvolver apresentações de slides para reuniões e eventos.
- Redigir relatórios, cartas e documentos para comunicação interna e externa.

B – UTILIZAR FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

- Aplicar ferramentas de comunicação mercadológica relevantes.
- Identificar fornecedores e mídias adequadas à cada peça de comunicação desenvolvida.
- Utilizar ferramentas de comunicação de forma adequada aos contextos mercadológicos.

C – PESQUISAR CARACTERÍSTICAS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

- Interpretar dados de pesquisas de mercado.
- Desenvolver planejamento de pesquisa de mercado.
- Consolidar e tabular dados de pesquisas de mercado.
- Elaborar questões quantitativas e qualitativas para pesquisas de mercado.
- Coletar dados primários e secundários por meio da aplicação de pesquisas de mercado.

D – ELABORAR FERRAMENTAS DE MIX MARKETING

- Formar preço de produtos e serviços.
- Auxiliar no desenvolvimento de produtos e serviços.
- Divulgar produtos e serviços por meio da publicidade em mídias diversas.
- Aplicar estratégias de marketing nos pontos de venda de produtos e serviços.

E – REALIZAR MAPEAMENTO DE AMBIENTE DE MARKETING

- Mapear variáveis micro e macroambientais.
- Indicar influências externas nas estratégias de marketing.
- Sugerir melhorias em produtos e serviços com base em características do público alvo.

PERFIL PROFISSIONAL DA QUALIFICAÇÃO

2ª SÉRIE

Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING

O **ASSISTENTE DE MARKETING** é o profissional que auxilia na elaboração e execução do plano de marketing. Colabora com a criação de peças de comunicação publicitária e institucional. Avalia a viabilidade de modelos de negócio e propõe melhorias em produtos e serviços. Identifica proposta de valor e desenvolve conteúdo relevante para comunicação com os públicos de interesse. Aplica estratégias mercadológicas com foco em resultados e respeita preceitos éticos, legislação e convenções da área.

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

- ❖ Aplicar estratégias de marketing.
- ❖ Auxiliar no leiaute do ponto de venda.
- ❖ Criar identidade visual para organizações.
- ❖ Elaborar *briefing* com informações estratégicas.
- ❖ Aplicar novas formas de exposição de produtos.
- ❖ Auxiliar no desenvolvimento de modelos de negócios.
- ❖ Utilizar preceitos éticos como balizadores da tomada de decisão.
- ❖ Aplicar conceitos de *merchandising* para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.
- ❖ Elaborar peças de comunicação mercadológica e institucional por meio de *softwares* específicos.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Organizar projetos.
- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Estruturar modelos de negócios.
- ❖ Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.
- ❖ Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.
- ❖ Sugerir a criação de novos produtos, serviços ou processos.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – APLICAR TÉCNICAS E AÇÕES DE *MERCHANDISING*

- Realizar o controle de materiais de exposição de produtos.
- Selecionar intermediários para venda de produtos e serviços.
- Avaliar as condições de exposição de produtos no ponto de venda.
- Auxiliar no planejamento e organização de leiaute dos pontos de venda.
- Propor apresentação diferenciada para impulsionar vendas de produtos.
- Estabelecer contato com gerentes de estabelecimentos comerciais e vendedores.
- Participar da negociação de posição e localização de produtos no ponto de venda.

B – REALIZAR FORMAÇÃO DE PREÇO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- Formar preço de venda de produtos e serviços.
- Colaborar com a definição de políticas e estratégias de preço.
- Efetuar levantamento de custos e despesas relativos a produtos e serviços.

C – ELABORAR ORÇAMENTO DE CAMPANHA (*BUDGET*)

- Estruturar projeção de gastos de campanha.
- Acompanhar a destinação de verba de campanha.
- Realizar levantamento de recursos envolvidos nas campanhas.
- Efetuar cotação de serviços relativos ao desenvolvimento de campanhas.

D – ELABORAR MATRIZ DE MODELOS DE NEGÓCIOS

- Auxiliar na análise de viabilidade de negócio.
- Elaborar matrizes para planejamento de modelos de negócios.
- Realizar análise de cenário mercadológico e empreendedor.
- Auxiliar no controle e acompanhamento da elaboração de modelos de negócio.

CAPÍTULO 4

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

4.1. Estrutura Seriada

O currículo do **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DO TÉCNICO EM MARKETING** foi organizado dando atendimento ao que determinam as legislações: Lei nº 9.394, de 20-12-1996; Lei nº 13.415, de 16-2-2017; Resolução CNE/CEB nº 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CP 1/2021, de 05-1-2021; Resolução CNE/CEB nº 4, de 13-7-2010; Resolução SE nº 78, de 7-11-2008; Decreto nº 5154, de 23-7-2004; Decreto nº 8.268, de 18-6-2014, assim como as competências profissionais identificadas pelo Ceeteps, com a participação da comunidade escolar e de representantes do mundo do trabalho.

A organização curricular do **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** está de acordo com o Eixo Tecnológico “Gestão e Negócios” e estruturada em séries articuladas, com terminalidade correspondente à qualificação profissional de nível técnico identificada no mercado de trabalho.

Com a integração do Ensino Médio e Técnico, o currículo do **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING**, estruturado na forma de oferecimento Integrada ao Ensino Médio é constituído por:

- Componentes curriculares da Formação Geral (Ensino Médio);
- Componentes curriculares da Formação Técnica e Profissional (Ensino Técnico).

As funções e as competências referentes aos componentes curriculares da Formação Geral (Base Nacional Comum Curricular) são direcionadas para:

- inclusão de cidadania participativa;
- formação de identidade pessoal e social;
- fruição das artes, da literatura, da ciência e das tecnologias;
- desenvolvimento do aluno em seus aspectos físico, intelectual, emocional e moral;
- incorporação dos bens do patrimônio cultural da humanidade em seu acervo cultural pessoal;
- preparo para escolher uma profissão e atuar de maneira produtiva e solidária junto à sociedade.

O currículo da Base Nacional Comum Curricular do Ensino Médio foi organizado visando ao desenvolvimento de competências e de habilidades de cada componente curricular (disciplina) em suas áreas de conhecimento.

Os conhecimentos de cada uma das áreas em seus componentes curriculares deverão priorizar o desenvolvimento das competências e das habilidades profissionais, bem como valores e atitudes pertinentes à formação cidadã e profissional.

Para tanto, foram selecionados temas abrangentes que dialogam com várias estratégias de organização curricular, acrescidos de orientações e observações com a finalidade de possibilitar aos educadores uma abordagem interdisciplinar e significativa das áreas de conhecimento, bem como das especificidades técnicas da Habilitação Profissional.

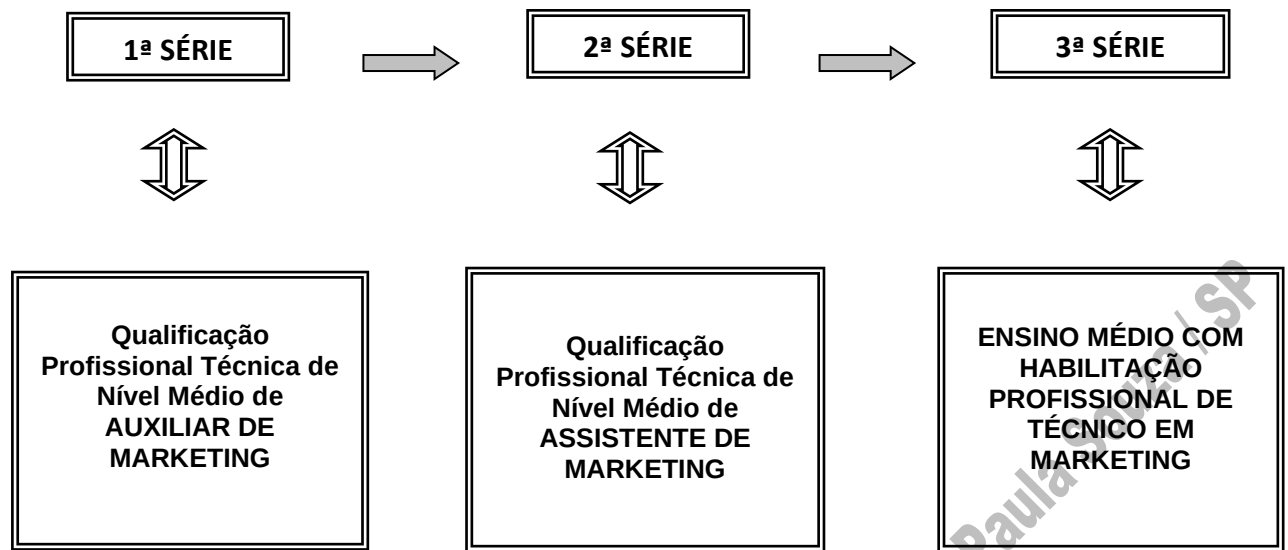
4.2. Itinerário Formativo

O **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** é composto por três séries anuais articuladas, com terminalidade correspondente à ocupação (ou conjunto de cargos/ocupações) identificada no mercado de trabalho.

O aluno que cursar a 1ª SÉRIE concluirá a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**.

O aluno que cursar a 2ª SÉRIE concluirá a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**.

Ao completar as três séries, com aproveitamento em todos os componentes curriculares, o aluno receberá o Diploma de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** que lhe dará o direito de exercer a profissão de Técnico (Habilitação Profissional) e o prosseguimento de estudos (Ensino Médio) em nível de Educação Superior.



Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza/SP

4.3. Matriz Curricular

a) Sem Espanhol

MATRIZ CURRICULAR – ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL							
Eixo Tecnológico		GESTÃO E NEGÓCIOS					
Habilitação Profissional		TÉCNICO EM MARKETING (Diurno – Manhã/Tarde)				Plano de Curso	368
Lei nº 9.394, de 20-12-1996; Lei nº 13.415, de 16-2-2017; Resolução CNE/CEB nº 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CP 1/2021, de 05-1-2021; Resolução CNE/CEB nº 4, de 13-7-2010; Resolução SE nº 78, de 7-11-2008; Decreto nº 5154, de 23-7-2004; Decreto nº 8.268, de 18-6-2014. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 1573, de 7-12-2018, publicada no Diário Oficial de 8-12-2018 – Poder Executivo – Seção I – página 72.							
Base Nacional Comum Curricular	Componentes Curriculares		Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
			1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional		120	120	120	360	300
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional		80	80	80	240	200
	Matemática		120	120	120	360	300
	Arte		80	-	-	80	67
	Biologia		80	80	-	160	133
	Educação Física		80	80	-	160	133
	Física		80	80	-	160	133
	Geografia		80	80	-	160	133
	História		80	80	-	160	133
	Química		80	80	-	160	133
	Filosofia		-	40	-	40	33
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol		-	-	*	*	*
	Sociologia		-	-	40	40	33
Total da Base Nacional Comum Curricular			880	840	360	2080	1733
Formação Técnica e Profissional	Aplicativos Informatizados		80	-	-	80	67
	Introdução ao Marketing e Comunicação Integrada		80	-	-	80	67
	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor		80	-	-	80	67
	Projeto Integrador I e II		80	80	-	160	133
	Estratégias de Marketing e Modelos de Negócios		-	80	-	80	67
	Ética e Cidadania Organizacional		-	40	-	40	33
	Informática Aplicada ao Marketing		-	80	-	80	67
	Promoção de Vendas e Merchandising		-	80	-	80	67
	Administração Financeira Aplicada ao Marketing		-	-	80	80	67
	Canais de Distribuição		-	-	80	80	67
	Legislação de Mercado		-	-	80	80	67
	Marketing de Relacionamento		-	-	80	80	67
	Marketing Digital e E-Commerce		-	-	80	80	67
	Marketing Institucional		-	-	80	80	67
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing		-	-	120	120	100
	Plano de Marketing		-	-	80	80	67
Total da Formação Técnica e Profissional			320	360	680	1360	1133
TOTAL GERAL DO CURSO			1200	1200	1040	3440	2866
Aulas semanais			30	30	26	-	-
Componentes curriculares da Formação Técnica e Profissional com aulas integralmente práticas (100% da carga horária prática – em laboratório)		1ª Série	Aplicativos Informatizados; Projeto Integrador I.				
		2ª Série	Informática Aplicada ao Marketing; Projeto Integrador II.				
		3ª Série	Marketing Digital e E-Commerce; Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing (divisão de classes em turmas); Plano de Marketing.				
Certificados e Diploma		1ª Série	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING				
		1ª + 2ª Séries	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING				
		1ª + 2ª + 3ª Séries	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING				
Observação	* – Os conhecimentos da “Língua Estrangeira Moderna – Espanhol” serão desenvolvidos por meio de Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. Horas-aula de 50 minutos (a carga horária não contempla o intervalo).						

b) Com Espanhol

MATRIZ CURRICULAR – ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL							
Eixo Tecnológico		GESTÃO E NEGÓCIOS					
Habilitação Profissional		TÉCNICO EM MARKETING (Diurno – Manhã/Tarde)				Plano de Curso	368
Lei nº 9.394, de 20-12-1996; Lei nº 13.415, de 16-2-2017; Resolução CNE/CEB nº 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CP 1/2021, de 05-1-2021; Resolução CNE/CEB nº 4, de 13-7-2010; Resolução SE nº 78, de 7-11-2008; Decreto nº 5154, de 23-7-2004; Decreto nº 8.268, de 18-6-2014. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 1573, de 7-12-2018, publicada no Diário Oficial de 8-12-2018 – Poder Executivo – Seção I – página 72.							
Base Nacional Comum Curricular	Componentes Curriculares		Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
			1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional		120	120	120	360	300
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional		80	80	80	240	200
	Matemática		120	120	120	360	300
	Arte		80	-	-	80	67
	Biologia		80	80	-	160	133
	Educação Física		80	80	-	160	133
	Física		80	80	-	160	133
	Geografia		80	80	-	160	133
	História		80	80	-	160	133
	Química		80	80	-	160	133
	Filosofia		-	40	-	40	33
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol		-	-	80	80	67
	Sociologia		-	-	40	40	33
Total da Base Nacional Comum Curricular			880	840	440	2160	1800
Formação Técnica e Profissional	Aplicativos Informatizados		80	-	-	80	67
	Introdução ao Marketing e Comunicação Integrada		80	-	-	80	67
	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor		80	-	-	80	67
	Projeto Integrador I e II		80	80	-	160	133
	Estratégias de Marketing e Modelos de Negócios		-	80	-	80	67
	Ética e Cidadania Organizacional		-	40	-	40	33
	Informática Aplicada ao Marketing		-	80	-	80	67
	Promoção de Vendas e Merchandising		-	80	-	80	67
	Administração Financeira Aplicada ao Marketing		-	-	80	80	67
	Canais de Distribuição		-	-	80	80	67
	Legislação de Mercado		-	-	80	80	67
	Marketing de Relacionamento		-	-	80	80	67
	Marketing Digital e E-Commerce		-	-	80	80	67
	Marketing Institucional		-	-	80	80	67
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing		-	-	120	120	100
Plano de Marketing		-	-	80	80	67	
Total da Formação Técnica e Profissional			320	360	680	1360	1133
TOTAL GERAL DO CURSO			1200	1200	1120	3520	2933
Aulas semanais			30	30	28	-	-
Componentes curriculares da Formação Técnica e Profissional com aulas integralmente práticas (100% da carga horária prática – em laboratório)		1ª Série	Aplicativos Informatizados; Projeto Integrador I.				
		2ª Série	Informática Aplicada ao Marketing; Projeto Integrador II.				
		3ª Série	Marketing Digital e E-Commerce; Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing (divisão de classes em turmas); Plano de Marketing.				
Certificados e Diploma		1ª Série	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING				
		1ª + 2ª Séries	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING				
		1ª + 2ª + 3ª Séries	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING				
Observação	Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. Horas-aula de 50 minutos (a carga horária não contempla o intervalo).						

4.4. Formação Profissional

1ª SÉRIE – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING

I.1 LÍNGUA PORTUGUESA, LITERATURA E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua portuguesa, utilizando a terminologia técnico-científica da área, com autonomia, clareza e precisão.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competência	Habilidades
1. Analisar a língua portuguesa enquanto língua materna, geradora de significado e integradora da organização do mundo e da própria identidade.	1.1 Utilizar a linguagem como meio de interação social nas situações comunicativas e de acordo com os seus múltiplos objetivos. 1.2 Identificar e selecionar estilos e formas de expressar-se, na modalidade oral ou escrita, adequados aos contextos sociocomunicativos. 1.3 Utilizar o discurso literário como instrumento de interpretação e intervenção no imaginário coletivo. 1.4 Utilizar terminologia e vocabulário específicos a cada situação. 1.5 Elaborar textos relacionados aos principais gêneros discursivos que circulam nas esferas acadêmicas e sociais.
Orientações	
É necessário que sejam trabalhados variados gêneros orais e escritos, em suas diferentes tipologias, nas modalidades aqui apontadas (oralidade, leitura, produção), entretanto é fundamental que se explorem aqueles voltados à especificidade desta habilitação. Alguns deles estão elencados no item Conhecimentos/Temas.	
Conhecimentos/Temas	
Oralidade - Níveis de linguagem oral aplicados a situações formais e informais; - Elementos da oralidade: ✓ planejamento; intencionalidade do locutor; escuta; regras de comportamento social. - Gêneros da oralidade: ✓ seminário, sarau literário, peças de teatro, contação de histórias de tradição oral, aula expositiva, entrevista, atendimento ao público, entre outros. Leitura e Análise textual - Aspectos fundamentais: ✓ pistas do texto; conhecimento prévio; marcas linguísticas; operadores argumentativos; seleção lexical; recursos gráficos.	

- Etapas da leitura:
 - ✓ decodificar; contextualizar; interpretar; apreender.
- Gêneros textuais da leitura:
 - ✓ romance, poema, anúncio publicitário, contrato social, ata, contrato de trabalho, anúncio de jornal, guia de recolhimento, entre outros.

Tipologias textuais e seus aspectos estruturais e gramaticais

- Sequência textual dialogal;
- Sequência textual narrativa;
- Sequência textual descritiva.

Movimentos literários e seus contextos históricos e sociais

- O texto como representação do imaginário coletivo;
- A linguagem como construção do patrimônio cultural linguístico.

Elaboração e apresentação de texto

- Aspectos estruturais:
 - ✓ contexto comunicativo, intencionalidade, circulação, escolha lexical, organização do gênero, publicação, níveis de formalidade, papel social do produtor, noções das normas da ABNT, entre outros.
- Gêneros a serem produzidos:
 - ✓ redação escolar, comunicação nas redes sociais, redação de propostas comerciais, ata, cronograma de trabalho, memorando, entre outros.

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica

- Estrutura morfosintática e semântica do vocabulário técnico;
- Significados dos termos técnicos.

Carga horária (horas-aula): 120

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

I.2 LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – INGLÊS E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua estrangeira – inglês, utilizando o vocabulário e a terminologia técnico-científica da área.	
Valores e Atitudes	
Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Respeitar as manifestações culturais de outros povos. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competência	Habilidades
1. Construir, por meio do estudo da língua inglesa, um conjunto de conhecimentos que possibilitem o acesso à diversidade linguística e cultural em contextos sociais e profissionais.	1.1 Identificar as características da cultura do idioma como meio de ampliar as possibilidades de acesso a informações, tecnologias e culturas. 1.2 Identificar e utilizar terminologia e vocabulário específicos do contexto comunicativo (contexto social e contexto profissional). 1.3 Utilizar dicionários de línguas, especializados em áreas de conhecimento e/ou profissionais.
Conhecimentos/Temas	
Leitura e escrita • Identificação do objetivo que se tem com a leitura em questão; • Observação do título e do formato do texto (figuras, ilustrações, subtítulo, entre outros); • Promoção de tempestade de ideias; • Conhecimento prévio sobre o tema; • Reconhecimento da ideia que está sendo desenvolvida no texto; • Observação de palavras-chave e informações específicas; • Observação de imagens, números e símbolos universais; • Indicação de palavras semelhantes; • Identificação de frases-chave; • Indicação de abreviações e palavras escondidas; • Identificação do gênero textual; • Observação de expressões que indicam os exemplos apresentados; • Apresentação de introduções formais e informais para a elaboração de texto. Compreensão auditiva e oralidade • Conhecimento prévio sobre o tema para favorecer o estabelecimento de hipóteses sobre o que será ouvido; • Atenção às informações que se deseja extrair do texto; • Identificação de características da linguagem falada para o exercício “speaking”; • Observação de conceitos gramaticais necessários para a organização da linguagem formal/informal. Contextos situacionais • Apresentações formais e informais; • Recepção de pessoas em ambientes diversos; • Roteiro de atendimento padronizado; • Situações cotidianas.	

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica

- Dicionários bilíngues, vocabulários, glossários de termos técnicos;
- Significados de termos técnicos, sinônimos, antônimos, siglas, abreviações e acrônimos.

Carga horária (horas-aula): 80

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

I.3 MATEMÁTICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar as ferramentas matemáticas na elaboração de planilhas e controle de atividades.	
Valores e Atitudes	
Socializar os saberes. Incentivar o diálogo e a interlocução. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Interpretar, na forma oral e escrita, símbolos, códigos, nomenclaturas, instrumentos de medição e de cálculo para representar dados, fazer estimativas e elaborar hipóteses. 2. Avaliar o caráter ético do conhecimento matemático e aplicá-lo em situações reais.	1.1 Identificar e fazer uso de instrumentos apropriados para efetuar medidas e cálculos. 1.2 Construir escalas, expressões matemáticas, fórmulas, diagramas, tabelas, gráficos, entre outros. 1.3 Identificar erros ou imprecisões nos dados obtidos na solução de uma dada situação-problema. 1.4 Selecionar e utilizar a representação simbólica da matemática para a construção de conhecimentos voltados a contextos diversos. 2.1 Utilizar ferramentas matemáticas para analisar situações do entorno. 2.2 Aplicar o conhecimento matemático para resolver situações-problema. 2.3 Selecionar o conhecimento matemático e aplicá-lo em áreas distintas considerando a responsabilidade social na divulgação de dados e resultados.
Conhecimentos/Temas	
Números e Álgebra - Noções de Lógica; - Conjuntos Numéricos; - Variação de Grandeza ✓ Funções: - Função afim; - Função quadrática; - Função modular. Geometria e medidas - Geometria plana. Análise de dados - Estatística.	
Carga horária (horas-aula): 120	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o *site*: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

I.4 ARTE	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre a influência das novas tecnologias nas produções artísticas e culturais.	
Valores e Atitudes	
Desenvolver a criticidade. Respeitar as manifestações culturais de outros povos. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar aspectos das produções de distintas culturas e épocas e suas relações com as tecnologias. 2. Analisar produções artísticas, considerando relações de gênero, etnia, origem social e/ou geográfica, geracional/etária, ideológica, dentre outras.	1.1 Identificar práticas e teorias das linguagens artísticas e seus sistemas de representação. 1.2 Identificar diferentes linguagens na produção de arte, produtos e objetos. 1.3 Distinguir estilos de diferentes épocas e contextos. 1.4 Utilizar recursos expressivos e elementos básicos de linguagens na produção de trabalhos de arte em diferentes meios e tecnologias. 2.1 Identificar implicações sociais e culturais ligadas ao acesso aos bens artísticos em diversos contextos. 2.2 Comunicar-se por intermédio das linguagens artísticas. 2.3 Utilizar as linguagens como forma de expressão artística. 2.4 Utilizar experiências pessoais, quando necessário, no desenvolvimento de trabalhos relacionados a produções artísticas e culturais.
Orientações	
Os temas abordados têm como objetivo abranger as diferentes linguagens da arte, cabendo ao professor fazer suas escolhas em consonância com a especificidade de sua formação.	
Recomenda-se que o professor desenvolva os temas por meio de projetos com abrangência mínima de um bimestre de acordo com as características da habilitação profissional e Plano Político Pedagógico de cada unidade.	
É importante que sejam trabalhados conhecimentos relacionados à comunicação visual e ao desenvolvimento de produtos com relação à estética/ <i>design</i> , a fim de que auxiliem na compreensão dos componentes técnicos.	
Conhecimentos/Temas	
Aspectos contextuais e históricos das linguagens visual, sonora e corporal • Arte como elemento de representação, expressão e comunicação; • Leitura e apreciação de produtos artístico-culturais; • Contextos filosóficos e sociais das produções culturais e artísticas. Elementos expressivos, processos de produção e produtores dos objetos artísticos e culturais nas diferentes linguagens da arte • Aspectos formais;	

- Processos produtivos;
- Produtores e contextos de produção.

Aspectos da Cultura e da Produção de bens artístico-culturais

- Diferentes concepções de Cultura:
 - ✓ erudita;
 - ✓ popular;
 - ✓ de massa;
 - ✓ espontânea.
- Conceito de patrimônio (artístico, histórico, cultural, material e imaterial), multiculturalidade e alteridade nas produções artísticas e culturais;
- Formação cultural e artística brasileira:
 - ✓ influência portuguesa;
 - ✓ influência africana;
 - ✓ influência indígena;
 - ✓ influência imigrante.

Arte e cotidiano

- Influências das novas tecnologias e desdobramentos na Arte e na Cultura;
- Relações entre gênero, ética, consumo, política e ideologias nas produções artísticas e culturais;
- Imagens, corpo e espaço nas produções artísticas e culturais.

Carga horária (horas-aula): 80

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

I.5 BIOLOGIA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre as interações e transformações biológicas na natureza dos processos de produção e nas tecnologias.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.	
Competências	Habilidades
1. Analisar as interações entre organismos e ambientes relacionando conhecimentos científicos, aspectos culturais e características individuais.	1.1 Distinguir códigos e nomenclaturas científicas em fenômenos e processos biológicos. 1.2 Interpretar imagens, esquemas, desenhos, tabelas e gráficos em processos biológicos e/ou fenômenos. 1.3 Observar fenômenos biológicos em experimentos do meio. 1.4 Identificar as interações e as transformações biológicas nos diferentes processos. 1.5 Distinguir aspectos relevantes do conhecimento biológico do ser humano em relação ao meio ambiente.
Conhecimentos/Temas	
Seres vivos e suas interações • Seres vivos e o meio; • Biomas; • Fluxo de materiais e energia na natureza; • Classificação dos organismos. Saúde ambiental e humana • Qualidade de vida e saúde.	
Carga horária (horas-aula): 80	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php	

I.6 EDUCAÇÃO FÍSICA	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar técnicas e prática da atividade física para adoção e valorização da cultura corporal.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Incentivar ações que promovam a cooperação. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.	
Competências	Habilidades
1. Analisar práticas corporais e alterações orgânicas durante as atividades.	1.1 Executar movimentos próprios da atividade física. 1.2 Identificar aspectos fundamentais para a execução das práticas sistematizadas. 1.3 Registrar alterações fisiológicas durante a prática de exercícios. 1.4 Identificar os mecanismos fisiológicos ocorridos durante as atividades físicas. 1.5 Realizar práticas corporais.
2. Analisar as diferentes manifestações da cultura corporal e suas linguagens como meio de interação social.	2.1 Ampliar as capacidades motoras. 2.2 Identificar determinados gestos nas atividades esportivas. 2.3 Identificar atividades corporais de culturas distintas. 2.4 Pesquisar os elementos da cultura corporal.
3. Analisar aspectos do desenvolvimento individual e coletivo na convivência e nas práticas corporais.	3.1 Aplicar os procedimentos voltados à prática de atividades físicas de forma segura. 3.2 Participar do desenvolvimento de tarefas coletivas, contribuindo de maneira solidária e inclusiva. 3.3 Participar de práticas corporais coletivas respeitando os princípios convencionados.
4. Adotar postura democrática nas atividades corporais coletivas.	4.1 Participar de atividades coletivas, exercendo diferentes papéis, considerando as potencialidades e as diferenças individuais. 4.2 Demonstrar atitudes de respeito e cooperação para solucionar conflitos no contexto das práticas corporais. 4.3 Discutir e adaptar regras, utilizando critérios éticos para a escolha, organização e funcionamento de equipes.
Orientações	
Há um Rol de Práticas Corporais que se manifestam em diferentes elementos da cultura corporal do movimento. O educador deve optar por aquelas que mais condizem com o trabalho que precisa ser desenvolvido, considerando as condições locais da Unidade de Ensino e os recursos dos quais dispõe.	
É importante que, ao longo do curso, o professor trabalhe com todos os elementos da cultura corporal em duas ou mais modalidades diversificadas.	

Conhecimentos/Temas
Corpo em movimento: percepção • Repertório de movimentos nas práticas corporais; • Alterações fisiológicas do corpo em movimento. Cultura corporal, corpo plural e identidade • Pluralidade das práticas corporais; • Diversos contextos de práticas corporais; • Funções sociais das atividades; • Papel das vivências e experiências; • Atividades corporais como apreciação estética; • Linguagem corporal. Práticas corporais e convivência: princípios e valores, relações éticas e democráticas • Cultura da paz; • Inclusão; • Solidariedade; • Segurança; • Respeito a si e ao outro; • Construção de regra; • Cooperação e os diferentes papéis em equipe; • Resolução de conflitos.
Carga horária (horas-aula): 80
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php

I.7 FÍSICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar as interações e transformações físicas na natureza dos processos de produção e nas tecnologias.	
Valores e Atitudes	
Desenvolver a criticidade. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar os fenômenos naturais e/ou situações-problema das diferentes áreas utilizando o conhecimento da Física.	1.1 Identificar os símbolos e códigos da linguagem científica próprios da Física para a resolução de situações-problema. 1.2 Interpretar os dados obtidos em experimentos físicos e tecnológicos com diferentes formas de representação. 1.3 Utilizar as leis da Física que expressam mudanças e/ou registram continuidades/permanências nos eventos físicos e tecnológicos. 1.4 Registrar as interações e as transformações físicas na natureza dos fenômenos e das tecnologias.
Conhecimentos/Temas	
Movimento • Princípios e leis; • Classificação; • A relação do movimento e tecnologia do cotidiano; • Terra, Universo e Vida. Energia • Tipologias; • Geração e transformações; • A energia no desenvolvimento social e tecnológico.	
Carga horária (horas-aula): 80	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php	

I.8 GEOGRAFIA	
Função: Contextualização sociocultural	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre as transformações técnicas e tecnológicas e seus impactos nos processos de produção espacial.	
Valores e Atitudes	
Socializar os saberes. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	Habilidades
1. Analisar aspectos do desenvolvimento da sociedade e as relações da vida humana com o espaço geográfico.	1.1 Identificar elementos e processos culturais que representam mudanças ou registram continuidade/permanência na relação do homem com o espaço. 1.2 Identificar fatores que caracterizam a ocupação dos espaços físicos, considerando a condição social e a qualidade de vida de seus ocupantes.
2. Desenvolver a capacidade leitora, atribuindo sentido à leitura da paisagem.	2.1 Caracterizar a paisagem, observando sinais de sua formação/transformação por meio da ação de agentes sociais. 2.2 Identificar diferentes representações gráficas e cartográficas dos espaços geográficos. 2.3 Elaborar representações simplificadas utilizando escalas, legendas, tabelas, gráficos, plantas, mapas e esquemas.
3. Correlacionar mudanças ocorridas no espaço ao impacto de transformações naturais, sociais, econômicas, políticas e culturais.	3.1 Caracterizar objetos de estudo da geografia e relacioná-los ao impacto de novas tecnologias. 3.2 Caracterizar fatos e grupos sociais em suas dimensões geográficas. 3.3 Utilizar ferramentas de representação gráfica e cartográfica para analisar e organizar elementos estruturantes da paisagem. 3.4 Expressar quantitativa e qualitativamente dados relacionados a contextos ambientais e socioeconômicos.
Orientações	
É necessário que sejam trabalhados conhecimentos relacionados aos setores produtivos, dados socioeconômicos e regionalidades culturais, a fim de que esses saberes auxiliem na melhor compreensão dos componentes curriculares técnicos.	
Conhecimentos/Temas	
Dinâmica do espaço geográfico e seus desdobramentos sociais, políticos e culturais • Características geográficas nos diferentes domínios naturais; • Tratamento cartográfico de fatos, situações, fenômenos e lugares representativos.	
Carga horária (horas-aula): 80	

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

I.9 HISTÓRIA	
Função: Contextualização Sociocultural	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre a influência das tecnologias nos processos sociais e de produção.	
Valores e Atitudes	
Estimular o senso de pertencimento. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Respeitar as manifestações culturais de outros povos.	
Competências	Habilidades
1. Analisar o patrimônio histórico e tecnológico como processo de pesquisa das memórias nas organizações humanas. 2. Comparar criticamente a influência das tecnologias atuais e/ou de outros tempos nos processos sociais.	1.1 Identificar os processos sociais que orientam a dinâmica dos diferentes grupos de indivíduos. 1.2 Caracterizar lugares de memória socialmente instituídos. 1.3 Situar os momentos históricos e seus processos de construção da memória social. 1.4 Identificar aspectos significativos nas produções de cultura do patrimônio nacional e estrangeiro. 2.1 Identificar as características nas transformações técnicas e tecnológicas. 2.2 Caracterizar impactos das técnicas e tecnologias nos processos de produção. 2.3 Identificar relações entre diferentes sociedades conforme o desenvolvimento científico e tecnológico. 2.4 Pesquisar registros das técnicas e tecnologias nos processos sociais. 2.5 Identificar modificações impostas pelas novas tecnologias à vida social e ao mundo do trabalho.
Orientações	
É necessário que sejam trabalhados conhecimentos relacionados à importância da Revolução Industrial enquanto marco das novas relações de trabalho, a fim de que esses saberes auxiliem na melhor compreensão dos componentes curriculares técnicos.	
Conhecimentos/Temas	
Patrimônio histórico e tecnológico como processo de pesquisa das memórias nas organizações humanas • Patrimônios tangível e intangível como registros documentais na formação da historicidade social; • Diversidade patrimonial, étnico-cultural e artística em processos históricos e seus fenômenos sociais.	
Carga horária (horas-aula): 80	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php	

I.10 QUÍMICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar as interações e transformações químicas na natureza dos processos de produção e nas tecnologias.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.	
Competência	Habilidades
1. Analisar os fenômenos naturais e/ou situações-problema das diferentes áreas utilizando o conhecimento da Química.	1.1 Identificar os dados obtidos em experimentos químicos e tecnológicos com diferentes formas de representação. 1.2 Utilizar formas e instrumentos de medidas para estabelecer comparações quantitativas e qualitativas. 1.3 Identificar os fenômenos envolvendo as interações e as transformações físico-químicas. 1.4 Elaborar sentenças ou esquemas para a resolução de situações-problema.
Conhecimentos/Temas	
Introdução à Química Geral • Propriedades e simbologia; • Constituição e transformações. Substâncias e misturas • Constituição e organização; • Comportamento químico: ✓ Acidez e basicidade; ✓ Sais e óxidos. Comparações quantitativas e qualitativas em relação às grandezas químicas	
Carga horária (horas-aula): 80	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php	

I.11 INTRODUÇÃO AO MARKETING E COMUNICAÇÃO INTEGRADA	
Função: Planejamento de ações mercadológicas	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Auxiliar no processo de produção e criação de materiais de comunicação. Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações.	
Atribuições Empreendedoras	
Reconhecer cenários vigentes. Explorar novos nichos ou tendências. Identificar problemas e necessidades que geram demandas.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Desenvolver a criticidade. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Correlacionar aspectos fundamentais do Marketing com suas funções, práticas e princípios.	1.1 Identificar o Mix de Marketing em organizações de diversos segmentos. 1.2 Pesquisar como as empresas realizam as ações de marketing. 1.3 Identificar as funções de marketing no desenvolvimento das ações organizacionais.
2. Analisar ambientes de marketing e suas variáveis.	2.1 Identificar ambiente interno e suas variáveis controláveis e incontroláveis. 2.2 Identificar ambiente externo e suas variáveis controláveis e incontroláveis. 2.3 Definir ações de marketing, considerando a análise de ambientes interno e externo.
3. Desenvolver critérios para segmentação de mercado.	3.1 Identificar os níveis e critérios de segmentação de mercado. 3.2 Executar pesquisa para identificação de potencial de viabilidade de mercado.
4. Identificar ciclo de vida de produtos e serviços.	4.1 Caracterizar as etapas de ciclo de vida de produtos e serviços. 4.2 Classificar o estágio de ciclo de vida de produtos e serviços, considerando a demanda de mercado. 4.3 Monitorar o desempenho dos produtos e serviços no mercado de atuação.
5. Analisar o processo de evolução da comunicação e suas relações com o contexto organizacional.	5.1 Caracterizar o processo evolutivo da comunicação. 5.2 Utilizar conceitos estéticos e visuais no desenvolvimento da comunicação organizacional. 5.3 Pesquisar as diversas ferramentas de comunicação para estruturar ações de mercado. 5.4 Utilizar as ferramentas da comunicação correspondentes ao público de interesse.

6. Analisar os recursos para produção e desenvolvimento da comunicação da organização.	5.5 Elaborar material de comunicação da organização. 6.1 Identificar a mídia apropriada à estratégia de comunicação organizacional. 6.2 Selecionar fornecedores para o desenvolvimento do <i>briefing</i> para a campanha de comunicação. 6.3 Acompanhar o processo de produção de peças de comunicação.
Orientações	
Para o desenvolvimento das atribuições empreendedoras, sugere-se estudo de casos de empresas que utilizaram o planejamento de marketing para consolidação no mercado.	
Bases Tecnológicas	
Conceito de Marketing Mix de Marketing • Produto; • Preço; • Praça; • Promoção. Ambientes de Marketing • Variáveis controláveis e incontroláveis; • Microambiente; • Macroambiente: ✓ demográfico; ✓ econômico; ✓ sociocultural; ✓ natural; ✓ tecnológico; ✓ político-legal. Conceitos de oferta e demanda Tipos de demanda • Demanda inexistente; • Demanda latente; • Demanda declinante; • Demanda irregular; • Demanda plena; • Demanda excessiva; • Demanda indesejada. Segmentação de mercado • Conceito e importância; • Níveis de segmentação de mercado: ✓ mercado; ✓ segmento; ✓ nicho; ✓ customização.	

• Critérios de segmentação de mercados:

- ✓ geográfica;
- ✓ demográfica;
- ✓ psicográfica;
- ✓ comportamental.

Ciclo de vida do produto

- Introdução;
- Crescimento;
- Maturidade;
- Declínio.

Teoria da comunicação:

- Conceito de comunicação;
- Evolução do processo e meios de comunicação.

Estética, identidade visual e *design*

- Signos e símbolos gráficos;
- Marcas;
- Logotipos e logomarcas;
- Tipologia;
- Utilização das cores;
- Embalagens e rótulos;
- Manual de identidade visual.

Ferramentas de comunicação – Mercadológicas e de *Endomarketing*

- Mercadológicas:
 - ✓ *telemarketing*;
 - ✓ mala direta;
 - ✓ publicidade;
 - ✓ propaganda;
 - ✓ relações públicas;
 - ✓ assessoria de imprensa;
 - ✓ *merchandising*;
 - ✓ promoção de vendas;
 - ✓ eventos
- *Endomarketing*:
 - ✓ comunicação interna:
 - *newsletter*, *e-mail marketing*, murais, jornais internos, caixa de sugestões.
 - ✓ treinamentos e palestras;
 - ✓ ações motivacionais;

Mídias de Comunicação

Carga horária (horas-aula)

Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
----------------	----	---------------------------------	----	--------------	----------------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o *site*: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

I.12 PESQUISA DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
Função: Planejamento e execução de pesquisas de mercado	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Realizar pesquisa de mercado. Interpretar resultados de pesquisas de mercado.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Desenvolver pesquisas de marketing.	1.1 Identificar tipo de pesquisa mais adequado ao problema e objetivo da empresa. 1.2 Selecionar métodos de pesquisa adequados aos objetivos da organização. 1.3 Elaborar modelos de pesquisa de marketing. 1.4 Definir amostra de pesquisa. 1.5 Selecionar recursos diversos para aplicação da pesquisa. 1.6 Executar pesquisa de mercado.
2. Analisar dados de pesquisa de mercado.	2.1 Tabular dados coletados em pesquisas de mercado. 2.2 Elaborar gráficos, tabelas e infográficos para apresentar resultados das pesquisas.
3. Identificar os fatores que influenciam o comportamento.	3.1 Utilizar a Teoria de <i>Maslow</i> para compreender o comportamento do consumidor. 3.2 Pesquisar fatores comportamentais e as influências no consumo. 3.3 Diferenciar desejos de necessidades de consumo. 3.4 Caracterizar comportamentos de consumo.
4. Analisar o processo de decisão de compra.	4.1 Identificar as etapas do processo de decisão de compra. 4.2 Acompanhar o grau de envolvimento do consumidor no processo de compra.
Bases Tecnológicas	
Pesquisa de mercado • Conceito, importância e aplicação; • Definição dos objetivos da pesquisa de marketing. Tipos de pesquisas • Quantitativa; • Qualitativa. Tipos de questões • Fechadas;	

- Abertas.

Métodos de coleta de dados

- Dados primários;
- Dados secundários.

Universo, população e amostra

- Seleção de amostra;
- Grau de confiança;
- Margem de erro;
- Tabela *Split*;
- Probabilidade.

Análise e interpretação de dados

Comportamento do consumidor

- Teoria de *Abraham Harold Maslow* (a hierarquia das necessidades):
 - ✓ fisiológicas;
 - ✓ segurança;
 - ✓ social;
 - ✓ estima;
 - ✓ status (autorrealização).
- Fatores de influência
 - ✓ culturais;
 - ✓ sociais;
 - ✓ pessoais;
 - ✓ psicológicos.

Processo de compra

- Reconhecimento de necessidade;
- Busca de informações;
- Avaliação de alternativas;
- Decisão de compra;
- Comportamento pós-compra.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
----------------	----	---------------------------------	----	--------------	----------------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

I.13 APLICATIVOS INFORMATIZADOS	
Função: Operação de computadores e de sistemas operacionais	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Elaborar registros e planilhas de acompanhamento e controle de atividades.	
Valores e Atitudes	
Estimular a organização. Incentivar atitudes de autonomia. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar sistemas operacionais e programas de aplicação necessários à realização de atividades na área profissional.	1.1 Identificar sistemas operacionais, <i>softwares</i> e aplicativos úteis para a área. 1.2 Operar sistemas operacionais básicos. 1.3 Utilizar aplicativos de informática gerais e específicos para desenvolvimento das atividades na área. 1.4 Pesquisar novas ferramentas e aplicativos de informática para a área.
2. Selecionar plataformas para publicação de conteúdo na <i>internet</i> e gerenciamento de dados e informações.	2.1 Utilizar plataformas de desenvolvimento de <i>websites</i> , <i>blogs</i> e redes sociais para publicação de conteúdo na <i>internet</i> . 2.2 Identificar e utilizar ferramentas de armazenamento de dados na nuvem.
Bases Tecnológicas	
Fundamentos de sistemas operacionais • Tipos; • Características; • Funções básicas. Fundamentos de aplicativos de escritório • Ferramentas de processamento e edição de textos ✓ formatação básica; ✓ organogramas; ✓ desenhos; ✓ figuras; ✓ mala direta; ✓ etiquetas. • Ferramentas para elaboração e gerenciamento de planilhas eletrônicas ✓ formatação; ✓ fórmulas; ✓ funções; ✓ gráficos. • Ferramentas de apresentações: ✓ elaboração de <i>slides</i>; ✓ técnicas de apresentação. Conceitos básicos de gerenciamento eletrônico das informações, atividades e arquivos • Armazenamento em nuvem	

- ✓ sincronização, *backup* e restauração de arquivos;
- ✓ segurança de dados.
- Aplicativos de produtividade em nuvem
 - ✓ *webmail*;
 - ✓ agenda;
 - ✓ localização;
 - ✓ pesquisa;
 - ✓ notícias;
 - ✓ fotos/vídeos;
 - ✓ outros.

Noções básicas de redes de comunicação de dados

- Conceitos básicos de redes;
- *Softwares*, equipamentos e acessórios.

Técnicas de pesquisa avançada na *web*

- Pesquisa através de parâmetros;
- Validação de informações através de ferramentas disponíveis na *internet*.

Conhecimentos básicos para publicação de informações na *internet*

- Elementos para construção de um *site* ou *blog*;
- Técnicas para publicação de informações em redes sociais:
 - ✓ privacidade e segurança;
 - ✓ produtividade em redes sociais;
 - ✓ ferramentas de análise de resultados.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
----------------	----	---------------------------------	----	--------------	----------------------

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

I.14 PROJETO INTEGRADOR I	
Função: Planejamento e execução de projetos	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver visão holística e sistêmica da organização. Monitorar ações de melhoria com base em pesquisas e indicadores. Contextualizar dados e informações para resolver situações-problema.	
Atribuição Empreendedora	
Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.	
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar os aspectos estruturais do projeto no processo de identificação das demandas ou situações-problema presentes na área de atuação.	1.1 Identificar necessidades ou situações-problema no ambiente proposto. 1.2 Identificar possibilidades de interrelação entre os componentes curriculares. 1.3 Indicar os aspectos estruturais para a elaboração de projeto. 1.4 Definir as etapas do projeto.
2. Estruturar o projeto, relacionando-o ao tema proposto.	2.1 Enumerar as hipóteses para o desenvolvimento do projeto. 2.2 Pesquisar dados e informações acerca do tema escolhido. 2.3 Selecionar informações relevantes para a elaboração do projeto. 2.4 Relacionar as hipóteses aos resultados obtidos na pesquisa. 2.5 Apresentar a proposta para o projeto.
Orientações	
O contexto de pesquisa e intervenção amplia-se no espaço (mundo) e no tempo (história), e complementa-se com o autoconhecimento e desenvolvimento de projetos de vida e de sociedade.	
Os aspectos mais relevantes envolvem carreira profissional, encaminhamentos de vida e perspectivas de engajamento em ações que envolvam a sociedade, em curto, médio ou longo prazos; o projeto deve integrar os conhecimentos dos componentes curriculares da primeira série.	
É necessário que o aluno seja estimulado a pesquisar sobre a realidade que o cerca, de modo a propor soluções em situações-problema envolvendo realidades do cotidiano, ampliando-se para o mundo do trabalho, conforme o nível de maturidade dos educandos.	
Bases Tecnológicas	
Estrutura e características de projeto • Apresentação geral; • Introdução / Escopo; • Equipe; • Justificativa/ Contexto; • Objetivos:	

- ✓ geral;
- ✓ específicos.
- Resultados esperados;
- Revisão Bibliográfica;
- Público-alvo;
- Estratégia
 - ✓ atividades previstas;
 - ✓ etapas de execução;
 - ✓ plano operacional.
- Metodologia;
- Análise de risco;
- Análise de viabilidade:
 - ✓ financeira;
 - ✓ técnica;
 - ✓ econômica;
 - ✓ política;
 - ✓ social;
 - ✓ ambiental.
- Cronograma de execução;
- Controle e avaliação;
- Documentação/ Registro.

Estruturação do Projeto

- Experimentação e reconhecimento:
 - ✓ Investigação do espaço proposto para estudo;
 - ✓ Enumeração das hipóteses:
 - identificar problemas ou variáveis de investigação:
 - organização escolar (participação na gestão escolar; programas de aprendizagem; criação de jornal, *blog*, 5S; entre outros);
 - contexto familiar: ocupação principal dos familiares, divisão de tarefas no contexto familiar, histórico das profissões no contexto familiar, entre outras;
 - aspectos físicos e culturais do entorno escola-moradia (manifestações culturais e esportivas; campanhas voltadas à saúde e à alimentação, entre outros);
- Exercício
 - ✓ Alternativas de organização:
 - propostas de condução do trabalho;
 - diário de bordo (manual ou eletrônico).
 - ✓ Divisão:
 - formação de grupos de trabalho.
 - ✓ Relações das hipóteses/temas propostos, considerando componentes curriculares técnicos e da BNCC;
 - ✓ Condições e oportunidades de trabalho.
- Prototipação
 - ✓ Desenvolvimento de propostas das ações transformadoras:
 - soluções para os problemas levantados.
 - ✓ Organização dos trabalhos de pesquisa em formato-padrão estabelecido com a turma:
 - portfólio;
 - painel de ideias;
 - relatórios;
 - maquetes ou protótipos;

- revista;
- entre outros.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
----------------	-----------	-----------------------------	-----------	--------------	----------------------

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

2ª SÉRIE – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING

II.1 LÍNGUA PORTUGUESA, LITERATURA E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua portuguesa, utilizando a terminologia técnico-científica da área, com autonomia, clareza e precisão.	
Valores e Atitudes	
Estimular a organização. Incentivar o diálogo e a interlocução. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competência	Habilidades
1. Analisar os recursos linguísticos da produção textual oral e escrita, relacionando textos e contextos midiáticos mediante a função, organização e estrutura, bem como as condições de produção e recepção.	1.1 Utilizar metodologias e critérios adequados para a análise de estilos, gêneros e recursos expressivos. 1.2 Aplicar estratégias de leitura e interpretação na compreensão de textos e expressões linguísticas, considerando os contextos socioculturais. 1.3 Empregar as formas mais adequadas para relatar, descrever, argumentar e fundamentar contextos diversos. 1.4 Utilizar as tecnologias como conhecimento sistemático de sentido prático. 1.5 Utilizar instrumentos textuais diversificados (literário, artístico, científico, acadêmico e profissional), escritos e orais, considerando contextos sociais e tempos distintos, do patrimônio cultural nacional e estrangeiro, nas diversas situações comunicativas.
Orientações	
É importante que sejam retomados os conhecimentos de Ortografia, Acentuação, Concordâncias Verbal e Nominal e Colocação Pronominal.	
Conhecimentos/Temas	
Oralidade - Níveis de linguagem oral aplicados à habilitação profissional; - Elementos da oralidade; - Gêneros a serem produzidos: ✓ debate, palestra, mesa-redonda, depoimento, entrevista, entre outros. Leitura e análise textual - Aspectos fundamentais; - Etapas da leitura; - Gêneros textuais: ✓ manual de normas e procedimentos, organograma, regulamento, legislações, notícia, reportagem, entre outros.	

Tipologias textuais e seus aspectos estruturais e gramaticais

- Sequência textual narrativa;
- Sequência textual descritiva;
- Sequência textual explicativa ou expositiva.

Movimentos literários e seus contextos históricos e sociais

- O texto como representação do imaginário coletivo;
- A linguagem como construção do patrimônio cultural linguístico.

Elaboração e apresentação de texto

- Processos de produção:
 - ✓ contextualização, elaboração e tratamento dos conteúdos temáticos, planificação e textualização.
- Revisão e reescrita:
 - ✓ coerência, coesão, correção gramatical (aspectos voltados à concordância, regência, colocação pronominal, entre outros), regras da ABNT.
- Gêneros a serem produzidos:
 - ✓ resumo esquemático, relatório, cronograma, folder, ofício, agenda, redação escolar, ata, e-mail, protocolo, entre outros.

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica

- Dicionários, vocabulários, glossários de termos técnicos;
- Estruturas morfosintáticas e semânticas do vocabulário técnico (processos de formação de palavras:
 - ✓ prefixação, sufixação, composição propriamente dita, composição sintagmática, neologismos, empréstimos de outras línguas e áreas); significados dos termos técnicos, sinônimos, antônimos, siglas, abreviações, acrônimos, dicionários bilíngues.

Carga horária (horas-aula): 120

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

II.2 LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – INGLÊS E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua estrangeira – inglês, utilizando o vocabulário e a terminologia técnico-científica da área.	
Valores e Atitudes	
Estimular atitudes de autonomia. Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Respeitar as manifestações culturais de outros povos.	
Competências	Habilidades
1. Correlacionar o patrimônio linguístico e cultural de língua inglesa e o idioma materno.	1.1 Pesquisar as diversas manifestações culturais dos povos falantes de língua inglesa. 1.2 Distinguir os sistemas principais de signos linguísticos e culturais do idioma estrangeiro. 1.3 Identificar empréstimos linguísticos e pesquisar os estrangeirismos como um movimento de relação de poder na sobreposição de culturas.
2. Analisar os recursos expressivos e a organização discursiva da linguagem verbal escrita.	2.1 Identificar os elementos estruturadores presentes em uma tipologia textual e o registro linguístico mais apropriado ao contexto. 2.2 Distinguir os efeitos de sentido produzidos pelo uso dos marcadores discursivos em textos orais e escritos. 2.3 Identificar formas de organização discursiva de um determinado gênero, levando em consideração as variantes de registro.
Conhecimentos/Temas	
Leitura e escrita - Estratégias de leitura e escrita desenvolvidas na série anterior; - Observação da função dos sinais de pontuação para identificar informações adicionais ao texto; - Identificação de ideias de causa e efeito observando-se os marcadores discursivos; - Reconhecimento de significados, a partir do contexto, de cognatos, de sinônimos, entre outros indicadores; - Identificação da oração principal e da ideia central do parágrafo; - Observação da estrutura frasal e da necessidade de organizar os conhecimentos gramaticais a partir dos contextos apresentados; - Introdução de estruturas de relatório. Compreensão auditiva e oralidade - Conhecimento prévio sobre o tema para favorecer o estabelecimento de hipóteses sobre o que será ouvido; - Atenção às informações que se deseja extrair do texto; - Identificação de características da linguagem falada para o exercício “speaking”; - Observação de conceitos gramaticais necessários para a organização da linguagem formal/informal; - Observação da entonação e da pontuação na oralidade (stress).	

Contextos situacionais

- Apresentações formais e informais com o uso de expressões mais usuais de cumprimento ao telefone, no local de trabalho, pessoalmente, entre outros, em ambientes internos e externos;
- Informações e situações cotidianas (fila de banco, restaurantes, entre outros espaços públicos) com a utilização das expressões mais usuais;
- Organização de reuniões, passeios, entre outros.

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica

- Dicionários bilíngues, vocabulários, glossários de termos técnicos;
- Significados de termos técnicos, sinônimos, antônimos, siglas, abreviações e acrônimos;
- Estruturas morfossintáticas e semânticas do vocabulário técnico (processo de formação de palavras) empréstimos de outras línguas e área.

Carga horária (horas-aula): 80

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.3 MATEMÁTICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre a relevância da linguagem matemática nos diversos contextos e processos de produção.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar regularidades em situações semelhantes para estabelecer regras e propriedades. 2. Analisar identidades ou invariantes que impõem condições para resolução de situações-problema. 3. Interpretar textos e informações da Ciência e da Tecnologia relacionados à Matemática e veiculados em diferentes meios.	1.1 Utilizar o raciocínio dedutivo e indutivo. 1.2 Identificar informações relativas à situação-problema. 1.3 Selecionar, comparar e fazer relações para apresentar argumentos convincentes. 2.1 Identificar as relações e identidades entre diferentes formas de representação de um dado objeto. 2.2 Articular dados a fim de identificar transformações entre grandezas ou figuras para relacionar variáveis e dados, fazer quantificações, previsões e identificar desvios. 2.3 Identificar a conservação em toda igualdade, congruência ou equivalência para calcular, resolver ou provar novos fatos. 3.1 Utilizar textos pertinentes a diferentes instrumentos de informação e formas de expressão. 3.2 Selecionar formas apropriadas para representar um dado ou conjunto de dados e informações. 3.3 Identificar a linguagem matemática em diferentes tipologias textuais.
Conhecimentos/Temas	
Números e Álgebra • Variação de Grandeza: ✓ Sequência, Progressão aritmética e geométrica; ✓ Funções: ○ Função exponencial; ○ Função logarítmica. ✓ Matemática Financeira. • Sistemas Lineares (até três equações); • Matriz (de acordo com a necessidade do curso). Geometria e medidas • Geometria espacial. Análise de dados • Contagem.	

Carga horária (horas-aula): 120

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.5 EDUCAÇÃO FÍSICA	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar técnicas e práticas da atividade física para promoção da saúde e qualidade de vida e nos contextos de trabalho.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Incentivar ações que promovam a cooperação. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.	
Competências	Habilidades
1. Correlacionar a prática de atividades físicas aos fatores que influenciam no processo saúde/doença.	1.1 Identificar os benefícios da prática sistemática de atividade física em relação ao processo saúde/doença. 1.2 Identificar os mecanismos de demanda energética corporal, relacionando-os a hábitos de alimentação. 1.3 Utilizar as capacidades físicas e habilidades motoras para a prática de atividade física.
2. Identificar, observando a prática de atividades físicas, aspectos relevantes capazes de promover qualidade de vida.	2.1 Utilizar conjunto de hábitos corporais para promover bem-estar físico. 2.2 Utilizar técnicas e movimentos próprios da atividade física nos contextos de trabalho. 2.3 Empregar critérios para desenvolver atividades recreativas de lazer na organização de tempo livre.
3. Analisar discursos predominantes da mídia e da indústria cultural na definição de estereótipos corporais.	3.1 Identificar as manifestações da cultura na análise de estereótipos corporais. 3.2 Identificar espaços em que acontecem as diferentes manifestações da cultura corporal.
4. Adaptar técnicas e procedimentos de treinamento relacionados à atividade física.	4.1 Adequar regras e técnicas, se necessário, na realização de atividades físicas individuais e coletivas. 4.2 Auxiliar na elaboração de atividades corporais, individuais e coletivas. 4.3 Assessorar na organização de eventos, coreografias, campeonatos, entre outros.
Orientações	
Há um Rol de Práticas Corporais que se manifestam em diferentes elementos da cultura corporal. O educador deve optar por aquelas que mais condizem com o trabalho que precisa ser desenvolvido, considerando as condições locais da Unidade de Ensino e os recursos dos quais dispõe. É importante que, ao longo das três séries do Ensino Médio, o professor trabalhe com todos os elementos da cultura corporal em duas ou mais modalidades diversificadas.	
Conhecimentos/Temas	
Corpo em movimento – saúde, trabalho e lazer • Benefícios das atividades corporais; • Demandas energéticas e hábitos de alimentação;	

- Capacidades físicas e habilidades motoras;
- Atividade física e qualidade de vida.

Cultura corporal e discurso

- Papel das mídias na construção dos estereótipos;
- Políticas públicas e acesso às práticas corporais.

Práticas corporais e convivência – autonomia e engajamento

- Possibilidades de atividade física no cotidiano;
- Planejamento e organização de atividades individuais e coletivas.

Ergonomia aplicada

- Condições ambientais de trabalho;
- Adequação dos postos de trabalho;
- Organização do trabalho;
- Importância da ginástica laboral:
 - ✓ Exercícios.

Carga horária (horas-aula): 80

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.6 FÍSICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre a importância dos novos materiais e processos utilizados para o desenvolvimento tecnológico.	
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Avaliar situações-problema resultantes da análise de experimentos, fenômenos, sistemas naturais e/ou tecnológicos. 2. Analisar a Física e suas tecnologias como partes integrantes da cultura contemporânea.	1.1 Considerar as informações relevantes envolvendo diferentes dados de natureza científica. 1.2 Empregar critérios e aplicar procedimentos próprios da análise e interpretação. 1.3 Interpretar modelos físicos microscópicos e macroscópicos na análise de situações-problema. 2.1 Apontar formas pelas quais a Física e a tecnologia influenciam na interpretação da realidade. 2.2 Identificar a importância dos novos materiais e processos utilizados para o desenvolvimento tecnológico. 2.3 Questionar e debater os impactos das novas tecnologias na vida contemporânea, analisando as implicações da relação entre Ciência e Ética.
Conhecimentos/Temas	
Som, imagem e comunicação - Princípios e leis; - Uso e tecnologias no cotidiano. Teorias modernas - Tecnologia automatizada.	
Carga horária (horas-aula): 80	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php	

II.7 GEOGRAFIA	
Função: Contextualização sociocultural	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre os diferentes processos de produção e suas implicações nos contextos técnicos, tecnológicos e produtivos.	
Valores e Atitudes	
Socializar os saberes. Estimular o senso de pertencimento. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca.	
Competências	Habilidades
1. Analisar transformações dos espaços geográficos em suas relações socioeconômicas e culturais de poder.	1.1 Identificar a presença ou ausência do poder econômico e político na formação e transformação dos espaços. 1.2 Caracterizar as ações das organizações políticas e socioeconômicas segundo fluxos populacionais e enfrentamento de problemas de ordem econômico-sociais. 1.3 Distinguir processos de produção ou circulação de riquezas e suas implicações socioespaciais.
2. Analisar elementos que constituem identidades, considerando o papel do indivíduo nos processos histórico-geográficos.	2.1 Coletar dados e informações que auxiliem na percepção de que indivíduos podem atuar ora como sujeitos, ora como produtos de processos espaciais. 2.2 Identificar fontes documentais acerca de aspectos da cultura.
3. Analisar fatores que explicam o impacto das novas tecnologias no processo de territorialização e produção.	3.1 Caracterizar formas de uso e apropriação dos espaços rural e urbano na organização do trabalho e /ou da vida social. 3.2 Pesquisar informações sobre as transformações técnicas e tecnológicas. 3.3 Identificar o impacto de transformações técnicas e tecnológicas em processos de produção espacial e na vida social.
Orientações	
É importante que sejam trabalhados conhecimentos relacionados aos aspectos culturais da região Sudeste; também devem ser desenvolvidas atividades que estimulem a escrita.	
Conhecimentos/Temas	
Processos tecnológicos e transformações geográficas e identitárias à luz de questões econômicas e geopolíticas • Fronteiras sociais, políticas e econômicas sob a ótica das organizações geográficas; • Influência de elementos geográficos no desenvolvimento técnico e tecnológico na sociedade do trabalho; • Panorama mundial contemporâneo e papel exercido pelas organizações sociopolíticas nos processos de produção.	
Carga horária (horas-aula): 80	

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.8 HISTÓRIA	
Função: Contextualização Sociocultural	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre os elementos culturais que constituem as identidades e suas influências nos processos técnicos e tecnológicos.	
Valores e Atitudes	
Estimular o senso de pertencimento. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Respeitar as manifestações culturais de outros povos.	
Competências	Habilidades
1. Analisar aspectos identitários e seus elementos culturais em sociedades diferentes.	1.1 Caracterizar os principais elementos culturais que constituem as sociedades. 1.2 Identificar processos de aculturação. 1.3 Identificar alguns fatores sociais, políticos, econômicos e geográficos que interferem ou influenciam nas relações humanas. 1.4 Identificar aspectos relevantes do desenvolvimento científico e tecnológico em sociedades diferentes.
2. Identificar características da função das instituições sociais, políticas e econômicas.	2.1 Distinguir aspectos da ação e evolução das instituições sociais, políticas e econômicas. 2.2 Caracterizar a atuação dos movimentos sociais que influenciam mudanças ou rupturas em processos pela disputa de poder. 2.3 Caracterizar o papel da Justiça como instituição na organização das sociedades.
3. Analisar fatos presentes e suas relações com o passado, assumindo postura crítica.	3.1 Caracterizar objetos de estudo da história relacionados a novas tecnologias. 3.2 Identificar fatos e diferentes grupos sociais em suas dimensões históricas. 3.3 Construir escalas, legendas, tabelas, gráficos, mapas e linhas do tempo. 3.4 Elaborar textos sobre os processos históricos, conforme o discurso historiográfico.
Conhecimentos/Temas	
Papel identitário na formação cultural das sociedades • Processos de formação das identidades e elementos culturais que as constituem; • Itinerário histórico das relações de poder e organização dos processos identitários no espaço socioeconômico, cultural e político. Instituições sociais, políticas e econômicas e suas relações com o passado histórico • Formas de participação política para a conquista e preservação do direito; • Interpretação crítica da organização das instituições políticas e econômicas em sociedades contemporâneas.	
Carga horária (horas-aula): 80	

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.9 QUÍMICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre a importância da Química e suas tecnologias nos processos produtivos e cultura contemporânea.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.	
Competências	Habilidades
1. Avaliar métodos e procedimentos próprios da Química e aplicá-los em diferentes contextos. 2. Analisar a Química e suas tecnologias como partes integrantes da cultura contemporânea.	1.1 Identificar propriedades químicas de produtos, sistemas ou procedimentos tecnológicos e relacioná-los às finalidades a que se destinam. 1.2 Selecionar métodos ou procedimentos da Química por meio de modelos que contribuam para diagnosticar ou solucionar problemas de ordem social, econômica ou ambiental. 2.1 Identificar características por meio das quais a Química e a tecnologia influenciam na interpretação da realidade. 2.2 Pesquisar os novos materiais e processos utilizados para o desenvolvimento tecnológico à luz do conhecimento químico. 2.3 Questionar e debater os impactos das tecnologias na vida contemporânea, analisando as implicações da relação entre Ciência e ética. 2.4 Identificar aspectos relevantes do conhecimento químico e suas tecnologias na interação individual e coletiva do ser humano com o ambiente.
Conhecimentos/Temas	
Sistemas em solução aquosa Termodinâmica de sistemas gasosos Termoquímica e espontaneidade de reações químicas Propriedades coligativas Compostos orgânicos • Grupos funcionais; • Isomeria. Química: tecnologias, sociedade e meio ambiente • Combustíveis fósseis e seus impactos; • Fontes alternativas; • Polímeros e resinas sintéticas.	
Carga horária (horas-aula): 80	

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.10 FILOSOFIA	
Função: Contextualização sociocultural	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar sobre as relações éticas na compreensão dos fatores sociais, econômicos, políticos e culturais.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.	
Competências	Habilidades
1. Analisar aspectos da reflexão filosófica em práticas discursivas.	1.1 Identificar aspectos fundamentais do processo de reflexão filosófica. 1.2 Exercitar a capacidade de problematização no contexto de debate de ideias.
2. Formular argumentos e alterá-los, se necessário, utilizando conceitos de lógica.	2.1 Apresentar, por escrito e/ou oralmente, conceitos relacionados à organização de raciocínio. 2.2 Elaborar argumentos consistentes por meio de informações e conhecimentos.
3. Elaborar, segundo contextos éticos, texto dissertativo-filosófico.	3.1 Executar procedimentos de pesquisa: observação, entrevistas, registros, classificações e interpretações. 3.2 Organizar dados e informações no campo das ações humanas e/ou de responsabilidade social, no recorte da reflexão filosófica. 3.3 Empregar habilidades de planejamento textual de escrita, leitura e expressão oral na abordagem de temas filosóficos.
Conhecimentos / Temas	
Ser pensante e processo de reflexão filosófica • Comparação entre dogma e paradigma, da explicação mítica à investigação científica; • Desafios da linguagem na formação do conhecimento filosófico – conceitos e interpretações de registros. Esferas da ação humana à luz da reflexão filosófica • Influências das reflexões filosóficas nas manifestações socioculturais; • Formulação de argumentos lógicos no diálogo filosófico. Ética e problematização do contemporâneo • Relações de alteridade e diversidade na compreensão dos fatores sociais, econômicos, políticos e culturais. Formação da consciência e juízos de valor nos conflitos da atualidade	
Carga horária (horas-aula): 40	
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.	

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o *site*: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.11 PROJETO INTEGRADOR II	
Função: Planejamento e execução de projetos	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver visão holística e sistêmica da organização. Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor. Monitorar ações de melhoria com base em pesquisas e indicadores. Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.	
Atribuição Empreendedora	
Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.	
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar oportunidades e/ou situações-problema presentes em contextos regionais e no mundo do trabalho.	1.1 Identificar oportunidades e/ou situações-problema no ambiente proposto. 1.2 Pesquisar nichos de atuação profissional no mercado de trabalho no âmbito das tendências da área de Gestão. 1.3 Registrar as alternativas para o desenvolvimento do projeto, considerando as pesquisas na área de atuação. 1.4 Definir o tema do projeto. 1.5 Identificar interrelações entre os componentes curriculares e o tema proposto.
2. Estruturar proposta de intervenção no contexto social e/ou profissional relacionada à área de atuação.	2.1 Organizar aspectos estruturais para a elaboração do projeto. 2.2 Selecionar as informações significativas e os recursos apropriados para o desenvolvimento do projeto. 2.3 Executar as etapas de desenvolvimento do projeto. 2.4 Elaborar a proposta final do projeto. 2.5 Elaborar relatórios, gráficos, tabelas ou outras tipologias para consolidação do projeto.
Orientações	
O contexto de pesquisa e intervenção amplia-se no espaço (mundo) e no tempo (história), e complementa-se com o autoconhecimento e desenvolvimento de projetos de vida e de sociedade. Os aspectos mais relevantes envolvem carreira profissional, encaminhamentos de vida e perspectivas de engajamento em ações que envolvam a sociedade, em curto, médio ou longo prazos; o projeto deve integrar os conhecimentos dos componentes curriculares da segunda série. É necessário que o aluno seja estimulado a pesquisar sobre a realidade que o cerca, de modo a identificar oportunidades e propor soluções em situações-problema, envolvendo cenários de ação comunitária, contextualização regional, mundo do trabalho e plano de carreira, a fim de que seja desenvolvida sua capacidade de argumentação e de competências empreendedoras.	
Bases Tecnológicas	

Gerenciamento de projetos

- Requisitos do projeto:
 - ✓ Vocabulário;
 - ✓ metas e objetivos.
- Análise das restrições do projeto (Triângulo da Gestão de Projetos):
 - ✓ escopo;
 - ✓ custo;
 - ✓ tempo;
 - ✓ qualidade.
- Fatores críticos do sucesso;
- Influência da organização;
- Avaliação do resultado.

Estruturação da proposta de intervenção

- Experimentação e reconhecimento:
 - ✓ vocabulário;
 - ✓ metas e objetivos;
 - ✓ investigação do espaço proposto para estudo;
 - ✓ enumeração das alternativas para o desenvolvimento da proposta:
 - identificar problemas ou variáveis de investigação:
 - contexto social: aspectos regionais de infraestrutura e serviços públicos; características e formas de organização política, cultural e social; relações e condições de trabalho existentes na comunidade; entre outros.
 - mundo do trabalho: mapeamento socioeconômico; diversidade de tecnologias; sistemas produtivos e de comercialização; utilização de recursos naturais, entre outras.
- Exercício:
 - ✓ alternativas de organização:
 - propostas de condução do trabalho;
 - diário de bordo (manual ou eletrônico).
 - ✓ divisão:
 - formação de grupos de trabalho.
 - ✓ relações das hipóteses/temas propostos, considerando componentes curriculares técnicos e da BNCC;
 - ✓ condições e oportunidades de trabalho.
- Prototipação:
 - ✓ ferramentas:
 - Método de Análise e Solução de Problemas;
 - *Design Thinking*;
 - Metodologia *Canvas*;
 - Ciclo PDCA;
 - entre outras.
 - ✓ propostas das ações interventoras:
 - atividades de inclusão social, cultural ou digital;
 - programas de estágio;
 - criação de grupos de dança, música ou teatro na comunidade;
 - campanhas para melhoria do espaço público;
 - planos de carreira;
 - seminários sobre o Dia do Trabalho;
 - parcerias culturais;
 - intercâmbios literários;
 - utilização racional de recursos naturais;

○ mapeamento de tendências tecnológicas e profissionais. • Apresentação dos trabalhos de pesquisa.					
Carga horária (horas-aula)					
Teórica	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso. Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.					
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php					

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

II.12 ESTRATÉGIAS DE MARKETING E MODELOS DE NEGÓCIOS	
Função: Estratégias de Marketing e desenvolvimento de modelos de negócios	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Aplicar estratégias de marketing. Elaborar <i>briefing</i> com informações estratégicas. Auxiliar no desenvolvimento de modelos de negócios.	
Atribuições Empreendedoras	
Reconhecer cenários vigentes. Estruturar modelos de negócios. Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora. Sugerir a criação de novos produtos, serviços ou processos.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Incentivar ações que promovam a cooperação. Estimular a comunicação nas relações interpessoais.	
Competências	Habilidades
1. Analisar os contextos mercadológicos tendo em vista a prática empreendedora.	1.1 Identificar os conceitos de empreendedorismo e visão empreendedora. 1.2 Interpretar as variáveis socioeconômicas e políticas do mercado. 1.3 Aplicar os princípios de empreendedorismo e intraempreendedorismo.
2. Analisar estratégias competitivas para o desenvolvimento de modelos de negócios, interpretando o processo de inovação, sua organização e gerenciamento.	2.1 Aplicar métodos de geração de novas ideias. 2.2 Realizar levantamento de recursos materiais e humanos. 2.3 Aplicar ferramentas, técnicas e mecanismos para o processo de inovação. 2.4 Integrar valores socioambientais a modelos de negócios. 2.5 Identificar classificações da inovação e aplicar ferramentas, técnicas e mecanismos para o processo de inovação e criatividade.
3. Executar o planejamento, monitoramento e avaliação de projetos na estruturação de um negócio, identificando oportunidades.	3.1 Investigar as tendências de mercado e oportunidades para novos projetos/ negócios. 3.2 Articular e desenvolver o plano de negócio.
4. Analisar a viabilidade mercadológica e social de novos modelos de negócios e oportunidades.	4.1 Identificar oportunidades empreendedoras.
5. Analisar os níveis de planejamento e suas características.	5.1 Identificar as variáveis que condicionam o planejamento estratégico, tático e operacional. 5.2 Verificar cenários para definir metas e prioridades. 5.3 Identificar as estratégias e táticas no marketing.
6. Distinguir estratégias de marketing B2B (<i>business to business</i>) e B2C (<i>business to consumer</i>).	6.1 Identificar orientação das empresas para o mercado e os reflexos nas estratégias adotadas.

7. Analisar tipos de estratégias de marketing e suas implicações no mercado consumidor.	6.2 Verificar agentes e forças mercadológicas envolvidas no contexto de atuação do negócio. 6.3 Utilizar estratégias voltadas aos mercados B2B e B2C. 7.1 Selecionar estratégias de marketing adequadas ao segmento de atuação do negócio. 7.2 Aplicar estratégias de marketing com foco no planejamento estratégico estabelecido. 7.3 Acompanhar os resultados alcançados por meio das estratégias implementadas.
Orientações	
Para identificar tendências, nichos e desenvolver ações inovadoras, sugere-se projetos que proponham a implementação de uma ou mais estratégias de marketing em marcas, produtos ou serviços existentes no mercado. Para desenvolver modelos de negócios sustentáveis, sugere-se projetos que estimulem a criatividade por meio do desenvolvimento de produtos, serviços ou processos, validando-os por intermédio da aplicação de ferramentas estudadas neste componente curricular.	
Bases Tecnológicas	
Conceito de empreendedorismo e visão empreendedora - Definição das principais características empreendedoras; - Tipos de empreendedores; - Diferenças entre empreendedorismo corporativo e empreendedorismo de <i>start up</i>. Conceito e etapas de um processo de valor - Descrição das diferentes tipologias e classificações de inovação; - Ambiente inovador; - Estruturação e planejamento de um processo inovação; - Inovação para a sustentabilidade. Inovação e competitividade - Inovação do processo; - Inovação de produto/serviço; - Inovação de gestão. Ferramentas de criação e desenvolvimento de modelos de negócios <i>Business Model Canvas</i>; <i>Design Thinking</i>; 5W2H; - Análise SWOT. Plano de Negócio - Conceito e finalidade; - Elaboração de um plano de negócio; - Planejamento e abertura de empresa; - Definição do negócio, produto e mercado; - Constituição de empresas; - Buscar oportunidades de novos negócios. Níveis de Planejamento Organizacional	

- Estratégico;
- Tático;
- Operacional.

Análise de *stakeholders*

Estratégias competitivas genéricas

- Liderança no custo;
- Diferenciação;
- Enfoque.

Cinco forças de *Michael Porter*

- Ameaça de novos concorrentes;
- Produtos substitutos;
- Poder de barganha dos compradores;
- Poder de barganha dos fornecedores;
- Rivalidade entre concorrentes.

Posicionamento de mercado

Ações baseadas em estratégias de Marketing

- Licenciamento de marca/franquias;
- Lealdade;
- Marcas próprias;
- Marcas múltiplas;
- Marketing de ativação;
- Marketing de guerrilha;
- Marketing viral.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
----------------	----	-----------------------------	----	--------------	----------------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

II.13 ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL	
Função: Procedimentos éticos no ambiente de trabalho	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar preceitos éticos como balizadores da tomada de decisão.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Incentivar o diálogo e a interlocução. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.	
Competências	Habilidades
1. Interpretar as ações comportamentais orientadas para a realização do bem comum.	1.1 Identificar os princípios de liberdade e responsabilidade nas ações cotidianas. 1.2 Diferenciar valores éticos de valores morais exercidos na comunidade local. 1.3 Aplicar princípios e valores sociais a práticas trabalhistas. 1.4 Identificar o papel da legislação no exercício do trabalho voluntário.
2. Analisar as ações comportamentais no contexto das relações trabalhistas e de consumo.	2.1 Detectar aspectos estruturais e princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor. 2.2 Identificar os fundamentos dos códigos de ética e normas de conduta. 2.3 Respeitar as diferenças individuais e regionais dos colaboradores no âmbito organizacional.
3. Contextualizar a aplicação das ações éticas aos campos do direito constitucional e legislação ambiental.	3.1 Identificar as implicações da legislação ambiental no desenvolvimento do bem estar comum e na sustentabilidade.
4. Utilizar os princípios da ética e responsabilidade na prática do marketing.	4.1 Executar rotinas e procedimentos conforme responsabilidade técnica do profissional da área de Marketing.
Bases Tecnológicas	
Noções gerais sobre as concepções clássicas da Ética Ética, moral - Reflexão sobre os limites e responsabilidades nas condutas sociais. Cidadania, trabalho e condições do cotidiano - Mobilidade; - Acessibilidade; - Inclusão social e econômica; - Estudos de caso. Relações sociais no contexto do trabalho e desenvolvimento de ética regulatória Códigos de ética nas relações profissionais	

Consumo consciente sob a ótica do consumidor e do fornecedor

Códigos de ética e normas de conduta

- Princípios éticos.

Direito Constitucional na formação da cidadania

Princípios da Ética e suas relações com a formação do Direito Constitucional

Aspectos gerais da aplicabilidade da legislação ambiental no desenvolvimento socioeconômico e ambiental

Responsabilidade social como parte do desenvolvimento da cidadania

Definições de trabalho voluntário

Código de ética nas organizações públicas e privadas

Princípios éticos na área de Marketing

Cidadania, relações pessoais e do trabalho

Carga horária (horas-aula)					
----------------------------	--	--	--	--	--

Teórica	40	Prática Profissional	00	Total	40 Horas-aula
---------	----	----------------------	----	-------	---------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

II.14 INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING	
Função: Projetos gráficos com uso de aplicativos informatizados	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Criar identidade visual para organizações. Elaborar peças de comunicação mercadológica e institucional por meio de <i>softwares</i> específicos.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações	
Competências	Habilidades
1. Selecionar recursos de informática aplicáveis à criação de peças publicitárias.	1.1 Utilizar diferentes recursos de editoração e arte final para peças impressas em áudio/vídeo e para <i>web</i> .
2. Conceber elementos ou conjuntos de identidades visual gráfica, eletrônica, digital e audiovisual em diferentes formatos.	2.1 Utilizar <i>software</i> para criar peças que acompanham a identidade visual da empresa. 2.2 Efetuar fusão, recorte e tratamento de imagens. 2.3 Elaborar desenhos vetorizados, logotipos e demais elementos de identidade visual. 2.4 Criar páginas impressas, <i>folders</i> , capas, painéis, catálogos, anúncios e demais peças para campanhas publicitárias. 2.5 Executar arte digital para <i>homepages</i> , capa de livros, cadernos de jornais, revistas, e documentos empresariais. 2.6 Utilizar <i>software</i> para a criação e edição de imagens em vídeo, sons, gravações, locuções, comerciais em vídeo, vinhetas, chamadas, <i>spots</i> e <i>jingles</i> . 2.7 Utilizar <i>software</i> para criação de <i>leiaute</i> para <i>sites</i> e/ ou anúncios <i>Web</i> em diferentes formatos, <i>apps</i> e <i>blogs</i> .
Orientações	
Para estimular a capacidade de organização de projetos e identificação de oportunidades de inovações, sugere-se o desenvolvimento de peças de comunicação para marcas existentes ou fictícias que podem ser avaliadas de modo interdisciplinar. Para estimular a criatividade, recomenda-se o uso de filmes e documentários que narrem o desenvolvimento e a idealização de produtos.	
Bases Tecnológicas	
<i>Softwares</i> de editoração e arte final, aplicação e diferenciação • Tratamentos de imagens; • Vetorização; • Edição (áudio e vídeo); • Produção digital (<i>sites</i> e <i>apps</i>).	

Softwares específicos

- Para tratamentos de imagens, fusão, recorte e leiaute (impressos ou digitais)
- Para confecção de peças publicitárias:
 - ✓ vetorização de desenhos e imagens;
 - ✓ criação de papelaria;
 - ✓ mala direta;
 - ✓ *folders*;
 - ✓ cartazes;
 - ✓ painéis;
 - ✓ *banners*;
 - ✓ leiautes de peças impressas;
 - ✓ *outdoor*.
- Para produção de vídeos:
 - ✓ institucionais;
 - ✓ comerciais;
 - ✓ tutoriais;
 - ✓ depoimentos;
 - ✓ didáticos;
 - ✓ *storytelling*;
 - ✓ socioculturais;
 - ✓ entre outros.
- Para criação digital:
 - ✓ leiautes de *sites*, *blogs*, *banners* e ou peças publicitárias para *internet*;
 - ✓ leiautes para apps.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso. Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.					
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php					

II.15 PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING	
Função: Estratégias de <i>merchandising</i> no ponto de venda	
Classificação: Planejamento e Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Auxiliar no leiaute do ponto de venda Aplicar novas formas de exposição de produtos. Aplicar conceitos de <i>merchandising</i> para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.	
Atribuições Empreendedoras	
Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Incentivar o diálogo e a interlocução. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Identificar as teorias e princípios de vendas.	1.1 Aplicar as teorias e princípios de vendas. 1.2 Contextualizar os tipos e processo de vendas. 1.3 Diferenciar as etapas do processo de venda de um produto ou serviço.
2. Analisar as etapas do processo de vendas e suas características nos setores da economia.	2.1 Acompanhar e avaliar o produto/serviço durante as etapas de pré-venda, venda e pós-venda. 2.2 Adequar o processo de vendas ao ramo de atuação dos compradores.
3. Analisar a importância das ações de marketing e de <i>merchandising</i> no varejo e no marketing de serviços.	3.1 Identificar a função do marketing de serviços e de varejo. 3.2 Especificar o papel do <i>merchandising</i> no ponto de venda. 3.3 Correlacionar a função do marketing de varejo à do <i>merchandising</i> como estratégia de ponto de venda (PDV). 3.4 Diferenciar os tipos de <i>merchandising</i> .
4. Analisar tipos de ações promocionais para aplicação no PDV.	4.1 Aplicar os materiais de <i>merchandising</i> no PDV. 4.2 Coletar dados sobre as características do PDV para indicar as necessidades. 4.3 Selecionar as necessidades do PDV para a criação de estratégias de composição e gerenciamento do PDV.
5. Selecionar métodos eficientes para estimular as compras por impulso em um PDV.	5.1 Selecionar o tipo de ação promocional mais adequado à ação. 5.2 Criar ação promocional pertinente ao PDV. 5.3 Planejar a execução da ação promocional. 5.4 Aplicar as técnicas de visual <i>merchandising</i> . 5.5 Selecionar métodos que estimulem a compra por impulso.
Orientações	
Para desenvolver a capacidade de identificação de oportunidades de inovação e incentivar a criatividade, sugere-se a realização de visitas técnicas a feiras, eventos e estabelecimentos comerciais. O	

desenvolvimento de seminários com demonstração das estratégias e técnicas de *merchandising* também se mostram uma excelente oportunidade de contextualizar conceitos.

Bases Tecnológicas

Gestão de vendas

- Contexto histórico;
- Evolução;
- Princípios e conceitos.

O processo e ciclo de venda e suas etapas

- Pré-venda;
- Venda;
- Pós-venda.

Conceito de Marketing de serviço

Ações de marketing de varejo e o *merchandising* no ponto de venda

Tipos de *merchandising*

- *Merchandising* no ponto de venda;
- *Merchandising* editorial (*tie-in*).

Tipos diversos de materiais de *merchandising*

- Impressos;
- *Displays*;
- Materiais suspensos;
- Mídias;
- *Folders*;
- Móveis;
- *Wobbler*;
- Testeira (pdv);
- Eletrônicos.

Estratégias de composição e gerenciamento de ponto de venda

Ações promocionais

- Tipos de ações:
 - ✓ brindes, vale descontos, bônus, promoções, concursos culturais, campanha de prêmios.
- Planejamento;
- Ambientação;
- Execução.

Atmosfera de compra

- Leitura da loja, comunicação, cor, som, iluminação, aroma, movimento e cinco sentidos humanos.

Técnicas de *merchandising*

- Disposição de produtos;
- Arrumação de gôndola;
- Vitrinismo.

Autosserviço, interatividade, facilidades e novas tecnologias no PDV

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.					
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php					

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

3ª SÉRIE – ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING

III.1 LÍNGUA PORTUGUESA, LITERATURA E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua portuguesa, utilizando a terminologia técnico-científica da área, com autonomia, clareza e precisão.	
Valores e Atitudes	
Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competência	Habilidades
1. Analisar a língua portuguesa como fonte de legitimação de acordos e condutas sociais, reconhecendo os impactos tecnológicos nos processos comunicativos de leitura e de produção textual.	1.1 Identificar as manifestações da linguagem utilizadas por diferentes grupos sociais em suas esferas de socialização. 1.2 Utilizar estratégias verbais e não verbais na produção escrita e nos procedimentos de leitura. 1.3 Empregar critérios e procedimentos próprios da interpretação e produção de textos acadêmicos e técnicos da área de atuação. 1.4 Utilizar fontes de pesquisa convencionais e eletrônicas, bem como dicionários especializados em áreas de conhecimento e/ou profissionais. 1.5 Utilizar terminologia e vocabulário específicos da área profissional.
Conhecimentos/Temas	
Oralidade - Níveis de linguagem oral aplicados à habilitação profissional e a situações públicas; - Elementos da oralidade; - Marcas da oralidade no texto literário; - Gêneros a serem produzidos: ✓ entrevista de emprego, videocurrículo, videoconferência, entre outros. Leitura e a análise textual - Aspectos fundamentais; - Etapas de leitura; - Gêneros textuais: ✓ manual de organização, infográfico, legislação, fluxograma, editorial, entre outros. Tipologias textuais e seus aspectos estruturais e gramaticais - Sequência textual dialogal; - Sequência textual explicativa ou expositiva; - Sequência textual argumentativa. Movimentos literários e seus contextos históricos e sociais - O texto como representação do imaginário coletivo;	

- A linguagem como construção do patrimônio cultural linguístico.

Elaboração e apresentação de texto

- Aspectos estruturais;
- Processos de produção;
- Revisão e reescrita;
- Gêneros a serem produzidos:
 - ✓ carta comercial, circular, carta-currículo, currículo, mensagem eletrônica no mundo corporativo (e-mail), relatório, redação escolar, artigo de opinião, resenha crítica, entre outros.

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica

- Dicionários, vocabulários, glossários de termos técnicos;
- Estruturas morfossintáticas e semânticas do vocabulário técnico (processos de formação de palavras: prefixação, sufixação, composição propriamente dita, composição sintagmática, neologismos, empréstimos de outras línguas e áreas); significados dos termos técnicos, sinônimos, antônimos, siglas, abreviações, acrônimos, dicionários bilíngues.

Carga horária (horas-aula): 120

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.2 LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – INGLÊS E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua estrangeira – inglês, utilizando o vocabulário e a terminologia técnico-científica da área.	
Valores e Atitudes	
Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Respeitar as manifestações culturais de outros povos. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competência	Habilidades
1. Analisar textos da área profissional de atuação, em língua inglesa, de acordo com normas e convenções específicas.	1.1 Aplicar as estratégias de leitura e interpretação na compreensão de textos profissionais, tais como manuais, tutoriais, entre outros. 1.2 Elaborar textos técnicos pertinentes à área profissional, em língua inglesa, tais como informes, fichas, roteiros, currículos, cartas comerciais, e-mails, relatórios, entre outras tipologias.
2. Interpretar terminologia técnico-científica da área profissional, identificando equivalências entre português e inglês (formas equivalentes do termo técnico).	2.1 Pesquisar a terminologia da área profissional. 2.2 Aplicar a terminologia da área profissional/habilitação profissional em contextos de trabalho. 2.3 Produzir pequenos glossários de equivalências entre português e inglês (listas de termos técnico-científicos), relativos à área profissional/habilitação profissional.
Conhecimentos/Temas	
Leitura e escrita - Estratégias de leitura e escrita desenvolvidas nas séries anteriores; - Distinção de fatos e opiniões; - Identificação de posicionamentos, pontos de vista, ideias favoráveis e/ou contrárias que sirvam de argumento ou justificativa em um texto; - Identificação de modificadores de substantivos, verbos ou adjetivos presentes na produção textual; - Elaboração de abertura e fechamento de cartas profissionais e ofícios; - Produção, em língua inglesa, de <i>e-mails</i>, cartas pessoais, currículos, formulários de atendimento padronizado, glossários com termos técnico-científicos, entre outras tipologias. Compreensão auditiva e oralidade - Conhecimento prévio sobre o tema para favorecer o estabelecimento de hipóteses sobre o que será ouvido; - Observação de informações que se deseja extrair do texto; - Identificação de características da linguagem falada para o exercício “<i>speaking</i>”; - Observação de conceitos gramaticais necessários para a organização da linguagem; - Observação da entonação e da pontuação na oralidade (<i>stress</i>). Contextos situacionais - Ambientes específicos da área de atuação profissional;	

- Entrevistas de trabalho;
- Profissões e áreas profissionais.

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica

- Dicionários bilíngues, vocabulários, glossários de termos técnicos;
- Significados de termos técnicos, sinônimos, antônimos, siglas, abreviações e acrônimos;
- Estruturas morfossintáticas e semânticas do vocabulário técnico (processo de formação de palavras), empréstimos de outras línguas e área.

Carga horária (horas-aula): 80

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

III.3 MATEMÁTICA	
Função: Investigação e Compreensão	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar a matemática como instrumento de representação e análise nos processos técnicos e tecnológicos.	
Valores e Atitudes	
Socializar os saberes. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Elaborar hipóteses recorrendo a modelos, esboços, fatos conhecidos, relações e propriedades.	1.1 Identificar os dados relevantes em uma dada situação-problema para buscar possíveis resoluções. 1.2 Articular subsídios teóricos para interpretar, testar e confrontar resultados. 1.3 Avaliar os procedimentos utilizados para a obtenção de resultados. 1.4 Identificar a natureza da situação-problema e situar o objeto de estudo dentro dos diferentes campos da Matemática.
2. Analisar fenômenos para sistematizar e relatar experimentos e situações-problema.	2.1 Utilizar a representação simbólica como forma de conhecimento. 2.2 Expressar, de forma quantitativa e qualitativa, dados relacionados a contextos socioeconômicos, científicos ou cotidianos. 2.3 Aplicar técnicas de análise, fazendo uso da linguagem matemática, na produção de textos orais e escritos.
3. Analisar a Matemática como ciência autônoma, que investiga relações, formas e eventos e desenvolve maneiras próprias de descrever e interpretar o mundo.	3.1 Utilizar o conhecimento matemático como apoio para avaliar as aplicações tecnológicas dos diferentes campos científicos. 3.2 Identificar recursos matemáticos, instrumentos e procedimentos para posicionar-se e argumentar sobre questões de interesse da comunidade.
Conhecimentos/Temas	
Números e Álgebra - Variação de Grandeza: ✓ função trigonométrica. - Trigonometria: ✓ triângulo; ✓ circunferência. Geometria e medidas - Geometria Analítica. Análise de dados - Probabilidade.	

Carga horária (horas-aula): 120

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

III.4 LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – ESPANHOL	
Função: Representação e Comunicação	
Atribuições e Responsabilidades	
Comunicar-se em língua estrangeira – espanhol, utilizando o vocabulário e a terminologia técnico-científica da área.	
Valores e Atitudes	
Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Respeitar as manifestações culturais de outros povos. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	Habilidades
1. Analisar, por meio do estudo da língua espanhola, aspectos do idioma que possibilitem acesso à diversidade linguística e cultural em contextos sociais e profissionais. 2. Correlacionar o patrimônio linguístico e cultural da língua espanhola com o idioma materno. 3. Analisar os recursos expressivos e a organização discursiva da linguagem verbal escrita.	1.1 Identificar as características da cultura do idioma como meio de ampliar as possibilidades de acesso a informações, tecnologias e culturas. 1.2 Utilizar terminologia e vocabulário específicos do contexto comunicativo (contexto social e contexto profissional). 1.3 Utilizar dicionários de línguas, especializados em áreas de conhecimento e/ou profissionais. 2.1 Pesquisar as diversas manifestações culturais dos povos falantes de língua espanhola. 2.2 Identificar os sistemas principais de signos linguísticos e culturais do idioma estrangeiro. 2.3 Identificar empréstimos linguísticos e pesquisar os estrangeirismos. 3.1 Identificar os elementos estruturadores presentes em uma tipologia textual e o registro linguístico mais apropriado ao contexto. 3.2 Observar os efeitos de sentido produzidos pelo uso de marcadores discursivos em textos orais e escritos. 3.3 Identificar formas de organização discursiva de um determinado gênero, levando em consideração as variantes de registro. 3.4 Distinguir formas fixas, abreviações, siglas, acrônimos. 3.5 Aplicar estratégias de leitura e interpretação de textos profissionais, como manuais, tutoriais, entre outros. 3.6 Elaborar pequenos glossários de equivalências (listas de termos técnico-científicos) entre português e espanhol, relativos à área profissional/habilitação profissional.
Conhecimentos/Temas	
Leitura e escrita • Observação do título e do formato do texto (figuras, ilustrações, subtítulo, entre outros); • Identificação do gênero textual; • Promoção de tempestade de ideias;	

- Observação de palavras-chave e informações específicas;
- Observação de imagens, números e símbolos universais;
- Indicação de abreviações e palavras escondidas;
- Identificação de frases-chave;
- Observação da estrutura frasal e da necessidade de organizar os conhecimentos gramaticais a partir dos contextos apresentados;
- Introdução de estruturas de relatório;
- Identificação de modificadores de substantivos, verbos ou adjetivos presentes na produção textual;
- Elaboração de abertura e fechamento de cartas profissionais e ofícios;
- Produção de e-mails, currículos, cartas pessoais, formulário de atendimento padronizado, glossário com termos técnico-científicos, entre outras tipologias.

Compreensão auditiva e oralidade

- Conhecimento prévio sobre o tema para favorecer o estabelecimento de hipóteses sobre o que será ouvido;
- Observação de conceitos gramaticais necessários para a organização da linguagem formal/informal;
- Observação da entonação e da pontuação na oralidade.

Contextos situacionais

- Apresentações formais e informais;
- Expressões mais usuais de cumprimento ao telefone, no local de trabalho, entre outros;
- Roteiro de atendimento padronizado;
- Ambientes específicos da área de atuação profissional;
- Profissões e áreas profissionais.

Terminologias técnicas e científicas e vocabulários específicos da área de atuação técnica:

- Dicionários bilíngues, vocabulários, glossários de termos técnicos;
- Significados de termos técnicos, sinônimos, antônimos, siglas, abreviações;
- Estruturas morfossintáticas e semânticas do vocabulário técnico, empréstimos de outras línguas e áreas.

Carga horária (horas-aula): 80

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.5 SOCIOLOGIA	
Função: Contextualização sociocultural	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar critérios e aplicar procedimentos na análise e problematização dos processos produtivos e tecnológicos.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Comprometer-se com a igualdade de direitos. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.	
Competências	Habilidades
1. Analisar instrumentos e métodos quantitativos e qualitativos de pesquisa para estudo das relações sociais. 2. Identificar relações entre indivíduos e instituições sociais em suas influências e transformações mútuas. 3. Analisar aspectos que envolvem as relações sociais e trabalhistas.	1.1 Pesquisar métodos utilizados para analisar relações sociais. 1.2 Organizar métodos e aplicações das ciências sociais para estudar relações sociais. 1.3 Utilizar instrumentos quantitativos e qualitativos de pesquisa para mensurar características relacionadas a fatores sociais e ambientais. 2.1 Detectar fatores sociais, políticos, econômicos e culturais que interferem ou influenciam nas relações humanas. 2.2 Indicar elementos e processos culturais que representam mudanças ou registram continuidades/permanências no processo social. 2.3 Distinguir elementos culturais de diferentes origens e processos de aculturação. 3.1 Empregar critérios e procedimentos próprios na análise, interpretação e crítica de ideias expressas oralmente e por escrito. 3.2 Utilizar produtos veiculados pelos meios de comunicação para problematizações da atualidade e do processo de socialização. 3.3 Identificar movimentos de ruptura de paradigmas e relacioná-los à estrutura social e ao momento histórico. 3.4 Identificar as transformações no mundo do trabalho: processos, organização, divisão e relações de trabalho.
Conhecimentos/Temas	
Perspectivas discursivas à luz da análise sociológica • Aplicação do método sociológico na distinção de senso comum e senso crítico. Interpretações das teorias sociológicas nas dimensões cultural, política e ética Transformações e evolução da concepção do trabalho sob a ótica da análise sociológica	
Carga horária (horas-aula): 40	

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

III.6 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA APLICADA AO MARKETING	
Função: Estudo de orçamento para campanhas	
Classificação: Execução e Controle	
Atribuições e Responsabilidades	
Realizar a formação de preço de vendas. Efetuar orçamentos de campanha (<i>budget</i>).	
Atribuições Empreendedoras	
Planejar ações mais eficazes. Mapear problemas e dificuldades nas etapas dos processos.	
Valores e Atitudes	
Desenvolver a criticidade. Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.	
Competências	Habilidades
1. Correlacionar os pontos essenciais de uma política econômica e sua aplicação no planejamento.	1.1 Aplicar os conhecimentos de Economia nas organizações empresariais e na área mercadológica.
2. Contextualizar fatos históricos e factuais sobre atividades econômicas.	2.1 Pesquisar informações econômicas e financeiras. 2.2 Elaborar planilhas e gráficos que representem o momento econômico. 2.3 Caracterizar os cenários econômicos na área de atuação da organização.
3. Interpretar estudos, relatórios e pesquisas econômicas.	3.1 Coletar dados econômicos de mercado. 3.2 Compilar informações sobre o cenário macroeconômico para a tomada de decisão.
4. Analisar o impacto das finanças para o custeio das estratégias de marketing.	4.1 Interpretar os conceitos e fundamentos financeiros. 4.2 Correlacionar os conceitos e princípios de custos e suas aplicações nos processos mercadológicos.
5. Identificar variáveis mercadológicas e financeiras que interferem na formação de preços.	5.1 Efetuar formação de preço de venda de produtos e serviços. 5.2 Ajustar preços praticados conforme estratégia empresarial. 5.3 Controlar custos, despesas sobre os produtos e serviços comercializados.
6. Analisar ferramentas de planejamento e controle financeiro voltadas para a área de marketing.	6.1. Elaborar orçamento de campanha (<i>budget</i>) com o uso de planilhas eletrônicas. 6.2. Coletar informações de mercado para o planejamento financeiro. 6.3. Interpretar dados financeiros para assessorar nas tomadas de decisões da empresa.
Orientações	

Para estimular a capacidade de mapear problemas e desenvolver ações mais eficazes, sugere-se o desenvolvimento de projetos interdisciplinares com outros componentes curriculares, tais como: “Modelos de Negócios” e “Promoção de Vendas e *Merchandising*”. O desenvolvimento de orçamentos dos projetos com o uso de planilhas eletrônicas oferece importantes oportunidades para a compreensão de fatores críticos e limitadores da atuação do profissional de marketing.

Bases Tecnológicas

Introdução à teoria Econômica

- Aspectos econômicos históricos.

Economia do Brasil

- Formação econômica e social do Brasil:
 - ✓ componentes da economia;
 - ✓ estado;
 - ✓ pessoas físicas;
 - ✓ pessoas jurídicas;
 - ✓ organizações sociais.

Microeconomia

- Agentes econômicos:
 - ✓ teoria das empresas;
 - ✓ teoria do consumidor;
- As forças de mercado da oferta e da demanda.

Macroeconomia

- Contabilidade nacional, componentes do consumo;
- Teoria Monetária e Sistema Financeiro:
 - ✓ inflação, taxas de juros.

A influência das relações preço, oferta e demanda

Instituições financeiras atuantes em âmbito global

Conceitos e fundamentos financeiros

- importância das finanças empresariais;
- origem de recursos financeiros: capital próprio e de terceiros;
- custos, despesas e receitas.

Formação de preço

- Composição do preço de venda:
 - ✓ custo, despesa e margem de lucro.
- *Mark-up*;
- Relação entre custo e qualidade;
- Seleção de objetivo na determinação de preço:
 - ✓ sobrevivência;
 - ✓ maximização do lucro atual;
 - ✓ maximização da participação do mercado;
 - ✓ desnatamento máximo do mercado;
 - ✓ liderança na qualidade do produto.

Política de créditos nas vendas - características, vantagens e desvantagens

- Descontos;

- Venda à vista;
- Venda a prazo:
 - ✓ pagamento com cartão de crédito;
 - ✓ pagamento em cheque;
 - ✓ financiamentos;
 - ✓ crediário.

Budget: orçamento por departamento

- Alocação dos recursos;
- Definição de verba;
- Planilha de controle de recursos;
- Planejamento de *budget* para o próximo exercício.

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.7 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	
Função: Estudo de canais de distribuição de produtos e serviços	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Auxiliar na escolha de canais de distribuição aplicáveis ao modelo de negócio.	
Atribuições Empreendedoras	
Planejar ações mais eficazes. Analisar métodos de execução mais econômicos.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a pontualidade. Incentivar o diálogo e a interlocução. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar conceitos e decisões de marketing na distribuição.	1.1 Identificar os fundamentos básicos e componentes do canal de marketing. 1.2 Identificar a estrutura e características dos canais de marketing. 1.3 Identificar as funções e níveis dos canais de marketing e seus fluxos.
2. Identificar a configuração e o sistema de distribuição dos canais de marketing.	2.1 Caracterizar os canais de marketing pela natureza do produto e do tipo de mercado. 2.2 Identificar os tipos e características dos intermediários.
3. Aplicar estratégia de gestão de marketing nos canais de distribuição.	3.1 Identificar o processo de administração da distribuição nos canais em relação à estratégia, seleção dos canais e gerenciamento de relações. 3.2 Empregar normas, política e ética nos canais de distribuição.
4. Relacionar os sistemas de distribuição de mercadorias e os canais de marketing.	4.1 Distinguir os tipos de embalagens mais utilizadas na distribuição do produto. 4.2 Caracterizar as condições do sistema de distribuição para cada tipo de embalagem.
Orientações	
Para planejar ações mais eficazes e analisar métodos de execução mais econômicos recomenda-se a análise de estudos de caso que contemplem os desafios das organizações para gerir os canais de distribuição.	
Visitas técnicas em indústrias e centros de distribuição oferecem experiências interessantes para contextualizar informações e conceitos desenvolvidos em sala de aula.	
Bases Tecnológicas	
Conceito e decisões de distribuição • Objetivo do canal de distribuição; • Funções do canal de distribuição. Tipos de canais de distribuição	

- Força de vendas;
- Representantes comerciais;
- Distribuidores;
- Revendedores;
- Mala direta;
- *Telemarketing*;
- Comércio digital;
- Agentes;
- Venda direta;
- VARs (*Value Added Resellers*);
- Híbrido;
- entre outros.

Canais de distribuição e a logística

- Noções de SCM (*Supply Chain Management*):
 - ✓ compras e suprimentos;
 - ✓ armazenagem;
 - ✓ leiaute de armazém;
 - ✓ estoques;
 - ✓ embalagens;
 - ✓ transporte.

Tipos de Mercado

- Varejo;
- Atacado;
- Atacarejo;
- Mercado organizacional.

Níveis de canais de distribuição de produtos e serviços

- Nível zero:
 - ✓ venda direta;
- Nível um:
 - ✓ fabricante – varejista - consumidor;
- Nível dois:
 - ✓ fabricante – atacadista – varejista - consumidor;
- Nível três:
 - ✓ fabricante – atacadista – vendedor especializado – varejista - consumidor.

Níveis e distribuição

- Exclusiva;
- Seletiva;
- Intensiva.

Distribuição por canais eletrônicos

Regulamentos de Canais de Distribuição

- Legislação;
- Normas e políticas.

Relação entre distribuição física e canais de distribuição

Tipos e intermediários do canal de distribuição

Canal de distribuição reverso

Tipos de embalagens

- Unitária;
- Distribuição;
- Unitizada.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
----------------	----	---------------------------------	----	--------------	----------------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza/SP

III.8 LEGISLAÇÃO DE MERCADO	
Função: Aplicação de normas e regulamentos na comunicação mercadológica e institucional	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver peças de comunicação de produtos e serviços em atendimento a normas, regulamentos e legislação.	
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Distinguir direitos e deveres das pessoas naturais e jurídicas.	1.1 Identificar os direitos de pessoas naturais e jurídicas.
2. Interpretar o negócio jurídico e analisar os tipos de obrigações e contratos, compreendendo suas características.	2.1 Identificar as características do negócio jurídico; 2.2 Identificar as espécies de obrigações previstas no Código Civil; 2.3 Identificar as características de contratos de compra, venda e prestação de serviços e outros documentos. 2.4 Redigir contratos de compra e venda de bens e serviços e outros documentos legais.
3. Identificar normas e legislações que regulamentam as atividades de marketing.	3.1 Aplicar a legislação que regulamenta as relações e atividades comerciais no país. 3.2 Pesquisar entidades reconhecidas como representantes na área de marketing.
4. Analisar os direitos e obrigações de fornecedores e consumidores conforme disposições da Lei.	4.1 Identificar direitos e obrigações dos clientes nas relações de consumo. 4.2 Aplicar o Código de Defesa do Consumidor em diversas transações comerciais. 4.3 Zelar pelos direitos do consumidor, inclusive em transações realizadas no comércio eletrônico.
5. Analisar as diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) para a criação de campanhas e ações de marketing.	5.1 Identificar tópicos relevantes do Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária para o desenvolvimento de ações e campanhas de marketing. 5.2 Selecionar normas e orientações pertinentes ao ramo de atuação. 5.3 Pesquisar reclamações e decisões do CONAR. 5.4 Contextualizar a ação do CONAR referente à publicidade e propaganda infantil.
Bases Tecnológicas	
Direito Civil • Pessoas naturais e jurídicas; • Obrigações; • Noções gerais sobre negócios jurídicos;	

- Noções e modalidades de contratos.

Técnicas para elaboração de contratos comerciais

- Cláusulas;
- Normas que regulam os contratos comerciais;
- Confeção do documento.

Entidades que representam a área de Marketing

- ABP (Associação Brasileira de Propaganda);
- ABMN (Associação Brasileira de Marketing e Negócios);
- ABMD (Associação Brasileira de Marketing Direto).

Código de Defesa do Consumidor

- Direitos básicos do consumidor;
- Qualidade de produtos e serviços;
- Prevenção e reparação dos danos;
- Proteção à saúde e segurança;
- Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço;
- Responsabilidade por vício do produto e do serviço;
- Práticas comerciais;
- Disposições gerais;
- Oferta;
- Publicidade;
- Práticas abusivas;
- Cobrança de dívidas;
- Bancos de dados e cadastros de consumidores;
- Sanções administrativas;
- Direito do Consumidor aplicado ao comércio eletrônico.

Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR

- Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária;
- Rito processual.

Publicidade e propaganda infantil

- Mercado atual;
- Limitações legais/normatização;
- Tendência futura.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
----------------	-----------	-----------------------------	-----------	--------------	----------------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.9 MARKETING DE RELACIONAMENTO	
Função: Ações e estratégias de fortalecimento para o relacionamento com clientes	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Elaborar planos de fidelização de clientes. Atualizar sistemas de CRM para estabelecer relacionamento com clientes.	
Atribuições Empreendedoras	
Analisar resultados. Planejar ações mais eficazes. Elaborar novas práticas para otimização de resultados.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Tratar com cordialidade. Incentivar a pontualidade.	
Competências	Habilidades
1. Elaborar plano de lealdade e relacionamento com o cliente.	1.1 Identificar a função do marketing direto e de relacionamento. 1.2 Caracterizar o perfil e comportamento dos clientes. 1.3 Diferenciar modelos de retenção de clientes. 1.4 Implantar diferentes modelos e programas de lealdade. 1.5 Gerenciar ferramentas de controle e de tangibilização para a lealdade de clientes.
2. Estruturar base de dados para gerenciamento do relacionamento com o cliente.	2.1 Coletar dados para acompanhamento de ações e comportamento dos clientes. 2.2 Criar um sistema de atendimento cativante que ajude a conquistar o cliente.
3. Analisar o processo de pós-venda em relação à lealdade ao cliente.	3.1 Aplicar os conceitos de qualidade e serviços na percepção e satisfação do cliente. 3.2 Identificar junto ao cliente no pós-venda qual é a importância do produto no seu dia-a-dia 3.4 Elencar as ações da empresa direcionadas aos clientes no pós-vendas 3.5 Criar ações de retorno aos clientes para obter o resultado desejado.
Orientações	
Para estimular a capacidade de criação de novas práticas mais eficazes e otimização de resultados nas organizações, sugere-se a análise de estudos de caso. Projetos que simulem a aplicação de práticas e estratégias de marketing de relacionamento também corroboram para o desenvolvimento dessas atribuições empreendedoras.	
Optou-se por substituir o termo “fidelização do cliente” por “lealdade do cliente”, pois as novas literaturas sobre marketing fazem referência à nova terminologia por esta retratar que o consumidor é leal às empresas e a fidelização indica submissão incondicional à marca.	
Bases Tecnológicas	

Marketing direto

- Contribuição da tecnologia para o desenvolvimento dos contatos;
- Comunicação personalizada.

Marketing de relacionamento

- Conceito;
- Definição.

O Cliente

- Definição:
 - ✓ Cliente externo;
 - ✓ Cliente pessoal;
 - ✓ Cliente da concorrência;
 - ✓ Cliente interno.

Retenção de clientes

- Cliente fiel x novo cliente implicações gerenciais e financeiras;
- Planejamento para retenção do cliente.

CRM - *Customer Relationship Management* (Gerenciamento da Relação com o Cliente)

- Relação entre marketing de relacionamento e CRM.

Database

- Importância do banco de dados;
- Como implantar um banco de dados;
- Big data;
- Sim (Sistema de Informação de Marketing).

Técnicas e programas de lealdade

- Implantação;
- Tipos de programas de lealdade;
- Técnicas de tangibilização para a lealdade de clientes.

Qualidade, serviços ao cliente e pós-venda

- Componentes-chave do marketing de relacionamento.

Sistema de atendimento ao cliente

- Cativar e conquistar o cliente pelo atendimento eficiente.

Ações direcionadas ao cliente no pós-venda

- Fomentar o feedback dos clientes.

Carga horária (horas-aula)

Teoria	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
--------	----	----------------------	----	-------	---------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.10 MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE	
Função: Estudos de comunicação digital com públicos de interesse.	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar ferramentas de marketing digital. Criar campanhas de marketing digital alinhadas ao plano de comunicação. Elaborar textos comerciais, conteúdo para <i>blogs</i> , <i>sites</i> , mídias sociais e roteiros para vídeos corporativos.	
Atribuições Empreendedoras	
Analisar resultados. Planejar ações mais eficazes. Elaborar novas práticas para otimização dos resultados.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Estimular a organização. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Distinguir as mídias digitais e suas aplicações na estratégia de comunicação.	1.1 Identificar os tipos e formas de mídias digitais. 1.2 Selecionar o tipo de mídia digital relevante ao seu público-alvo.
2. Produzir campanhas digitais para os diversos tipos de público-alvo.	2.1 Criar ações e campanhas de comunicação digitais em redes sociais, <i>sites</i> e vídeos. 2.2 Utilizar linguagem pertinente ao tipo de mídia social selecionada.
3. Analisar o processo de vendas em mercados eletrônicos e digitais.	3.1 Planejar o desenvolvimento de vendas em plataforma digital – <i>e-commerce</i> . 3.2 Identificar a plataforma adequada para suprir as necessidades de clientes.
Orientações	
Para estimular a capacidade de análise de resultados e aplicação de ações mais eficazes, sugere-se o desenvolvimento de aulas práticas que ofereçam ao aluno a oportunidade de analisar <i>sites</i> e relatórios produzidos pelas redes sociais. A criação de campanhas e a mensuração de resultados também facilitam a contextualização e o desenvolvimento de competências e habilidades pretendidas.	
Bases Tecnológicas	
O mercado de comunicação digital e seus agentes - Consumidor, vendedores, distribuidores e meios de pagamentos. Comunicação digital em sites e hotspots <i>E-commerce</i> - O comércio digital - Forma de venda; - Distribuição e entrega; - Meios de pagamento; - Segurança; - Pós-Venda e relacionamento; - Certificação SSL (<i>Secure Socket Layer</i>). Ferramentas de buscas e os <i>links</i> patrocinados (SEM - <i>Search Engine Marketing</i>)	

- *Google ADS;*
- Busca Orgânica;
- *SEO - Search Engine Optimization;*
- Tags e Metatags;
- Palavras Chaves;
- *Google Analytics.*

Mídia Online - Mídia *display* no mundo digital

- Conceitos e diferenças da propaganda tradicional.

Mobile Marketing - a comunicação *on-line* na mobilidade

Mídias sociais (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*)

- Conceitos;
- Técnicas;
- Relevância de conteúdo;
- Estratégias de divulgação.

Tipos de publicidade digital

- *Banners;*
- Publicidade em *blogs*;
- *E-mail Marketing;*
- *Vídeo Advertising;*
- *Remarketing.*

Carga horária (horas-aula)

Teoria	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
--------	----	----------------------	----	-------	---------------

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.11 MARKETING INSTITUCIONAL	
Função: Ações de marketing institucional	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Implementar ações que viabilizem o posicionamento da marca. Elaborar peças de comunicação institucional para marcas, associando-as a valores sociais, ambientais e culturais.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Planejar ações mais eficazes. Reconhecer cenários vigentes.	
Valores e Atitudes	
Incentivar o diálogo e a interlocução. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	Habilidades
1. Distinguir a comunicação institucional e a comunicação publicitária.	1.1 Definir os tipos e formas de comunicação com o ambiente externo. 1.2 Colaborar na criação e desenvolvimento das declarações institucionais.
2. Analisar o posicionamento da imagem da marca no mercado.	2.1. Definir posicionamento da imagem da marca ou empresa. 2.2. Avaliar a percepção do posicionamento da marca no mercado.
3. Diagnosticar as ações e estratégias de gestão da imagem corporativa.	3.1 Definir estratégias de comunicação institucional para a imagem da marca ou empresa. 3.2 Definir ações de gestão da imagem corporativa.
4. Identificar ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social.	4.1 Contribuir para o desenvolvimento de estratégias de marketing que atendam aos valores sociais vigentes. 4.2 Reconhecer a importância da responsabilidade social para a imagem corporativa.
Orientações	
Para reconhecer cenários e planejar ações e projetos de forma eficaz, recomenda-se análise de estudos de caso de empresas que se destacaram em ações institucionais e alcançaram o posicionamento de mercado previsto em seu planejamento estratégico.	
Bases Tecnológicas	
Comunicação institucional e a comunicação publicitária - Formas e diferenças. Declarações institucionais - Missão; - Visão; - Valores e princípios. Diagnóstico e posicionamento da imagem institucional: imagem interna e externa	

Gerenciamento da imagem da marca

- Estratégias de escolha da adoção de ações para a comunicação institucional e mercadológica;
- Planejamento da comunicação institucional e mercadológica da imagem da marca;
- *Branding*;
- *Brand equity*.

Estratégias de comunicação

- Institucional;
- Identidade corporativa;
- Imagem corporativa;
- Imagem da marca;
- Imagem do produto;
- Comunicação interna (*endomarketing*).

Tipos de propaganda institucional

- Propaganda institucional de propósito comercial;
- Propaganda institucional de relações públicas;
- Propaganda institucional de interesse público.

Gestão de imagem corporativa – governança corporativa

Responsabilidade Social, ambiental e o terceiro setor – *Marketing Verde*

- Cidadania empresarial e responsabilidade social;
- Gerenciamento de projetos sociais e estruturas organizacionais inovadoras;
- *Marketing* social e estratégias de comunicação no contexto das organizações do terceiro setor;
- Desenvolvimento sustentável (meio ambiente);
- *Marketing* cultural.

Carga horária (horas-aula)

Teoria	80	Prática Profissional	00	Total	80 Horas-aula
--------	----	----------------------	----	-------	---------------

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.12 PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING	
1º SEMESTRE	
Função: Estudo e Planejamento	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Estimular ações que promovam a cooperação. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	Habilidades
1. Analisar dados e informações obtidas de pesquisas empíricas e bibliográficas.	1.1 Identificar demandas e situações-problema no âmbito da área profissional. 1.2 Identificar fontes de pesquisa sobre o objeto em estudo. 1.3 Elaborar instrumentos de pesquisa para desenvolvimento de projetos. 1.4 Constituir amostras para pesquisas técnicas e científicas, de forma criteriosa e explicitada. 1.5 Aplicar instrumentos de pesquisa de campo.
2. Propor soluções parametrizadas por viabilidade técnica e econômica aos problemas identificados no âmbito da área profissional.	2.1 Consultar Legislação, Normas e Regulamentos relativos ao projeto. 2.2 Registrar as etapas do trabalho. 2.3 Organizar os dados obtidos na forma de textos, planilhas, gráficos e esquemas.
Observação	
O produto a ser apresentado deverá ser constituído de umas das tipologias estabelecidas conforme Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico Nº 354, de 25-02-2015, parágrafo 3º, mencionadas a seguir: Novas técnicas e procedimentos; Preparações de pratos e alimentos; Modelos de Cardápios – Ficha técnica de alimentos e bebidas; Softwares, aplicativos e EULA (End Use License Agreement); Áreas de cultivo; Áudios e vídeos; Resenhas de vídeos; Apresentações musicais, de dança e teatrais; Exposições fotográficas; Memorial fotográfico; Desfiles ou exposições de roupas, calçados e acessórios; Modelo de Manuais; Parecer Técnico; Esquemas e diagramas; Diagramação gráfica; Projeto técnico com memorial descritivo; Portfólio; Modelagem de Negócios; Planos de Negócios.	
Orientações	
Para desenvolver as atribuições empreendedoras propostas sugere-se que os projetos de TCC contemplem ações inovadoras em mercados específicos.	
Bases Tecnológicas	
Estudo do cenário da área profissional - Características do setor: ✓ macro e microrregiões. - Avanços tecnológicos; - Ciclo de vida do setor;	

- Demandas e tendências futuras da área profissional;
- Identificação de lacunas (demandas não atendidas plenamente) e de situações-problema do setor.

Identificação e definição de temas para o TCC

- Análise das propostas de temas segundo os critérios:
 - ✓ pertinência;
 - ✓ relevância;
 - ✓ viabilidade.

Definição do cronograma de trabalho

Técnicas de pesquisa

- Documentação indireta:
 - ✓ pesquisa documental;
 - ✓ pesquisa bibliográfica.
- Técnicas de fichamento de obras técnicas e científicas;
- Documentação direta:
 - ✓ pesquisa de campo;
 - ✓ pesquisa de laboratório;
 - ✓ observação;
 - ✓ entrevista;
 - ✓ questionário.
- Técnicas de estruturação de instrumentos de pesquisa de campo:
 - ✓ questionários;
 - ✓ entrevistas;
 - ✓ formulários, entre outros.

Problematização

Construção de hipóteses

Objetivos

- Geral e específicos (para quê? para quem?).

Justificativa (por quê?)

2º SEMESTRE	
Função: Desenvolvimento e Gerenciamento de Projetos	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Analisar resultados. Reconhecer cenários vigentes.	
Valores e Atitudes	
Socializar os saberes. Desenvolver a organização. Estimular ações que promovam a cooperação.	
Competências	Habilidades

1. Planejar as fases de execução de projetos com base na natureza e na complexidade das atividades.	1.1 Consultar diversas fontes de pesquisa: catálogos, manuais de fabricantes, glossários técnicos, entre outros. 1.2 Comunicar ideias de forma clara e objetiva por meio de textos escritos e de explicações orais.
2. Avaliar as fontes e recursos necessários para o desenvolvimento de projetos.	2.1 Definir recursos necessários e plano de produção. 2.2 Classificar os recursos necessários para o desenvolvimento do projeto. 2.3 Utilizar de modo racional os recursos destinados ao projeto.
3. Avaliar a execução e os resultados obtidos de forma quantitativa e qualitativa.	3.1 Verificar e acompanhar o desenvolvimento do cronograma físico-financeiro. 3.2 Redigir relatórios sobre o desenvolvimento do projeto. 3.3 Construir gráficos, planilhas, cronogramas e fluxogramas. 3.4 Organizar as informações, os textos e os dados, conforme formatação definida.
Observação	
A apresentação descrita deverá prezar pela organização, clareza e domínio na abordagem do tema. Cada habilitação profissional definirá, por meio de regulamento específico, dentre os “produtos” a seguir, qual corresponderá à apresentação escrita do TCC, a exemplo de: Monografia; Protótipo com Manual Técnico; Maquete com respectivo Memorial Descritivo; Artigo Científico; Projeto de Pesquisa; Relatório Técnico.	
Orientações	
Para desenvolver as atribuições empreendedoras propostas, sugere-se que os projetos de TCC contemplem ações inovadoras em mercados específicos, promovendo a cooperação entre os membros dos grupos e entre a sala.	
Bases Tecnológicas	
Referencial teórico da pesquisa • Pesquisa e compilação de dados; • Produções científicas, entre outros. Construção de conceitos relativos ao tema do trabalho e definições técnicas • Definições dos termos técnicos e científicos (enunciados explicativos dos conceitos); • Terminologia (conjuntos de termos técnicos e científicos próprios da área técnica); • Simbologia, entre outros. Escolha dos procedimentos metodológicos • Cronograma de atividades; • Fluxograma do processo. Dimensionamento dos recursos necessários para execução do trabalho Identificação das fontes de recursos Organização dos dados de pesquisa • Seleção; • Codificação;	

- Tabulação.

Análise dos dados

- Interpretação;
- Explicação;
- Especificação.

Técnicas para elaboração de relatórios, gráficos, histogramas

Sistemas de gerenciamento de projeto

Formatação de trabalhos acadêmicos

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	00	Prática Profissional	120	Total	120 Horas-aula

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

III.13 PLANO DE MARKETING	
Função: Estudos para elaboração do plano de marketing	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Elaborar plano de mídia. Operacionalizar etapas do plano de comunicação. Pesquisar tipos de mídias aplicáveis ao plano de comunicação. Elaborar relatórios sobre custos e formatos de mídias disponíveis.	
Atribuições Empreendedoras	
Analisar resultados. Elaborar comparativos de metas e resultados.	
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Desenvolver ações de marketing de acordo com as metas estratégicas da organização.	1.1 Avaliar ambiente interno e externo da organização. 1.2 Interpretar informações coletadas no micro e macroambientes para tomada de decisão. 1.3 Criar ações de marketing com base nas características e objetivos do negócio.
2. Implantar ações definidas no plano estratégico de marketing.	2.1 Mapear recursos disponíveis para ações de marketing. 2.2 Desenvolver o plano e as estratégias de comunicação. 2.3 Aprovar material de comunicação. 2.4 Viabilizar a execução do plano de marketing. 2.5 Contatar agência de publicidade e fornecedores.
3. Analisar resultados das ações estratégicas de marketing implantadas.	3.1 Coletar resultados de indicadores mercadológicos alinhados aos objetivos estratégicos. 3.2 Comparar indicadores mercadológicos antes e depois da implantação das ações. 3.3 Interpretar resultados e propor aprimoramentos nas ações.
Orientações	
Este componente curricular apresenta conceitos desenvolvidos de modo introdutório em outros módulos e visa à contextualização e articulação dos elementos que compõem o plano de marketing. Recomenda-se o desenvolvimento de projetos que contemplem a criação de um plano de marketing para uma organização (fictícia ou real) de modo que o aluno articule os conhecimentos desenvolvidos ao longo do curso.	
Bases Tecnológicas	
Plano de Marketing – Etapas elementares • Análise de ambiente; • Definição de público alvo; • Definição de posicionamento de mercado; • Gestão de marcas;	

- Definição de metas e objetivos:
 - ✓ aumento das vendas;
 - ✓ posicionamento;
 - ✓ ativação de público;
 - ✓ relacionamento;
 - ✓ outros.
- Seleção de estratégias de marketing;
- Elaboração do composto de marketing (*Mix marketing*):
 - ✓ produto (criação de produtos e serviços);
 - ✓ preço (definição do preço de venda);
 - ✓ praça (definição de canais de vendas e experiências de consumo);
 - ✓ promoção.

Plano de comunicação

- Tipos de Mídia:
 - ✓ tv;
 - ✓ rádio;
 - ✓ internet;
 - ✓ jornal;
 - ✓ revista;
 - ✓ outros.
- Estratégias de mídia;
- Desenvolvimento de linguagem, peças e comunicação;
- *Budget* – orçamento do plano.

Avaliação e controle dos resultados do Plano de marketing

- Principais metas e métricas:
 - ✓ visualizações;
 - ✓ engajamento;
 - ✓ *market share*;
 - ✓ volume de vendas;
 - ✓ outros.
- Análise de resultados;
- Desenvolvimento de ações corretivas ou replanejamento.

Carga horária (horas-aula)

Teoria	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
---------------	----	---------------------------------	----	--------------	----------------------

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.

Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.

Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: <https://crt.cps.sp.gov.br/index.php>

4.5. Metodologia da Integração

O ensino-aprendizagem, na forma de oferecimento do Ensino Técnico Integrado ao Ensino Médio, deverá priorizar a integração, em todos os sentidos, entre a Formação Profissional (Ensino Técnico) e a Formação Geral (Ensino Médio), de modo a otimizar o tempo e os esforços de professores e alunos e os recursos disponíveis, para o objetivo comum de trabalhar as competências conjuntamente, de tal modo que elas se complementem e se inter-relacionem, por meio de projetos interdisciplinares e de diferentes tipos de atividades, nas quais as habilidades, conhecimentos e valores desenvolvidos nos componentes curriculares referentes à Formação Geral (Ensino Médio) sejam contextualizados e exercitados nas práticas da Formação Profissional.

Os componentes curriculares da Formação Geral (Ensino Médio) devem prover a Formação Profissional (Ensino Técnico) com as Bases Científicas necessárias ao desenvolvimento das Bases Tecnológicas requisitadas pela formação profissional, e as atividades práticas dos componentes profissionalizantes devem ser encaradas, também, como laboratórios de experiências para demonstração de teorias científicas na área das várias Ciências e da percepção e compreensão da importância de suas aplicações na produção e na geração de tecnologias diversas. Além disso, as Ciências poderão contribuir com os componentes curriculares profissionalizantes, a partir da análise de contextos históricos e geográficos, problemas e projetos.

A Matemática terá um vasto campo de aplicação na área de planejamento e gestão de recursos.

Também as comparações e relações entre diferentes linguagens, literaturas, manifestações artísticas urbanas e rurais possibilitarão maior conhecimento das sociedades humanas e ampliação do horizonte cultural dos alunos enquanto cidadãos e enquanto profissionais, com a inclusão de contribuições da cultura popular e da erudita, do conhecimento acadêmico e do saber construído na experiência vivida em atividades do trabalho.

Para que o desenvolvimento das competências pessoais do Técnico em formação seja exitoso, a ênfase dada à construção de valores será outro aspecto favorável desta forma de oferecimento do Ensino Técnico Integrado ao Ensino Médio.

Os professores dos componentes da Formação Geral e da Formação Profissional deverão planejar e replanejar seus trabalhos, avaliar os resultados alcançados e considerar os que demandarão novos esforços para que sejam atingidos.

Uma das formas de se garantir que isso aconteça é estabelecer o horário das aulas semanais de modo que os componentes do Ensino Médio e do Ensino Técnico que tenham mais relações entre si compartilhem do mesmo período de aula.

Também o planejamento de projetos produtivos, visitas técnicas, atividades práticas, trabalho de conclusão de curso (TCC), tarefas não presenciais, seminários, exposições, entre outros, devem ser elaborados em conjunto por professores dos componentes de forma colaborativa, visando à integração.

Essas orientações, os procedimentos didáticos e as práticas e atividades docentes e discentes, em todos os componentes curriculares dos cursos, deverão ser norteados pelos mesmos princípios pedagógicos.

4.5.1. Princípios Pedagógicos

A – Leitura crítica da realidade e inclusão construtiva na sociedade da informação e do conhecimento

Leituras críticas da realidade são os pressupostos de um tratamento inteligente e construtivo das informações disponíveis e possíveis de produzir conhecimento.

Analisar, interpretar e correlacionar teorias e sistemas conhecidos, e compará-los com experiências já vividas são procedimentos que incluem o cidadão na sociedade do conhecimento como seu próprio construtor, instrumentalizando-o a lidar estrategicamente com o objeto de sua investigação, a partir de diversos enfoques e com o subsídio de diferentes fontes.

B – A aprendizagem como processo de construção coletiva em situações e ambientes cooperativos

A aprendizagem enquanto construção coletiva precisa de um ambiente que proporcione o desenvolvimento deste processo, pautando-se na cooperação e nas relações de respeito mútuo. Esse ambiente deverá permitir maior ocorrência de processos cognitivos ou sociocognitivos, os quais proporcionam a percepção da realidade sob outros enfoques, o

exercício da argumentação, a percepção de suas contradições, a incorporação de conhecimentos trazidos pelos opositores, ou seja, coordenação entre pontos de vista e a possibilidade de se colocar no lugar do outro. As relações estabelecidas garantem o desenvolvimento de competências sociais, valores e atitudes éticas relacionadas à responsabilidade e à organização; permitem também as trocas efetivas de confiança, admiração, solidariedade e respeito, possibilitando ao aluno sentir-se motivado e envolvido.

C – Compartilhamento da responsabilidade do ensino-aprendizagem por professores e alunos

O professor compartilha a responsabilidade e o controle do ensino-aprendizagem com seus alunos: é ele quem propõe os objetivos das atividades educacionais, providencia as bases materiais, disponibiliza instrumentos para que os alunos trabalhem, lança desafios e estímulos para que eles desejem atuar – mas a efetivação da aprendizagem dependerá não apenas do professor, mas de os aprendizes se responsabilizarem também por ela, discutindo com ele as propostas, aceitando os desafios lançados e/ou sugerindo outros, utilizando os recursos que lhes foram oferecidos de acordo com suas possibilidades, necessidades e preferências, mobilizando suas capacidades pessoais e relacionando-se entre si e com o professor, para atingir as metas estabelecidas por meio da gestão participativa da aprendizagem.

D – Respeito à diversidade, valorização da subjetividade e promoção da inclusão

Mesmo em turmas pouco heterogêneas, diferentes são as características físicas, psicológicas e emocionais, as histórias de vida, as condições socioculturais, o ponto de partida, o ritmo de aprendizagem e a sociabilidade dos alunos, resultando dessas diferenças as facilidades ou dificuldades de cada um em se desenvolver, atingir os objetivos propostos para o ensino-aprendizagem, integrar-se ao grupo e sentir-se a ele pertencente. Em respeito à diversidade e ao direito à inclusão de todos, deve ser oferecida e disponibilizada aos alunos uma variedade de materiais, recursos didáticos, tecnologias, linguagens e contatos interpessoais que poderão atender às suas diferentes formas de ser, de aprender, de fazer e de conviver e a seus diferentes tipos de conhecimento, de interesse, de experiência de vida e de contextos de atuação.

E – Ética de identidade, estética da sensibilidade e política da igualdade

O desenvolvimento da ética da identidade busca o reconhecimento de sua própria identidade (educando) e a do outro, a possibilidade da convivência e a autonomia.

A estética da sensibilidade valoriza o empreendedorismo, a iniciativa, a criatividade, a beleza, a intuição, a limpeza, a organização, a ousadia e o respeito pela vida.

A política da igualdade busca o exercício da cidadania, o reconhecimento dos direitos humanos, a equidade no acesso à educação, saúde, emprego e o combate ao preconceito e à discriminação. Nas relações entre os que ensinam e os que aprendem, devem primar a liberdade de expressão e comunicação, a democratização da informação, o compartilhamento do poder de aprender e ensinar, a solidariedade, a cooperação e a equidade, o combate a preconceitos e a formas de trabalho que atentam contra a dignidade humana.

F – Autonomia e protagonismo

Identificar ou reconhecer as condições que lhe são apresentadas e aproveitá-las, tornando-se seu próprio mestre e, ao mesmo tempo, seu aprendiz, é a condição essencial para que o processo de desenvolvimento da competência de aprender a aprender seja desencadeado no aluno. Nessa etapa, é muito importante a presença do professor-orientador como mediador nas atividades e ações que possibilitarão ao educando descobrir e aplicar as teorias, as técnicas e as tecnologias de ensino-aprendizagem e, futuramente, dominá-las sem precisar de ajuda para isso.

G – Contextualização do ensino-aprendizagem

São contextualizados os processos de ensino-aprendizagem que estabelecem pontes entre a teoria e a prática, o desconhecido e o conhecido, o estudado e o vivido, o passado ou futuro e o presente, o importante e o interessante. Portanto, devem-se priorizar a construção e a produção de conhecimento no lugar da mera exposição-reprodução; os objetos de aprendizagem relacionados com as experiências vivenciadas pelo sujeito; o presente como ponto de partida e de chegada das pesquisas e dos projetos; situações relacionadas com o trabalho e a futura profissionalização.

H – Interdisciplinaridade e transdisciplinaridade

Na interdisciplinaridade, os diversos conhecimentos sobre um objeto – inter-relacionados por um eixo integrador e sob perspectivas e enfoques específicos – dialogam entre si, questionando, complementando, aprofundando ou esclarecendo-se uns aos outros,

embora continuem a manter sua autonomia, seus objetos específicos e suas fronteiras muito bem demarcadas, permitindo que o aluno compreenda o objeto do estudo em sua unicidade, integridade e completude. Quando a importância, o foco, o objetivo é transferido do objeto de estudo das disciplinas para as pessoas que o estudam, é porque o ensino-aprendizagem passou do domínio da interdisciplinaridade para o domínio da transdisciplinaridade. Nesse caso, as fronteiras de uma determinada área ou campo de atuação são ampliadas, com a incorporação de outras possíveis leituras da realidade e de conhecimentos, informações, abordagens e instrumentos diversos.

I – Problematização do conhecimento

Quando se trata de problematização do conhecimento, é de situações-problema que se fala, ou seja, de problemas que devem ser apresentados e solucionados, inseridos em uma determinada situação (real ou hipotética), considerando-se o conjunto de elementos, circunstâncias e características da situação em que ele acontece. Em outras palavras, a situação-problema é um problema contextualizado e tratado sob múltiplos enfoques. Para que uma questão levantada seja considerada "problema", pertinente para estimular ou avaliar o desenvolvimento do aluno, é necessário que desperte nele o desejo ou necessidade de respondê-la e que isso só seja possível mediante um esforço de sua parte para fazê-lo, mobilizando sua competência, seu tempo, seus recursos e informações, já incorporadas ou para ele apresentadas na própria situação em que o problema foi levantado.

J – Trabalho por projeto no desenvolvimento e na avaliação do ensino-aprendizagem

O planejamento de um projeto de ensino-aprendizagem deve ser discutido entre quem ensina e quem deseja aprender, o qual também deve ser autor se tal processo for realmente educativo. É importante que as atividades sejam planejadas e vividas sob a inspiração dos objetivos, metas e resultados finais projetados e que as avaliações sejam feitas possibilitando diagnósticos e ajustes. Trabalhar por projeto requer associações, parcerias, cooperação e compartilhamentos, mas também autonomia, iniciativa, automotivação e protagonismo. As experiências desenvolvidas em projeto educacional têm demonstrado que ele só é efetivo se for compartilhado, do começo ao fim, da concepção à execução e à avaliação, por todos aos quais ele diz respeito diretamente (professores e alunos), indiretamente (comunidade escolar) e, se o projeto envolver ações de intervenção na realidade social, à comunidade local e/ou outras que possam também estar envolvidas.

Fonte: Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (Ceeteps). **Atualização da Proposta de Currículo por Competências para o Ensino Médio**. Dez. 2011. Disponível em: <<http://www.cpscetec.com.br/curriculos/EnsinoMédio>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

4.5.2. Procedimentos Didáticos

Proposta de atividades a serem desenvolvidas:

- Dramatizações;
- Estudos de caso;
- Aulas expositivas;
- Trabalhos em equipe;
- Elaboração de portfólio;
- Relatos orais e relatórios escritos;
- Jogos, gincanas, campeonatos, festivais;
- Grupos de estudo, de discussão e debate;
- Pesquisas em livros, *sites*, jornais e outros;
- Exibição de filmes seguida ou precedida de debates;
- Pesquisas de campo e seminários de apresentação de resultados;
- Elaboração de projetos técnicos interdisciplinares referentes a comunidades diversas;
- Experimentos laboratoriais para observação, demonstração, teste, treinamentos de habilidades;
- Exposições de fotos; objetos; textos; trabalhos referentes a temas, atividades, acontecimentos, pesquisas, entre outros;
- Elaboração de manuais técnicos, cartilhas educativas, murais, jornais impressos, cartazes, vídeos, histórias em quadrinho;
- Elaboração e escrituração de diário de bordo, bloco de notas ou outras modalidades de registro de atividades, aprendizagens, desenvolvimento de pessoas e profissional entre outros.

4.6. Metodologia de Elaboração e Reelaboração Curricular e Público-alvo da Educação Profissional

A cada novo paradigma legal da Educação Profissional e Tecnológica, o Centro Paula Souza executa as adequações cabíveis desde o paradigma imediatamente anterior, da organização de cursos por área profissional até a mais recente taxonomia de eixos tecnológicos do Ministério da Educação – MEC.

Ao lado do atendimento à legislação (e de participação em consultas públicas, quando demandado pelos órgãos superiores, com o intuito de contribuir para as diretrizes e bases da Educação Profissional e Tecnológica), o desenvolvimento e o oferecimento de cursos técnicos em parceria com o setor produtivo/mercado de trabalho têm sido a principal diretriz do planejamento curricular da instituição.

A metodologia atualmente utilizada pelo Grupo de Formulação e Análises Curriculares constitui-se primordialmente nas ações/processos descritos a seguir:

1. Pesquisa dos perfis e atribuições profissionais na Classificação Brasileira de Ocupações – CBO – do Ministério do Trabalho e Emprego e, também, nas descrições de cargos do setor produtivo/mercado de trabalho, preferencialmente em parceria.
2. Seleção de competências, de habilidades e de bases tecnológicas, de acordo com os perfis profissionais e atribuições.
3. Consulta ao Catálogo Nacional de Cursos Técnicos do MEC, para adequação da nomenclatura da habilitação, do perfil profissional, da descrição do mercado de trabalho, da infraestrutura recomendada e da possibilidade de temas a serem desenvolvidos.
4. Estruturação de componentes curriculares e respectivas cargas horárias, de acordo com as funções do processo produtivo. Esses componentes curriculares são construídos a partir da descrição da função profissional subjacente à ideologia curricular, bem como pelas habilidades (capacidades práticas), pelas bases tecnológicas (referencial teórico) e pelas competências profissionais, a mobilização das diretrizes conceituais e das pragmáticas.
5. Mapeamento e catalogação das titulações docentes necessárias para ministrar aulas em cada um dos componentes curriculares de todas as habilitações profissionais.
6. Mapeamento e padronização da infraestrutura necessária para o oferecimento de cursos técnicos: laboratórios, equipamentos, instalações, mobiliário e bibliografia.

7. Estruturação dos planos de curso, documentos legais que organizam e ancoram os currículos na forma de planejamento pedagógico, de acordo com as legislações e fundamentações socioculturais, políticas e históricas, abrangendo justificativas, objetivos, perfil profissional e organização curricular, aproveitamento de experiências, de conhecimentos e avaliação da aprendizagem, bem como infraestrutura e pessoal docente, técnico e administrativo.
8. Validação junto ao público interno (Unidades Escolares) e ao público externo (Mercado de Trabalho/Setor Produtivo) dos currículos desenvolvidos.
9. Estruturação e desenvolvimento de turma-piloto para cursos cujos currículos são totalmente inéditos na instituição e para cursos não contemplados pelo MEC, em seu Catálogo Nacional de Cursos Técnicos.
10. Capacitação docente e administrativa na área de Currículo Escolar.
11. Pesquisa e publicação na área de Currículo Escolar.

O público-alvo da produção curricular em Educação Profissional e Tecnológica constitui-se nos trabalhadores de diferentes arranjos produtivos e níveis de escolarização, que precisam ampliar sua formação profissional, bem como em pessoas que iniciam ou que desejam migrar para outras áreas de atuação profissional.

4.7. Enfoque Pedagógico

Constituindo-se em meio para guiar a prática pedagógica, o currículo organizado a partir de competências será direcionado para a construção da aprendizagem do aluno enquanto sujeito do seu próprio desenvolvimento. Para tanto, a organização do processo de aprendizagem privilegiará a definição de objetivos de aprendizagem e/ou questões geradoras, que orientam e estimulam a investigação, o pensamento e as ações, assim como a solução de problemas.

Dessa forma, a problematização e a interdisciplinaridade, a contextualização e os ambientes de formação se constituem ferramentas básicas para a construção das habilidades, atitudes e informações relacionadas às competências requeridas.

4.7.1. Fortalecimento das competências relativas ao Empreendedorismo

Atualmente, dos cursos existentes (98 Habilitações Profissionais – modalidade concomitante ou subsequente ao Ensino Médio, dessas, 37 Habilitações Profissionais

oferecidas na forma Integrada ao Ensino Médio, 33 Especializações Técnicas e 5 cursos de Formação Inicial e Continuada), aproximadamente 50% (cinquenta por cento) abordam transversalmente o tema “Empreendedorismo” ou apresentam explícito o componente curricular “Empreendedorismo” na respectiva matriz curricular.

As ações do Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac) visam a ampliar o tema, de maneira transversal. O referente projeto, que teve início em janeiro de 2014, desenvolve a proposta de inclusão do tema “Empreendedorismo” nos cursos em formulação/reformulação de todos os Eixos Tecnológicos. O contexto da proposta tem como foco o desenvolvimento de competências empreendedoras, que são de extrema importância para a formação do profissional contemporâneo. Assim, um conjunto de dez competências empreendedoras passa a fazer parte dos Planos de Curso, alinhadas com as habilidades e com as bases tecnológicas pertinentes aos componentes de foco comportamental, pragmático ou de planejamento. São elas:

1. Resolver problemas novos, partindo do uso consciente de ferramentas de gestão e da criatividade.
2. Comunicar ideias com clareza e objetividade, utilizando instrumental que otimize a comunicação.
3. Tomar decisões, mobilizando as bases tecnológicas para a construção da competência geral de análise da situação-problema.
4. Demonstrar iniciativa, antecipando os movimentos, ações e consequências dos acontecimentos do entorno.
5. Desenvolver a ação criativa, fazendo uso de visão sistêmica, conectando saberes e buscando soluções eficazes.
6. Desenvolver autonomia intelectual, encontrando caminhos alternativos para atingir metas de modo analítico e estratégico e em alinhamento com o meio produtivo.
7. Representar as regras de convivência democrática, atuando em grupo e interagindo com a diversidade social, buscando mensurar o impacto de suas ações na esfera social, e não apenas na esfera econômica.
8. Desenvolver e demonstrar visão estratégica, considerando os fatores envolvidos em cada questão e as metas pretendidas pelo setor produtivo em que se vê inserido.
9. Analisar aspectos positivos e aspectos negativos de cada decisão.
10. Planejar e estruturar ações empreendedoras com o objetivo de aprimorar a relação custo-benefício, criando estrutura estável e durável, em termos de trabalho e sustentabilidade econômica.

Como suporte ao desenvolvimento dessas competências, o projeto Empreendedorismo no Gfac implementa e capacita os docentes no uso de um conjunto de metodologias e ferramentas, praticadas pelos mercados atuais, como *Design Thinking*, *Business Model Generation* (BMG), Mapa de Empatia, Análise *SWOT – Strengths, Weaknesses Opportunities and Threats* (FOFA – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) – e outras, que estruturam o planejamento, a visão sistêmica, a integração social, a tomada de decisão e a autoavaliação dos alunos, permitindo aos docentes avaliarem, junto com os discentes, o processo de resolução de problemas, e não apenas respostas “corretas”.

O Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac) contempla os cursos elaborados e atualizados com uma abordagem temática do Empreendedorismo. Embora em alguns cursos o Empreendedorismo apareça em forma de componente, todos os cursos apresentam competências e atribuições gerais voltadas para a ação empreendedora adequada ao contexto de cada perfil profissional. Essas atribuições e competências gerais são desenvolvidas transversalmente em componentes específicos dos cursos, a partir do desenvolvimento de competências e de habilidades que contribuem para o desenvolvimento do perfil empreendedor. Além dos componentes de Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (PTCC) e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (DTCC), outros componentes presentes nos cursos também apresentam abordagem do tema Empreendedorismo, por comportarem competências e habilidades que contribuem para a formação integral do perfil técnico e empreendedor.

4.7.2. Fortalecimento das competências relativas à Língua Inglesa e a Comunicação Profissional em Língua Estrangeira

O Centro Paula Souza tem como uma de suas diretrizes a apreensão e a difusão do conhecimento globalizado, o que se dá, em grande medida, pela língua inglesa, com todos os conhecimentos e princípios técnicos e tecnológicos subjacentes.

O ensino da Língua Inglesa, no que concerne à Educação Profissional Técnica de Nível Médio, pauta-se no desenvolvimento de competências, de habilidades e de bases tecnológicas voltadas à comunicação profissional de cada área de atuação, de acordo com os conceitos e termos técnicos e científicos empregados.

São desenvolvidas habilidades linguísticas que envolvem a recepção e a produção da língua, com ênfase na interpretação de texto e na produção de alguns gêneros simples relacionados à comunicação de cada profissão, respeitando a atuação do profissional técnico, que pode ser expressada nos contextos de atendimento ao público, elaboração de

artigos, documentações técnicas e apresentações orais, entrevistas, interpretação e produção de textos de vários níveis de complexidade.

Nos cursos técnicos, a Língua Inglesa é trabalhada no componente curricular Inglês Instrumental (Inglês para Finalidades Específicas) e também no componente Língua Estrangeira Moderna – Inglês (que inclui comunicação profissional).

4.7.3. Fortalecimento das competências relativas à Língua Portuguesa e à Comunicação Profissional em Língua Materna

Nos cursos técnicos, a Língua Portuguesa é trabalhada nos componentes curriculares Linguagem, Trabalho e Tecnologia e Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional, além das especificidades de algumas habilitações.

As competências-chave de analisar, interpretar e produzir textos técnicos das diversas áreas profissionais são desenvolvidas nesses componentes, de acordo com as respectivas terminologias técnicas e científicas, nas modalidades oral e escrita de comunicação, visando à elaboração de gêneros textuais como cartas comerciais e oficiais, relatórios técnicos, memoriais, comunicados, protocolos, entre outros gêneros, considerando as características de cada área de atuação.

4.7.4. Fortalecimento das competências relativas à Matemática

Nos currículos das habilitações profissionais técnicas ofertadas na forma integrada ao Ensino Médio, a Matemática, que se constitui em uma área de Conhecimento Autônoma na Formação Geral no Brasil, como componente curricular, teve sua representatividade aumentada, com ênfase no desenvolvido das seguintes competências-chave, ao longo de três séries: “Interpretar, na forma oral e escrita, símbolos, códigos, nomenclaturas, instrumentos de medição e de cálculo para representar dados, fazer estimativas e elaborar hipóteses”; “Analisar regularidades em situações semelhantes para estabelecer regras e propriedades.”; “Analisar identidades ou invariantes que impõem condições para resolução de situações-problema.”; “Interpretar textos e informações da Ciência e da Tecnologia relacionados à Matemática e veiculados em diferentes meios.”; “Avaliar o caráter ético do conhecimento matemático e aplicá-lo em situações reais”; “Elaborar hipóteses recorrendo a modelos, esboços, fatos conhecidos, relações e propriedades”; “Analisar a Matemática como ciência autônoma, que investiga relações, formas e eventos e desenvolve maneiras próprias de descrever e interpretar o mundo”.

Pretende-se, em última instância, com esse fortalecimento do ensino da Matemática, desenvolver as capacidades práticas de utilizar o conhecimento matemático como apoio para avaliar as aplicações tecnológicas dos diferentes campos científicos e também de identificar recursos matemáticos, instrumentos e procedimentos para posicionar-se e argumentar sobre questões de interesse da comunidade.

Dessa maneira, a Matemática atende aos macro-objetivos de comunicação no mundo profissional e no mundo social, seja no percurso da cognição, seja na manifestação da expressão em relação aos fatos técnicos, científicos e também cotidianos.

4.7.5. Fortalecimento das competências relativas à Informática

Nos cursos técnicos, a Informática é trabalhada no componente curricular Aplicativos Informatizados, e em outros componentes que requerem especificidades para a utilização de *softwares* e *hardwares*.

Sinteticamente, são desenvolvidas as competências-chave de seleção e utilização de sistemas operacionais, *softwares*, aplicativos, plataformas de desenvolvimento de *websites* ou *blogs*, além de redes sociais para publicação de conteúdo na *internet* pertinentes a cada área de atuação.

4.7.6. Fortalecimento das competências relativas à Ética e Cidadania Organizacional

Nos cursos técnicos, a ética e a cidadania são trabalhadas no componente curricular Ética e Cidadania Organizacional.

Dentre as competências-chave, destacam-se a análise e a utilização do Código de Defesa do Consumidor, da Legislação Trabalhista, dos Regulamentos e Regras Organizacionais e dos Procedimentos para a Promoção da Imagem Organizacional.

São desenvolvidas habilidades que direcionam à identificação e utilização do código de ética da respectiva profissão, ao trabalho em equipe, ao respeito às diversidades e aos direitos humanos.

Com o referido componente, objetiva-se estimular práticas de responsabilidade social e de sustentabilidade na formação profissional e ética do cidadão.

4.7.7. Fortalecimento das competências pessoais, dos valores e das atitudes na conduta profissional

Na prática histórica de planejamento curricular das habilitações profissionais técnicas de nível médio do Centro Paula Souza, as competências pessoais, os valores e as atitudes na

conduta profissional estão sendo gradualmente fortalecidos e expressos, cada vez mais explicitamente, na redação dos componentes curriculares.

Concebemos as competências pessoais como capacidades teórico-práticas e comportamentais de um profissional técnico de uma área profissional ou eixo tecnológico, direcionadas ao convívio nos ambientes laborais, ao trabalho em equipe, à comunicação e interação, à pesquisa, melhoria e atualização contínuas, à conduta ética, e às boas práticas no ambiente organizacional.

Quanto aos valores e atitudes, definimos como uma macroclasse, que se constitui em um conjunto de princípios que direcionam a conduta ética de um profissional técnico no mundo do trabalho e na vida social, para o alcance do qual estão envolvidos todos os atores, ambientes, relações e subprocessos do ensino e da aprendizagem (alunos, professores, grupo familiar dos alunos, funcionários administrativos, entorno na comunidade escolar, organizados em ambientes didáticos e também fora deles, com o estabelecimento de relações intra, extra e transescolares, para a mediação e o alcance do conhecimento aplicável na atuação profissional, fim e meta primordial da Educação Profissional e Tecnológica).

Dessa forma, na orientação curricular do Centro Paula Souza para os cursos técnicos, não somente as competências e habilidades profissionais são o foco, mas também as competências individuais que levam a uma otimização da organização coletiva. Sob esse ponto de vista, há uma aproximação entre o sentido mais psicológico ou individualizante de competência, paralelamente (e conjuntamente) ao sentido mais prático e demonstrável de desempenho, que aproxima, sim, as competências às atribuições ou atividades de um cargo ou função, mas não as reduz à execução ou ao direcionamento excludente do conhecimento a uma ou outra “prática de mercado”, como querem algumas teorias e algumas críticas.

A capacidade de demonstrar as competências e fazê-las úteis a uma sociedade, a nosso ver, não limita, mas sim amplia as habilidades sociais e críticas dos indivíduos em seu papel de profissional, que não é o único papel de um ser na sociedade, obviamente, bem como amplia a atuação do professor e das sistemáticas educativas, no que concerne a um ensino significativo, avaliável e a serviço da sociedade.

4.7.8. Fortalecimento das competências relativas à elaboração de projetos e solução de problemas do mundo do trabalho

No Centro Paula Souza, a valorização dos aspectos culturais no currículo é manifestada na Educação por Projetos, nos trabalhos de conclusão de curso obrigatórios, no aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores e na própria educação por competências profissionais, cuja ênfase é a atuação profissional para a solução de problemas reais do mundo do trabalho e da vida do cidadão, ancorada histórica, social e politicamente, ou seja, contextualizada, com vistas à eficiência e à eficácia da Educação Escolar e ao desenvolvimento da autonomia do educando. A cultura é o fator comum entre sociedade, ideologia, História e conhecimento.

O ambiente virtual possibilita ao professor acesso a ferramentas de desenvolvimento de *Design* de Projetos (modelo baseado no *Design Thinking*) e a critérios relativos à Economia Criativa, com um passo a passo sobre os objetivos, metodologias, desenvolvimento e outros itens importantes na estruturação não somente da pesquisa, mas na conclusão do projeto.

Ainda em relação aos professores orientadores, além das ferramentas do *Design* de Projetos e Economia Criativa, trabalhamos o contexto da avaliação por competências.

Em todos os cursos técnicos são desenvolvidos projetos interdisciplinares, a exemplo do trabalho de conclusão de curso (TCC), componente curricular obrigatório nos currículos das habilitações profissionais, destinado a desenvolver as competências-chave da pesquisa, análise e utilização de informações coletadas a partir de pesquisas bibliográficas e de pesquisas de campo, com o objetivo de propor soluções para os problemas relacionados a cada área de atuação. Na elaboração dos trabalhos de conclusão de curso, os alunos passam por duas fases, planejamento e desenvolvimento, com aplicação de conhecimentos de legislação, elaboração de instrumentos de pesquisa, estudos mercadológicos, elaboração de experimentos e de protótipos, além da sistematização monográfica e documentação dos projetos.

4.7.9. Fortalecimento das competências relacionadas a Saúde e Segurança do Trabalho e Meio Ambiente

Em nosso país, a legislação sobre Segurança do trabalho é bastante abrangente, composta por Normas Regulamentadoras – NRs, leis complementares, como portarias e decretos, e também convenções da Organização Internacional do Trabalho, ratificadas pelo Brasil. Ainda assim, registra-se uma alta taxa de doenças e acidentes do trabalho. Os riscos estão presentes em todos os ambientes laborais, nas mais diversas áreas de atuação do trabalhador. A incorporação das boas práticas de gestão da Saúde e Segurança no

Trabalho contribui para a proteção contra os riscos presentes no ambiente laboral, prevenindo acidentes e doenças, diminuindo prejuízos, além de promover a melhoria contínua dos ambientes de trabalho e da qualidade de vida dos trabalhadores. Assim, o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, instituição responsável pela maior parcela da Educação Profissional no Estado de São Paulo, considerando estes fatores, que são de extrema importância para a formação e desempenho do futuro profissional, propõe desenvolver em todas as habilitações profissionais técnicas competências-chave relacionadas à análise e aplicação da legislação, das normas técnicas e de procedimentos referentes à identificação de riscos e prevenção de acidentes e doenças do trabalho e de impactos ambientais.

4.7.10. Padronização da infraestrutura, *softwares* e bibliografia para oferecimento de cursos técnicos

Desde 2008, a Unidade do Ensino Médio e Técnico desenvolve o projeto de Padronização de Laboratórios, que surgiu da necessidade de estabelecimento de um padrão de informações referentes ao tipo e à quantidade de instalações e de equipamentos necessários ao oferecimento das habilitações profissionais e do Ensino Médio no Centro Paula Souza.

São reunidas equipes de especialistas, que partem dos Referenciais Curriculares da Educação Profissional Técnica de Nível Médio e de pesquisas e contatos com o setor produtivo.

Os objetivos principais são definir padrões de laboratórios (quanto a espaços físicos e equipamentos), para os novos cursos elaborados pelas equipes de professores especialistas do Laboratório de Currículos.

Os resultados esperados para o projeto são:

- Produção da documentação necessária à Padronização de Laboratórios:
 - ✓ documento completo: contempla a descrição completa dos equipamentos, mobiliário, acessórios e *softwares* de acordo com o sistema BEC /SIAFISICO e itens de consumo e suas quantidades, bem como a descrição e elaboração dos leiautes dos espaços físicos;
 - ✓ documento resumido: contempla informações básicas como identificação do equipamento, mobiliários e acessórios, *softwares* e suas quantidades, leiautes e possibilidades de compartilhamento dos laboratórios na unidade com várias habilitações profissionais.

- Subsidiar os setores da Administração Central e Etecs, no que se refere à implantação de novas unidades e novos cursos, utilizando-se como subsídio a documentação produzida pela Padronização de Laboratórios.
- Atualização da publicação eletrônica – *site*, divulgação da publicação resumida e documento completo.

4.7.11. Catalogação da Titulação Docente dos professores habilitados a ministrar aulas nos componentes curriculares dos cursos técnicos

Desde 2008, a Unidade do Ensino Médio e Técnico desenvolve o projeto de catalogação da titulação docente dos professores habilitados a ministrar aulas nos componentes curriculares dos cursos técnicos, que resulta no Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência (CRT).

O CRT tem por competência estabelecer, para cada componente curricular, a titulação dos docentes que são habilitados a ministrá-los e, por consequência, disciplinar os concursos públicos para ingresso na carreira docente, bem como o processo de atribuição de aulas. Este novo formato foi estruturado e disponibilizado para consulta na forma de *site*, contemplando as bases de busca: “Titulações” (diplomas de graduação dos professores); “Habilitações” (cursos técnicos) e “Componentes Curriculares”.

O CRT é atualizado semestralmente, disponibilizado eletronicamente nos meses de julho e de dezembro, na página da Unidade do Ensino Médio e Técnico e, excepcionalmente, em outra época, em arquivo separado, no mesmo espaço, nos casos em que houver necessidade, interesse da Instituição ou alteração da legislação.

O gerenciamento do CRT requer, além do monitoramento do *site*, o atendimento ao público docente externo ao Centro Paula Souza e também a orientação a docentes e gestores da Instituição nos momentos de atribuição de aulas e abertura de concursos e processos seletivos. Visa-se com esses procedimentos, ligados diretamente à carreira docente do Centro Paula Souza, à constituição de instrumento de regulação que apresente imparcialidade dos processos (todos os cursos são cadastrados), a transparência das ações institucionais (possibilidade de consulta via internet sem necessidade de senha - *site* aberto), a disposição de diálogo da Instituição (sistema de contato com público externo) e a renovação constante, com a possibilidade de solicitação de análise e inclusão de titulações de quaisquer interessados, da comunidade externa ou da comunidade interna do Centro Paula Souza.

4.8. Trabalho de Conclusão de Curso – TCC

A sistematização do conhecimento a respeito de um objeto pertinente à profissão, desenvolvido mediante controle, orientação e avaliação docente, permitirá aos alunos o conhecimento do campo de atuação profissional, com suas peculiaridades, demandas e desafios.

Ao considerar que o efetivo desenvolvimento de competências implica na adoção de sistemas de ensino que permitam a verificação da aplicabilidade dos conceitos tratados em sala de aula, torna-se necessário que cada escola, atendendo às especificidades dos cursos que oferece, crie oportunidades para que os alunos construam e apresentem um produto – Trabalho de Conclusão de Curso – TCC.

Caberá a cada escola definir, conforme Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico nº 354, de 25-02-2015, as normas e as orientações que nortearão a realização do Trabalho de Conclusão de Curso, conforme a natureza e o perfil de conclusão da Habilitação Profissional.

O Trabalho de Conclusão de Curso deverá envolver necessariamente uma pesquisa empírica que, somada à pesquisa bibliográfica, dará o embasamento prático e teórico necessário para o desenvolvimento do trabalho. A pesquisa empírica deverá contemplar uma coleta de dados, que poderá ser realizada no local de estágio supervisionado, quando for o caso, ou por meio de visitas técnicas e entrevistas com profissionais da área. As atividades distribuídas em número de **120** horas, destinadas ao desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, serão acrescentadas às aulas previstas para o curso e constarão do histórico escolar do aluno.

O desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso pautar-se-á em pressupostos interdisciplinares e deve ser sistematizado em uma das formas previstas na tipologia de documentos estabelecida no parágrafo 2º, para a apresentação escrita do TCC. Caso seja adotada a forma de “Apresentação de produto”, esta deverá ser acompanhada pelas respectivas especificações técnicas, memorial descritivo, memórias de cálculos e demais reflexões de caráter teórico e metodológico pertinentes ao tema (verificar parágrafo 3º da Portaria supracitada).

A temática a ser abordada deve estar contida no perfil profissional de conclusão da habilitação, que se constitui na síntese das atribuições, competências e habilidades da formação técnica; a temática deve ser planejada sob orientação do professor responsável pelo componente curricular “PTCC” (Planejamento do Trabalho de Conclusão do Curso).

4.8.1. Orientação

A orientação do desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso ficará por conta do professor responsável pelos temas do Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (PDTCC) em **TÉCNICO EM MARKETING**, na 3ª SÉRIE.

4.9. Prática Profissional

A Prática Profissional será desenvolvida em laboratórios da Unidade Escolar e nas empresas representantes do setor produtivo, se necessário, e/ou estabelecido em convênios ou acordos de cooperação.

A prática será incluída na carga horária da Habilitação Profissional e não está desvinculada da teoria, pois constitui e organiza o currículo. Estudos de caso, visitas técnicas, conhecimento de mercado e das empresas, pesquisas, relatórios, trabalhos individuais e trabalhos em equipes serão procedimentos pedagógicos desenvolvidos ao longo do curso.

O tempo necessário e a forma como será desenvolvida a Prática Profissional realizada na escola e/ou nas empresas ficarão explicitados na proposta pedagógica da Unidade Escolar e no plano de trabalho dos docentes.

Todos os componentes curriculares preveem a prática, juntamente com os conhecimentos teóricos, visto que as competências constituem-se na mobilização e na aplicação das habilidades (práticas) e de fundamentação teórica, técnica, científica, tecnológica (bases tecnológicas).

Os componentes curriculares, organizados por competências, trazem explícitas as habilidades a serem desenvolvidas, relacionadas (inclusive numericamente a cada

competência), bem como o aparato teórico, que subsidia o desenvolvimento de competências e de habilidades.

A explicitação da carga horária "Prática" no campo específico de cada componente curricular, no final de cada quadro, em que há a divisão entre "Teórica" e "Prática" é uma distinção puramente metodológica, que visa direcionar o processo de divisão de classes em turmas (distribuição da quantidade de alunos, em duas ou mais turmas, quando da necessidade de utilizar outros espaços além dos espaços convencionais da sala de aula, como laboratórios, campos de estágio, empresas, atendimento nas áreas de Saúde, Indústrias, Fábricas entre outras possibilidades, nas ocasiões em que esses espaços não comportarem o número total de alunos da classe, sendo, então, necessário distribuir a classe, dividindo-a em turmas).

Assim, todos os componentes desenvolvem práticas, o que pode ser constatado pela própria existência da coluna 'habilidades', mas será evidenciada a carga horária "Prática" quando se tratar da necessidade de utilização de espaços diferenciados de ensino-aprendizagem, além da sala de aula, espaços esses que podem demandar a divisão de classes em turmas, por não acomodarem todos os alunos de uma turma convencional.

Dessa forma, um componente que venha a ter sua carga horária explicitada como 100% teórica não deixa de desenvolver práticas - apenas significa que essas práticas não demandam espaços diferenciados nem a divisão de classes em turmas.

Cada caso de divisão de classes em turmas será avaliado de acordo com suas peculiaridades; cada Unidade Escolar deve seguir os trâmites e orientações estabelecidos pela Unidade do Ensino Médio e Técnico para obter a divisão de classes em turmas.

4.10. Estágio Supervisionado

A Habilitação Profissional de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** não exige o cumprimento de estágio supervisionado em sua organização curricular, contando com aproximadamente 600 horas-aula de práticas profissionais, que poderão ser desenvolvidas integralmente na escola e/ou em empresas da região. Essas práticas ocorrerão com a utilização de procedimentos didáticos como

simulações, experiências, ensaios e demais técnicas de ensino que permitam a vivência dos alunos em situações próximas à realidade do setor produtivo. O trabalho com projetos, estudos de caso, visitas técnicas monitoradas, pesquisas de campo e aulas práticas em laboratórios devem garantir o desenvolvimento de competências específicas da área de formação.

O aluno, a seu critério, poderá realizar estágio supervisionado, não sendo, no entanto, condição para a conclusão do curso. Quando realizado, as horas efetivamente cumpridas deverão constar do Histórico Escolar do aluno. A escola acompanhará as atividades de estágio, cuja sistemática será definida em um Plano de Estágio Supervisionado devidamente incorporado ao Projeto Pedagógico da Unidade Escolar. O Plano de Estágio Supervisionado deverá prever os seguintes registros:

- sistemática de acompanhamento, controle e avaliação;
- justificativa;
- metodologias;
- objetivos;
- identificação do responsável pela Orientação de Estágio;
- definição de possíveis campos/áreas para realização de estágios.

O estágio somente poderá ser realizado de maneira concomitante com o curso, ou seja, ao aluno será permitido realizar estágio apenas enquanto estiver regularmente matriculado. Após a conclusão de todos os componentes curriculares será vedada a realização de estágio supervisionado.

4.11. Novas Organizações Curriculares

O Plano de Curso propõe a organização curricular estruturada em 3 séries, com um total de **2866** horas ou **3440** horas-aula.

A Unidade Escolar, para dar atendimento às demandas individuais, sociais e do setor produtivo, poderá propor nova organização curricular, alterando o número de módulos, distribuição das aulas e dos componentes curriculares, desde que aprovada pelos Departamentos Grupo de Formulação e Análises Curriculares e Grupo de Supervisão Educacional – Cetec – Ceeteps. A organização curricular proposta levará em conta,

contudo, o perfil de conclusão da habilitação, da qualificação e a carga horária prevista para a habilitação.

A nova organização curricular proposta entrará em vigor após a homologação pelo Órgão de Supervisão Educacional do Ceeteps.

4.12. Glossário Temático do Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac):

Educação Profissional Técnica de Nível Médio

Apresentamos um glossário temático, com alguns termos relacionados à área de currículo em Educação Profissional Técnica de Nível Médio

4.12.1. Currículo de Educação Profissional Técnica de Nível Médio

Esquema teórico-metodológico que direciona o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, atribuições, atividades, competências, habilidades, bases tecnológicas, valores e conhecimentos, organizados em componentes curriculares e por eixo tecnológico/área de conhecimento, a fim de atender a objetivos de Formação Profissional de Nível Médio, de acordo com as funções do mercado de trabalho e dos processos produtivos e gerenciais, bem como as demandas sociopolíticas e culturais, as relações e atores sociais da escola.

4.12.2. Currículo oculto em Educação Profissional e Tecnológica

Processo e produto decorrentes da execução do currículo idealizado, frutos da interação entre os atores sociais envolvidos nos processos de ensino e de aprendizagem, que transcende e modifica as etapas de planejamento curricular, a partir de um conjunto de valores, crenças, hábitos, atitudes e práticas de uma comunidade, de uma região, em um contexto sócio-histórico, político e cultural e ideológico.

4.12.3. Perfil profissional

Descrição sumária das atribuições, atividades e das competências de um profissional de uma área técnica, no exercício de um determinado cargo ou ocupação.

Tem fundamentação no Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos do MEC – CNCT – (<http://pronatec.mec.gov.br/cnct>), na descrição sumária das famílias ocupacionais do

Ministério do Trabalho e na descrição de cargos e funções de instituições públicas e privadas.

4.12.4. Competências profissionais

Capacidades teórico-práticas e comportamentais de um profissional técnico de uma área profissional ou eixo tecnológico, direcionadas à solução de problemas do mundo do trabalho, ligados a processos produtivos e gerenciais, em determinados cargos, funções ou de modo autônomo.

Apresentamos, a seguir, uma relação de verbos que, organizados em categorias conceituais, exprimem ações e capacidades, representando linguisticamente os conceitos relacionados às competências profissionais:

- Categoria conceitual - Analisar:
 - ✓ interpretar, contextualizar, descrever, desenvolver conexões, estabelecer relações, confrontar, refletir, discernir, distinguir, detectar, apreciar, entender, compreender, associar, correlacionar, articular conhecimento, comparar, situar.
- Categoria conceitual - Analisar/pesquisar:
 - ✓ identificar, procurar, investigar, solucionar, distinguir, escolher, obter informações.
- Categoria conceitual - Analisar/projetar:
 - ✓ formular hipóteses, propor soluções, conceber, desenvolver modelo, elaborar estratégia, construir situação-problema.
- Categoria conceitual - Analisar/executar:
 - ✓ utilizar, exprimir-se, produzir, representar, realizar, traduzir, expressar-se, experimentar, acionar, agir, apresentar, selecionar, aplicar, sistematizar, equacionar, elaborar, classificar, organizar, relacionar, quantificar, transcrever, validar, construir.
- Categoria conceitual - Analisar/avaliar:
 - ✓ criticar, diagnosticar, emitir juízo de valor, discriminar.

4.12.5. Competências gerais

Competências profissionais relativas a um eixo tecnológico ou área profissional, relacionadas ao desenvolvimento de atribuições e atividades de um cargo ou função, ou de um conjunto de cargos/funções.

4.12.6. Competências pessoais

Capacidades teórico-práticas e comportamentais de um profissional técnico de uma área profissional ou eixo tecnológico, direcionadas ao convívio nos ambientes laborais, ao trabalho em equipe, à comunicação e interação, à pesquisa, melhoria e atualização contínuas, à conduta ética, e às boas práticas no ambiente organizacional.

4.12.7. Atribuições e responsabilidades

Conjunto de responsabilidades, atividades e atitudes relativas ao perfil do profissional técnico no exercício de um cargo, função ou em trabalho autônomo.

4.12.7.1 Atribuições empreendedoras

São atribuições relacionadas ao desenvolvimento de capacidades pessoais gerais orientadas para o desempenho de ações empreendedoras. As atribuições empreendedoras se manifestam em aspectos do chamado empreendedorismo interno – ou intraempreendedorismo, particularidades voltadas ao desempenho e diferencial profissional no mercado de trabalho, e aspectos do empreendedorismo externo, aqueles voltados para a abertura de empresas e desenvolvimento de negócios. As ações empreendedoras são organizadas pela classificação funcional – Planejamento, Execução e Controle – e atuam nos quatro campos do perfil empreendedor: Ações comportamentais e atitudinais, Ações de análise e planejamento, Ações de liderança e integração social e Ações de criatividade e inovação. As atribuições empreendedoras são circunscritas nos limites de atuação do perfil técnico de cada formação profissional.

4.12.8. Áreas de atividades

Campos de atuação do profissional, expressos pelo detalhamento de atividades relativas a determinado cargo ou função na cadeia produtiva e gerencial.

As áreas de atividades inseridas no currículo são baseadas nas ocupações relacionadas ao curso, que podem ser acessadas pelo *site* da CBO: <<http://www.mtecbo.gov.br>>.

4.12.9. Valores e atitudes

Conjunto de princípios que direcionam a conduta ética de um profissional técnico no mundo do trabalho e na vida social, para o alcance do qual estão envolvidos todos os atores, ambientes, relações e subprocessos do ensino e da aprendizagem (alunos, professores,

grupo familiar dos alunos, funcionários administrativos, entorno na comunidade escolar, organizados em ambientes didáticos e também fora deles, com o estabelecimento de relações intra, extra e transescolares, para a mediação e o alcance do conhecimento aplicável na atuação profissional, fim e meta primordial da Educação Profissional e Tecnológica).

4.12.10. Componentes curriculares

Divisões do currículo que organizam o desenvolvimento de temas afins. Compreendem atribuições, responsabilidades, atividades, competências, habilidades e bases tecnológicas – além de sugestões de metodologias de avaliação, de trabalhos interdisciplinares, de bibliografia de ferramentas de ensino aprendizagem – direcionadas a uma função produtiva. São elaborados com base nos temas apresentados no Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos do MEC e de acordo com as funções produtivas do mundo do trabalho. Apresentam carga horária teórica e carga horária prática.

Os componentes curriculares são planejados e relacionados a uma família de titulações docentes (Engenharias, Tecnologias, Ciências), para que somente profissionais habilitados possam ministrar as aulas.

4.12.11. Componentes curriculares transversais

Componentes curriculares relacionados a temas e projetos interdisciplinares, à ética e cidadania organizacional, ao empreendedorismo, ao uso de tecnologias informatizadas, relativos à comunicação profissional em língua materna e em línguas estrangeiras (como Inglês e Espanhol), ao uso das respectivas terminologias técnico-científicas, às bases científicas e tecnológicas das competências de planejamento e desenvolvimento de projetos, de modo colaborativo e empreendedor.

Para instrumentalizar o aluno no cumprimento da jornada curricular e, principalmente, desenvolver competências diferenciadas de convívio no mundo trabalho, trabalho em equipe e empreendedoras, transformando-o num profissional capaz de agir de acordo com a ética profissional, de se expressar oralmente e por escrito, de operar recursos de informática, de valorizar o trabalho coletivo, de desenvolver postura profissional e de planejar, executar, e gerenciar projetos, são oferecidos os seguintes componentes curriculares nos cursos técnicos:

- Aplicativos Informatizados;
- Ética e Cidadania Organizacional;

- Inglês Instrumental;
- Espanhol;
- Linguagem, Trabalho e Tecnologia;
- Empreendedorismo;
- Saúde e Segurança do Trabalho;
- Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

4.12.12. Carga horária

Segmento de tempo destinado ao desenvolvimento de componentes curriculares, abrangendo teoria e prática.

A carga horária mínima é especificada, para cada habilitação profissional, no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos do MEC, podendo ser de 800, 1000 ou 1200 (horas-relógio) de 60 minutos, a serem convertidas em horas-aula nas matrizes curriculares.

As matrizes curriculares do Centro Paula Souza apresentam a carga horária em horas-aula, ao passo que o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos apresenta a carga horária em horas-relógio.

A carga horária prática será desenvolvida nos laboratórios e oficinas da Unidade Escolar, além de visitas técnicas e empresas/instituições, e será incluída na carga horária da Habilitação Profissional, porém não está desvinculada da teoria: constitui e organiza o currículo. Será trabalhada ao longo do curso por meio de atividades como estudos de caso, visitas técnicas, conhecimento de mercado e das empresas, pesquisas, trabalhos em grupo, trabalhos individuais.

O tempo necessário e a forma para o desenvolvimento da prática profissional realizada na escola e nas empresas serão explicitados na proposta pedagógica da Unidade Escolar e no plano de trabalho dos docentes.

4.12.13. Aula

Unidade do processo de ensino e aprendizagem relativa à execução do currículo, conforme o planejamento geral do curso e da disciplina, que diz respeito a um ou mais componentes curriculares, métodos, práticas ou turmas.

4.12.14. Aula teórica

Aula desenvolvida em um ou mais ambientes que não demandam espaços diferenciados para sua execução, como laboratórios, oficinas e outros ambientes compostos por equipamentos determinados.

4.12.15. Aula prática

Aula desenvolvida em espaços diferenciados para sua execução, como laboratórios, oficinas e outros ambientes compostos por equipamentos determinados.

4.12.16. Função

Conjunto de ações orientadas para uma mesma finalidade produtiva, para grandes atribuições, etapas significativas e específicas. Principais funções ou macrofunções:

- Planejamento: ação ou resultado da elaboração de um projeto com informações e procedimentos que garantam a realização da meta pretendida.
- Execução: ato ou efeito de realizar um projeto ou uma instrução, de passar do plano ao ato concretizado.
- Gestão/Controle: ato ou resultado de gerir, de administrar. Definido, também, como um conjunto de ações administrativas que garantam o cumprimento do prazo, de previsão de custos e da qualidade estabelecidos no projeto.

4.12.17. Habilidade Profissional

Capacidade de agir prontamente, mentalmente e por intermédio dos sentidos, com ou sem o uso de equipamentos, máquinas, ferramentas, ou de qualquer instrumento, mobilizando habilidade motora e uso imediato de recursos para a solução de problemas do mundo do trabalho.

É o aspecto prático das competências profissionais, relativo ao “saber fazer” determinada operação, o qual permite a materialização das capacidades relativas às competências.

As habilidades constituem saberes que originam um saber-fazer, que não é produto de uma instrução mecanicista, mas de uma construção mental que pode incorporar novos saberes. A seguir, elencamos alguns verbos cuja referência é associada ao uso sistemático de equipamentos, de máquinas, de ferramentas, de instrumentos e até diretamente dos próprios sentidos, representando conceitos de ação e de capacidades práticas:

- | | | |
|-------------|-------------|-------------|
| • coletar; | • conduzir; | • digitar; |
| • colher; | • conferir; | • enumerar; |
| • compilar; | • cortar; | • expedir; |

- ligar;
- medir;
- nomear;
- operar;
- quantificar;
- registrar;
- selecionar;
- separar;
- executar.

4.12.18. Bases Tecnológicas

Conjunto sistematizado de conceitos, princípios, técnicas e tecnologias resultantes, em geral, da aplicação de conhecimentos científicos e tecnológicos a uma área produtiva, que dão suporte ao desenvolvimento das competências e das habilidades. Substantivos que representam as bases tecnológicas fundamentais:

- conceitos;
- definições;
- fundamentos;
- legislação;
- noções;
- normas;
- princípios;
- procedimentos.

4.12.19. Matriz curricular

Documento legal em forma de quadro representativo da disposição dos componentes curriculares (incluindo trabalhos de conclusão de curso e estágio) e respectivas cargas horárias (teóricas e práticas) de uma habilitação profissional técnica de nível médio, na estrutura de módulos ou séries, com terminalidade definida temporalmente (que pode ou não coincidir com a ordenação do semestre ou do ano letivo) e de acordo com a possibilidade de certificação intermediária (para qualificações profissionais técnicas de nível médio) e de certificação final (para habilitações profissionais técnicas de nível médio). As matrizes curriculares são também o documento oficial que aprova a instauração de uma habilitação profissional técnica de nível médio em uma determinada Unidade Escolar, em determinado recorte temporal (semestre ou ano letivo), a partir de uma legislação (federal e estadual) e a responsabilização de um Diretor de Escola e de um Supervisor Educacional.

4.12.20. Relações entre competências, habilidades e bases tecnológicas

As competências, habilidades e bases tecnológicas são intrinsecamente relacionadas entre si, tendo em vista a macrocompetência de solucionar problemas do mundo do trabalho. Para a aquisição de competências profissionais, faz-se necessário o desenvolvimento de habilidades, mobilizando também fulcro teórico solidamente construído, com aparato científico e tecnológico. Logo, habilidades e bases tecnológicas/científicas são faces complementares da mesma “moeda”, para utilizar a conhecida metáfora. A competência é

relacionada à capacidade de solucionar problemas, com a aplicação de competência imediata (habilidades), de modo racional e planejado, de acordo com os postulados técnicos e científicos (bases tecnológicas).

Se o trabalho pedagógico for direcionado apenas à aquisição de conhecimentos, os egressos não serão instrumentalizados para a aplicação dos saberes, dando origem a uma formação profissional falha, já que haverá grandes dificuldades para solução de problemas e para a flexibilidade de atuação (capacidade de adaptar-se a vários contextos).

Se o trabalho pedagógico for direcionado apenas ao desenvolvimento das habilidades, de forma exclusivamente mecânica, não haverá também o desenvolvimento da capacidade de flexibilização nem de solução de problemas, pois novos problemas serão um obstáculo, ou seja: o profissional terá dificuldades de resolver situações inusitadas e inesperadas.

Para a vida moderna, tendo em vista projetos profissionais, projetos pessoais e de vida em sociedade, é necessário adotar um parâmetro para desenvolvimento de competências, pois está sendo exigida (da pessoa integral) a capacidade de aprendizado e mudança contínuos, traduzidos em parte na capacidade de adaptação, pois as necessidades mudam constantemente, com as transformações técnicas e científicas, mas também com as alterações sociais e culturais.

4.12.21. Plano de Curso

Documento legal que organiza o currículo na forma de planejamento pedagógico, de acordo com as legislações e outras fundamentações socioculturais, políticas e históricas, abrangendo justificativas, objetivos, perfil profissional, organização curricular das competências, habilidades, bases tecnológicas, temas e cargas horárias teóricas e práticas, aproveitamento de experiências e conhecimentos e avaliação da aprendizagem, infraestrutura de laboratórios e equipamentos e pessoal docente, técnico e administrativo.

Fontes Bibliográficas

- ALVES, Júlia Falivene. **Avaliação educacional: da teoria à prática**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.
- CENTRO PAULA SOUZA. **Missão, Visão, Objetivos e Diretrizes**. Disponível em: <<http://www.cps.sp.gov.br/quem-somos/missao-visao-objetivos-e-diretrizes/>>.
Acesso em: 9 fev. 2017.

CAPÍTULO 5 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

Consoante dispõe o artigo 46 da Resolução CNE/CP 1/2021, o aproveitamento de conhecimentos e experiências adquiridas anteriormente pelos alunos, diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva habilitação profissional, poderá ocorrer por meio de:

- ✓ qualificações profissionais e etapas ou séries de nível técnico concluídos em outros cursos;
- ✓ cursos de formação inicial e continuada ou qualificação profissional, mediante avaliação do aluno;
- ✓ experiências adquiridas no trabalho ou por outros meios informais, mediante avaliação do aluno;
- ✓ avaliação de competências reconhecidas em processos formais de certificação profissional.

O aproveitamento de competências, anteriormente adquiridas pelo aluno, por meio da educação formal/informal ou do trabalho, para fins de prosseguimento de estudos, será feito mediante avaliação a ser realizada por comissão de professores, designada pela Direção da Escola, atendendo os referenciais constantes de sua proposta pedagógica.

Quando a avaliação de competências tiver como objetivo a expedição de diploma, para conclusão de estudos, seguir-se-ão as diretrizes definidas e indicadas pelo Ministério da Educação e assim como o contido na deliberação CEE 107/2011.

CAPÍTULO 6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

A avaliação, elemento fundamental para acompanhamento e redirecionamento do processo de desenvolvimento de competências, estará voltada para a construção dos perfis de conclusão estabelecidos para as diferentes habilitações profissionais e as respectivas qualificações previstas.

Constitui-se num processo contínuo e permanente com a utilização de instrumentos diversificados – textos, provas, relatórios, autoavaliação, roteiros, pesquisas, portfólio, projetos, entre outros – que permitam analisar de forma ampla o desenvolvimento de competências em diferentes indivíduos e em diferentes situações de aprendizagem.

O caráter diagnóstico dessa avaliação permite subsidiar as decisões dos Conselhos de Classe e das Comissões de Professores acerca dos processos regimentalmente previstos de:

- classificação;
- reclassificação;
- aproveitamento de estudos.

Permite também orientar/reorientar os processos de:

- progressão parcial.
- recuperação contínua.

Estes dois últimos, destinados a alunos com aproveitamento insatisfatório, constituir-se-ão de atividades, recursos e metodologias diferenciadas e individualizadas com a finalidade de eliminar/reduzir dificuldades que inviabilizem o desenvolvimento das competências visadas.

Acréscese, ainda, que o instituto da **Progressão Parcial** cria condições para que os alunos com menção insatisfatória em até três componentes curriculares possam, concomitantemente, cursar a série seguinte, ouvido o Conselho de Classe.

Por outro lado, o instituto da **Reclassificação** permite ao aluno a matrícula em módulo diverso daquele em que está classificado, expressa em parecer elaborado por Comissão de Professores, fundamentada nos resultados de diferentes avaliações realizadas.

Também através de avaliação do instituto de **Aproveitamento de Estudos**, permite reconhecer como válidas as competências desenvolvidas em outros cursos – dentro do sistema formal ou informal de ensino, dentro da formação inicial e continuada de trabalhadores, etapas ou séries das habilitações profissionais de nível técnico ou as adquiridas no trabalho.

Ao final de cada módulo, após análise com o aluno, os resultados serão expressos por uma das menções a seguir, conforme estão conceituadas e operacionalmente definidas:

Menção	Conceito	Definição Operacional
MB	Muito Bom	O aluno obteve excelente desempenho no desenvolvimento das competências do componente curricular no período.
B	Bom	O aluno obteve bom desempenho no desenvolvimento das competências do componente curricular no período.
R	Regular	O aluno obteve desempenho regular no desenvolvimento das competências do componente curricular no período.
I	Insatisfatório	O aluno obteve desempenho insatisfatório no desenvolvimento das competências do componente curricular no período.

Será considerado concluinte do curso ou classificado para o módulo seguinte o aluno que tenha obtido aproveitamento suficiente para promoção – MB, B ou R – e a frequência mínima estabelecida.

A frequência mínima exigida será de 75% (setenta e cinco) do total das horas efetivamente trabalhadas pela escola, calculada sobre a totalidade dos componentes curriculares de cada módulo e terá apuração independente do aproveitamento.

A emissão de Menção Final e demais decisões, acerca da promoção ou retenção do aluno, refletirão a análise do seu desempenho feita pelos docentes nos Conselhos de Classe e/ ou

nas Comissões Especiais, avaliando a aquisição de competências previstas para os séries correspondentes.

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

CAPÍTULO 7

INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

As instalações e equipamentos a serem utilizados para o **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** devem ser os mesmos utilizados na infraestrutura de laboratórios definida na Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**, autorizado e em funcionamento na Unidade Escolar.

Base Nacional Comum Curricular

LABORATÓRIO DE CIÊNCIAS	
Equipamentos de QUÍMICA	
Quantidade	Identificação
11	KIT PARA ESTUDOS EM COMPOSTOS ALIFÁTICOS: Kit didático para demonstração das áreas mais importantes da química, que permite a montagem de moléculas. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. APLICAÇÃO: Kit de ensino. UTILIZAÇÃO: Para realização de experimentos laboratoriais de química.
11	KIT PARA ESTUDOS COMPOSTOS ORGÂNICOS Kit didático para demonstração das áreas mais importantes da química orgânica, que permite a montagem de moléculas.
11	COLETOR DE DADOS DIDÁTICO PARA ENSINO DE QUÍMICA E BIOLOGIA COM SENSORES. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Coletor didático portátil para práticas em Química e Biologia por meio de sensores e software. O sistema deverá permitir a coleta de dados, utilizando-se de sensores externos e/ou embarcados, de pelo menos as seguintes grandezas: pressão do ar, temperatura, calorimetria, condutividade, oxigênio dissolvido, frequência cardíaca, turbidez e pH.
1	Agitador magnético, agitação até 3 kg, dimensões l x p x a: 200 x 240 x 130 cm
1	Balança de Precisão, eletrônica, semi-analítica, capacidade 510 gr.
1	Banho Maria, capacidade 6 bocas
1	Capela para exaustão de gases c x p x a: 1200 x 750 x 230 mm
1	Estufa de secagem e esterilização

1	Lava-olhos de Segurança, tipo chuveiro e lava olhos
1	Medidor de pH digital de bancada
Equipamentos de FÍSICA	
Quantidade	Identificação
11	CONJUNTO DIDÁTICO PARA ESTUDOS EM MECÂNICA. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Kit didático para estudos em mecânica, para uso em laboratórios de física. Deve possibilitar o estudo de tópicos como erros de medida, movimentos retilíneos uniformes e uniformemente acelerados, queda livre, movimento circular uniforme e uniformemente acelerado, lançamento horizontal, movimento harmônico simples, plano inclinado, composição de forças, polias, máquina de Atwood, características das ondas sonoras (velocidade, comprimento de onda, frequência), princípios de hidráulica, constante de torção, momento de inércia.
11	CONJUNTO DIDÁTICO PARA ESTUDOS EM ÓPTICA. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Kit didático para estudos em óptica. Deve possibilitar a realização de experimentos sobre os seguintes tópicos: reflexão da luz, refração da luz, dispersão da luz, difração da luz, interferência, polarização, funcionamento do olho humano, instrumentos ópticos simples.
11	CONJUNTO DIDÁTICO PARA ESTUDOS EM ELETRICIDADE E MAGNETISMO. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Kit didático para estudos em eletricidade e magnetismo. Deve possibilitar a realização de vários experimentos a respeito dos seguintes tópicos: carga elétrica, quantização da carga elétrica, tribo eletricidade, eletrização por contato, eletrização por indução, interações entre corpos eletricamente carregados e neutros, eletrostática, pêndulo eletrostático, eletrômetro.
11	COLETOR DE DADOS DIDÁTICO PARA ENSINO DE FÍSICA COM SENSORES. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Coletor didático portátil para práticas em física por meio de sensores e software. O sistema deverá permitir a coleta de dados, utilizando-se de sensores externos e/ou embarcados, de pelo menos as seguintes grandezas: aceleração, pressão do ar, corrente elétrica, luminosidade, força e temperatura externa.

11	CONJUNTO PARA ESTUDOS EM ENERGIA EÓLICA. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Kit didático para estudos em energia eólica. Deve possibilitar a realização de experimentos a respeito dos seguintes tópicos: energia contida no vento, conversão de energia, uso de energia eólica, polaridade do gerador eólico, influência da direção e da velocidade do vento, influência de uma carga em turbina eólica, influência da quantidade de pás do rotor, potência de saída de turbina eólica, armazenamento de energia.
11	CONJUNTO PARA ESTUDOS EM RESSONÂNCIA COM ONDAS SONORAS. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Kit didático para estudos de ressonância usando ondas sonoras no ar. Deve possibilitar a realização de experimentos sobre a velocidade e o comprimento de onda do som no ar, por meio de ressonância.
1	SISTEMA SOL-TERRA-LUA. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS.
2	Anemômetro portátil com visor de cristal líquido digital; medição da velocidade do vento na faixa de 0,3 a 40 m/s.
5	Multímetro, portátil, digital
2	Paquímetro, tipo eletrônico, modelo digital, resolução 0,01 mm / .005", capacidade de 0 – 150 mm / 0 – 6"
1	Pluviômetro, sistema fotovoltáico, resolução: <= a 0,2 mm
2	Termo-higrômetro digital
1	Termômetro com sensor infravermelho, leitura 20 a 42 °C ou 68,4 a 108 °F
Equipamentos de BIOLOGIA	
Quantidade	Identificação
10	Cronômetros digitais, relógio marcador de tempo, contador de tempo digital com cronômetro e relógio (timer digital)
1	Estufa bacteriológica, capacidade para até 3 prateleira
5	Microscópio binocular Campo Claro Ocular 10x Campo 20mm 04 Objetivas
1	Microscópio trilocular com Câmera de no mínimo 1.3 Mp
1	Modelo Anatômico Humano: Olho, composto de 7 partes, 3 vezes o tamanho natural

1	Modelo anatômico humano: Ouvido, 3 vezes o tamanho natural, composto por 6 partes
1	Modelo anatômico humano: sistema digestório; composto por 3 partes
1	Modelo anatômico humano: medula espinhal; 6 vezes o tamanho natural
1	Modelo anatômico humano: pélvis feminina; composta por 2 partes
1	Modelo anatômico humano: pélvis masculina; composta por 2 partes
1	Modelo anatômico humano: torso clássico; dorso aberto; composto por 18 partes
Quantidade	Identificação
1	Microcomputador
1	Forno de micro-ondas - Sala de apoio
1	Refrigerador doméstico – Sala de apoio
Mobiliário	
Quantidade	Identificação
1	Conjunto de mesa e cadeira para professor
1	Quadro branco
Acessórios de FÍSICA	
Itens de responsabilidade da Unidade	
Quantidade	Identificação
10	Mola helicoidal, diâmetro de 20 mm e comprimento de 2 m
2	Trena, fita de aço temperado, 5 m
8	Trena, fita de aço temperado, 3 m
Acessórios de BIOLOGIA	
Itens de responsabilidade da Unidade	
Quantidade	Identificação
1	Estojo para pinça – caixa metálica
1	Kit de lamina preparadas para microscopia
2	Pinça relojoeiro inox ponta fina e reta 12 cm.
Vidrarias	
Itens de responsabilidade da Unidade	
Quantidade	Identificação
10	Balão volumétrico 1000 ml
10	Balão volumétrico 250 ml

10	Balão volumétrico 500 ml
20	Balão volumétrico de 100 ml
04	Barrilete em PVC
20	Bastão de vidro
10	Bequer de vidro 1000 ml
20	Bequer de vidro de 150 ml
20	Bequer de vidro de 250 ml
10	Bequer de vidro de 500 ml
12	Bico de Bunsen
10	Bureta
12	Cadinho de porcelana
10	Cápsula de porcelana
02	Dessecador
12	Estantes para tubo de ensaio
24	Frasco de polietileno
24	Frasco em vidro âmbar
26	Frasco erlenmeyer 250 ml
20	Frasco erlenmeyer; 150 ml
10	Frasco kitazato 500 ml
10	Funil analítico
10	Funil tipo Buchner
20	Funil
04 caixas	Lâmina
04 caixas	Laminula
20m	Mangueira de silicone
12	Pêra insufladora de segurança
10	Pinça para bureta
100	Pipeta de Pasteur
12	Pipeta volumétrica 10 ml
12	Pipeta volumétrica 25 ml
12	Pipeta volumétrica de 50 ml
20	Pisseta
20	Placa de Petri

10	Proveta 100 ml
18	Proveta 50 ml
18	Proveta de 10 ml
10	Suporte para Bico de Busen
20	Suporte para vidraria
10	Suporte Universal
12	Tela de amianto
01	Termômetro clínico
02	Termômetro de máximo e mínimo
100	Tubo de ensaio 15cmX 2cm
20	Vidro relógio

LABORATÓRIO DE INTEGRAÇÃO CRIATIVA

Equipamentos

Quantidade	Identificação
20	Notebooks
01	Carrinho para carregamento de Notebooks
01	Microcomputador
01	Projetor Multimídia ou Projetor Interativo
01	Condicionador de Ar
01	Caixa de Som amplificada
01	Impressora 3D. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Equipamento multifuncional de bancada.
01	SMART TV LED 55"

Mobiliário e Acessórios

Quantidade	Identificação
1	Conjunto de mesa e cadeira para professor;
1	Quadro branco
2	Armários com portas
2	Painéis
1	Tela de Projeção
5	Bancadas móveis

40	Banquetas
1	Suporte para TV 55"
Acessórios	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
Quantidade	Identificação
	Filamento para a Impressora 3D

LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA	
Quantidade	Identificação
2	Condicionador de ar (mínimo 24.000 Btus)
21	Microcomputadores – Padrão CPS
1	Nobreak 700va (mínimo)
1	Projektor de multimídia (mínimo 3.000 lumens); ou Projektor Interativo
1	SMART TV LED 55"
Mobiliário	
Quantidade	Identificação
2	Armário de aço com portas e chaves
21	Cadeiras fixas
1	Conjunto de mesa e cadeira para o professor
4	Estante de aço
21	Mesas para computador
1	Quadro branco
1	Suporte para projektor multimídia
1	Suporte para TV
1	Tela de projeção
Softwares Específicos	
Quantidade	Identificação
21	Corel Draw
21	Pacote Microsoft Office
Mobiliário	
Quantidade	Identificação
21	Cadeiras giratória, concha dupla

1	Conjunto de mesa e cadeira para o professor
21	Mesas para computador
1	Quadro branco
Ferramentas <i>Itens de responsabilidade da Unidade Escolar</i>	
Quantidade	Identificação
1	Alicate de bico para eletrônica
1	Alicate de corte rente 5"
1	Alicate de crimpagem RJ45
1	Alicate Punch Down
1	Decapador de cabo de rede
1	Kit ferramentas para manutenção computador desktop composto por uma chave de fenda 1/8", uma chave de fenda 3/6", uma chave philips #0, uma chave philips #1, um alicate de bico para eletrônica, pinça para componentes eletrônicos, trincha 1", extrator 3 garras, chave soquete 1/4", chave soquete 3/16" e estojo com zíper para guardar as ferramentas
1	Testador de cabo rede
Materiais de Consumo <i>Itens de responsabilidade da Unidade Escolar</i>	
Quantidade	Identificação
1 cx	Cabo par trançado cat 5e ou cat6
1	Caixa de cabo rede par trançado 300mts
7	Caixa organizadora de parafusos e componentes eletrônicos
1 cx	Conector RJ45 cat5e ou cat6
7	Decapador de cabos modelo HY
2	Fita Isolante
10	Flanelas para limpeza
1 cx	Keystone RJ45 cat5e ou cat6
5	PenDrive 16GB

Formação Profissional e Técnica

O **LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA** é de uso compartilhado da unidade escolar e, como tal, deverá ser utilizado para todos os cursos.

Descrição da Prática

Os componentes curriculares que exigem Prática Profissional são:

- **Aplicativos Informatizados:** Identificação e operacionalização de aplicativos informatizados básicos, tais como editores de textos, planilhas eletrônicas, apresentação de slides, internet entre outras atividades afins.
- **Projeto Integrador I e II:** Pesquisas na internet, elaboração de relatórios; formatação de textos e documentos; tabulação de pesquisas; criação de tabelas e gráficos entre outras atividades afins.
- **Informática Aplicada ao Marketing:** Desenvolvimento de peças de comunicação em softwares específicos para tratamento de imagens, elaboração de logotipos e comunicação visual, edição de vídeos entre outras atividades afins.
- **Marketing Digital e E-commerce:** Acesso a redes sociais e portais de compra e venda de produtos; simulação de criação de páginas de comércio eletrônico; criação e edição de peças de comunicação entre outras atividades afins.
- **Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão do Curso em Marketing:** Pesquisas na internet, elaboração de monografia; formatação de relatórios e documentos; tabulação de pesquisas; criação de tabelas e gráficos entre outras atividades afins.
- **Plano de Marketing:** Elaboração de pesquisas, consolidação de informações e elaboração de briefing em aplicativos informatizados para edição de textos e apresentação de slides.

Softwares Específicos

Quantidade	Identificação
21	inFinance
21	Sige Lite
21	SoftExpert Almoxarifado
21	Arena
21	Artia
21	Bitrix24

21	Bizage
21	Bysoft
21	CMapTools
21	Cobli
21	ComexLabs
21	digital system
21	Dreamshaper
21	emulador 12C
21	Enterprise Architect
21	eProtocolo
21	ERP
21	ExpertChoice
21	Contamatic
21	FreeMind
21	GanttProject
21	Geogebra
21	Gestran
21	GINFO
21	GIS
21	Google classroom
21	Google Earth Pro
21	Hive.cloud
21	Hondana Indica
21	Ithink
21	Mathematics 4.0
21	Microsoft Mathematics
21	MiniTab
21	MS Project
21	Narwal
21	Plano de negócios 3.0
21	Power BI
21	Promodel
21	QGIS

21	RH1000
21	runrun.it
21	Sebrae-MG
21	Sialog
21	Simulare
21	Siscomex
21	SoftExpert Almoxarifado
21	Solides
21	TOTVS
21	Transcad
21	Trello
21	UXComex
21	Visio
21	WBS tool
21	Wix
21	Evernote
21	Google Keep
21	Juridicius
21	Dirlex Portable Lite 2.03
21	SCIWin Profissional
21	inFinance
21	Sige Lite
21	SoftExpert Almoxarifado

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Governo do Estado de São Paulo
Rua dos Andradas, 140 – Santa Ifigênia – CEP: 01208-000 – São Paulo – SP

BIBLIOGRAFIA

Eixo Tecnológico	Curso	Bibliografia	Autor 1 / SOBRENOME	Autor 1 / NOME	Autor 2 / SOBRENOME	Autor 2 / NOME	Autor 3 / SOBRENOME	Autor 3 / NOME	Título	Subtítulo	Edição	Série	Coleção	Cidade	Editora	ISBN	Ano
Formação Geral	Formação Geral	Básica	ACUNZO	Cristina Mayer	LÚCIO	Denise Delega	PINTO	Marcia Veirano	What's on: aprenda inglês com filmes e séries		1ª			São Paulo	SENAC São Paulo	9788539608324	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica	ALTMANN	Helena					EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR		1ª		EDUCACAO & SAUDE	São Paulo	Cortez	9788524923401	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	BARSANO	Paulo Roberto	BARBOSA	Rildo Pereira	VIANA	Viviane Japiassú	Biologia Ambiental		1ª		Eixos	São Paulo	Érica	9788536506524	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica	BECHARA	Evanildo					Moderna Gramática Portuguesa		38ª			São Paulo	Nova Fronteira	9788520939390	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	BIRCH	Hayley					50 ideias de química que você precisa conhecer		1ª			São Paulo	Planeta	9788542213621	2018
Formação Geral	Formação Geral	Básica	BLAINEY	Geoffrey					Uma Breve História do Mundo		3ª			Curitiba	Fundamento	9788539507672	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	COLLINS	CS - COLLINS SONS					COLLINS DICCIONARIO PRATICO INGLES / PORTUGUES - PORTUGUES / INGLES - NOVA EDICAO		1ª			São Paulo	Disal	9780007970704	2018
Formação Geral	Formação Geral	Básica	COTRIM	Gilberto					Fundamentos da Filosofia		4ª			São Paulo	Saraiva	9788547205348	2016
Formação Geral	Formação Geral	Básica	CRILLY	Tony					50 Ideias de Matemática que Você Precisa Conhecer		1ª			São Paulo	Planeta	9788542208863	2017
Formação Geral	Formação Geral	Básica	DARIDO	Suraya Cristina					EDUCAÇÃO FÍSICA NO ENSINO MEDIO: DIAGNOSTICO, PRINCIPIOS E PRATICAS		1ª		Educação Física e Ensino	Ijuí	UNIJUI	9788541902397	2017
Formação Geral	Formação Geral	Básica	DEMAI	Fernanda Mello					Português Instrumental		1ª		Eixos	São Paulo	Érica	9788536507583	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica	FANJUL	Adrán Pablo	GONZÁLES	Neide Maia			Espanhol Português Brasileiro: Estudos Comparados		1ª			São Paulo	Parábola Editorial	9788579340826	2014

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Governo do Estado de São Paulo
Rua dos Andradas, 140 – Santa Ifigênia – CEP: 01208-000 – São Paulo – SP

Formação Geral	Formação Geral	Básica	GROPPO	Luís Antonio					Introdução à sociologia da juventude		1ª			Jundiaí	Paco Editorial	9788546210763	2017
Formação Geral	Formação Geral	Básica	HARARI	Yuval Noah					Sapiens	Uma Breve História da Humanidade	1ª			Porto Alegre - RS	L&PM	9788525432186	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	KOCH	Ingedore V.					Introdução a Linguística Textual	Trajetória e Grandes Temas	1ª			São Paulo	Contexto	9788572448819	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	MARANDOLA	Eduardo Jr	CAVALCANTE	Tiago Vieira			Percepção do Meio Ambiente e Geografia	Estudos Humanistas do Espaço, da Paisagem e do Lugar	1ª			São Paulo	UNESP	9788579838934	2017
Formação Geral	Formação Geral	Básica	MARQUES	Isabel A.	BRAZIL	Fábio			Arte em Questões		2ª			São Paulo	Cortez	9788524921933	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica		Mark					De que São Feitas as Coisas: 10 Materiais que Constroem o Nosso Mundo		1ª			São Paulo	Blucher	9788521209652	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	NGEDORE	Villaça Koch	VANDA	Maria Elias			Escrever e Argumentar		1ª			São Paulo	Contexto	9788572449502	2016
Formação Geral	Formação Geral	Básica	REECE	Jane B.	WASSERMAN	Steven A.	URRY	Lisa A.	Biologia de Campbell		10ª			Santo André	Artmed	9788582712160	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica		Ana Elisa					Textos Multimodais	Leitura e Produção	1ª		Linguagens e Tecnologias	São Paulo	Parábola Editorial	9788579341106	2016
Formação Geral	Formação Geral	Básica	ROVELLI	Carlo					Sete breves lições de física		1ª			Rio de Janeiro	Objetiva	9788539007097	2015
Formação Geral	Formação Geral	Básica	SANTOS	Milton	ELIAS	Denise			Metamorfoses do Espaço Habitado	Fundamentos Teóricos e Metodológicos da Geografia	6ª			São Paulo	EDUSP	9788531410444	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica	SANTOS	Vandeir Vioti dos					Calcule Mais	Nunca é Tarde para Aprender Matemática	1ª			Rio de Janeiro	Alta Books	9788550802527	2018
Formação Geral	Formação Geral	Básica	SCHUMACHER	Cristina A.					O INGLÊS NA TECNOLOGIA DA INFORMACAO		1ª			São Paulo	Disal	9788578440282	2018
Formação Geral	Formação Geral	Básica	SHITSUKA	Caleb D. W. M.	SHITSUKA	Dorlivete M.	SHITSUKA	Rabbith I. C. M.	Matemática Aplicada		1ª		Eixos	São Paulo	Érica	9788536507613	2017
Formação Geral	Formação Geral	Básica	STEWART	Ian					O fantástico mundo dos números	A matemática do zero ao infinito	1ª			Rio de Janeiro	Zahar	9788537815526	2016
Formação Geral	Formação Geral	Básica	STRICKLAND	Carol	BOSWELL	John			Arte comentada - Da Pré-História ao Pós-Moderno		1ª			Rio de Janeiro	Nova Fronteira	9788520936665	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica	STROGATZ	Steven					A matemática do dia a dia		1ª			Rio de Janeiro	Alta Books	9788550801407	2017

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Governo do Estado de São Paulo
Rua dos Andradas, 140 – Santa Ifigênia – CEP: 01208-000 – São Paulo – SP

Formação Geral	Formação Geral	Básica	TIPLER	Paul A.	LLEWELLYN	Ralph A.				Física Moderna		6ª			Rio de Janeiro	LTC	9788521626077	2014
Formação Geral	Formação Geral	Básica	VILLAR	Bruno						Matemática Facilitada		1ª			Porto Alegre - RS	Método	9788530972783	2016
Formação Geral	Formação Geral	Básica	ZIPMAN	Susana						Espanhol fluente em 30 lições		1ª			São Paulo	Disal	9788578441593	2014

Eixo Tecnológico	Curso	Bibliografia	Autor 1 /SOBRENOME	Autor 1 /NOME	Autor 2 /SOBRENOME	Autor 2 /NOME	Autor 3 /SOBRENOME	Autor 3 /NOME	Organizador /Sobrenome	Organizador /Nome	Título	Subtítulo	Edição	Cidade	Editora	ISBN	Ano
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica							Demo	Gisela	Marketing de Relacionamento & Comportamento do Consumidor	Estado da Arte, Produção Nacional, Novas Medidas e Estudos Empíricos	1	São Paulo	Grupo GEN	9788522497249	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	ANDRADE	Marcos Serafim de							Adobe Photoshop CC		3	São Paulo	Senac	9788539619993	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	BELCH	George E	BELCH	Michael E.					Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing		9	São Paulo	Grupo A	9788580553642	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	BERNARDI	Luiz Antonio							Formação de Preços	Estratégias, Custos e Resultados	5	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597010657	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	BIZELLI	Maria Helena S. Sahaio	MILANELO	Cassio Henrique					Aulas Práticas De Corel Draw X5		1	São Paulo	Ciência Moderna	9788539902286	2012
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CASTRO	Luciano Thomé e	NEVES	Marcos Fava	CÔNSOLI	Matheus Alberto			Administração de Vendas		2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597016239	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CHIAVENATO	Idalberto							Gestão de Vendas	Uma Abordagem Introdutória	3	São Paulo	Manole	9788520439210	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CHURCHILL	Gilbert A.	PETER	J. Paul					Marketing: criando valor para os clientes		3	São Paulo	Saraiva	9788502183599	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CROCCO	Luciano							Marketing: Perspectivas e tendências		1	São Paulo	Saraiva	9788502098275	2010
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CRUZ	André Santa							Direito Empresarial		8	Rio de Janeiro	Forense	9788530979720	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	DEMETRESCU	Sylvia							Vitrinas e Exposições	Arte e Técnica do Visual Merchandising	1	São Paulo	Saraiva	9788536508559	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	FARIAS	Cláudio	DUSCHITZ	Caroline	DE CARVALHO	Gustavo Meneghetti			Marketing Aplicado		1	Porto Alegre	Grupo A	9788582602775	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	GRANT	David B.							Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos		1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Governo do Estado de São Paulo
Rua dos Andradas, 140 – Santa Ifigênia – CEP: 01208-000 – São Paulo – SP

Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	GRANT	David B.						Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos		1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	GRINOVER	Ada Pellegrini						Código Brasileiro de Defesa do Consumidor	Comentado pelos Autores do Anteprojeto	11	Rio de Janeiro	Forense	9788530960643	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	KOTLER	Philip	KELLER	Kevin Lane				Administração de Marketing		14	São Paulo	Pearson	9788581430003	2012
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	LADEIRA	Wagner	SANTINI	Fernando				Merchandising & Promoção de Vendas		1	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597015478	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	LUDOVICO	Nelson	SANTINI	Fernando Roberto				Gestão de marketing	O plano de marketing como orientador das decisões - Série gestão empresarial	1	São Paulo	Saraiva	9788502214132	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MARCONI	Marina de Andrade	LAKATOS	Eva Maria				Técnicas de Pesquisa		8	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012811	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MCDONALD	Malcolm	WILSON	Hugh				Planos de Marketing		7	São Paulo	Elsevier	9788535256352	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MCQUAIL	Denis						Teorias da Comunicação de Massa	Série Comunicação	6	Porto Alegre	Grupo A	9788565848275	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	NIQUE	Walter	LADEIRA	Wagner				Pesquisa de Marketing		2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012583	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	NOGUEIRA	Amarildo de Souza						Logística empresarial		2	Rio de Janeiro	Atlas	9788597013634	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	READE	Dennis Vincent	ROCHA	Marcos	OLIVEIRA	Sérgio Luís Ignácio de		Marketing estratégico		1	São Paulo	Saraiva	9788502638761	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	RIBEIRO	Osni Moura						Contabilidade de Custos		4	São Paulo	Saraiva	9788502621800	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	SOLOMON	Michael R.						O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo		11	Porto Alegre	Grupo A	9788582603673	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	Wood	Marian Burk						Planejamento de Marketing		1	São Paulo	Saraiva	9788502629868	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	ZENONE	Luiz Claudio						Fundamentos de Marketing de Relacionamento		2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597013047	2017

CAPÍTULO 8

PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A contratação dos docentes que irão atuar no Curso de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING** será feita por meio de Concurso Público e/ou Processo Seletivo como determinam as normas próprias do Ceeteps, obedecendo a seguinte ordem de prioridade, em conformidade com o Art. 12 da Deliberação do Conselho Estadual de Educação nº 162/2018, alterada pela Deliberação CEE nº 168/2019 e Indicação CEE 157/2016:

- I. Licenciados na área ou componente curricular/disciplina do curso, obtido em cursos de licenciatura específica ou equivalente e cursos de formação pedagógica para graduados não licenciados (consoante legislação vigente à época);
- II. Graduados no componente curricular/disciplina, portadores de certificado de especialização lato sensu, com no mínimo 120h de conteúdos programáticos de formação pedagógica;
- III. Graduados no componente curricular/disciplina ou na área do curso.

Aos docentes contratados, o Ceeteps mantém um Programa de Capacitação voltado à formação continuada de competências diretamente ligadas ao exercício do magistério.

TITULAÇÕES DOCENTES POR COMPONENTE CURRICULAR

COMPONENTE CURRICULAR	TITULAÇÃO
ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA APLICADA AO MARKETING	• Administração • Administração ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas

	• Administração - Habilitação em Administração de Negócios • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Hoteleira • Administração - Habilitação em Administração Rural • Administração - Habilitação em Agronegócios • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Empresas Rurais e Cooperativas • Administração - Habilitação em Finanças • Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios Agroindustriais • Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração de Empresas e Agronegócios • Administração de Empresas e Negócios • Administração de Negócios
--	--

- Administração em Agronegócios
- Administração em Marketing
- Administração Geral
- Administração Geral - Ênfase em Marketing
- Administração Hoteleira
- Administração Rural
- Ciências Administrativas
- Ciências Atuariais
- Ciências Contábeis
- Ciências Contábeis e Atuariais
- Ciências Econômicas
- Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional
- Ciências Econômicas e Administrativas
- Ciências Gerenciais e Orçamentárias
- Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis
- Contabilidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Economia
- Tecnologia em Agronegócio(s)
- Tecnologia em Gestão de Finanças
- Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios
- Tecnologia em Gestão Empresarial
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior
- Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica

	• Tecnologia em Planejamento e Programação Econômica • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Programação Econômica
APLICATIVOS INFORMATIZADOS	• Administração - Habilitação em Gestão de Informática • Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação • Administração de Sistemas de Informação • Análise de Sistemas • Análise de Sistemas Administrativos em Processamento de Dados • Análise de Sistemas de Informação • Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias • Ciência e Tecnologia • Ciência(s) da(de) Computação • Computação • Computação (LP) • Computação Científica • Engenharia da(de) Computação • Física - Opção Informática • Física Computacional • Informática ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Matemática Aplicada às Ciências da Computação • Matemática Aplicada e Computação Científica • Matemática Aplicada e Computacional

- Matemática com Informática
- Matemática Computacional
- Processamento de Dados
- Processamento de Dados ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Programação de Sistemas ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Sistemas de Informação
- Sistemas de Informação - Habilitação Planejamento Estratégico
- Sistemas e Tecnologia da Informação (LP)
- Tecnologia da Informação
- Tecnologia da Informação (LP)
- Tecnologia da(de) Informação e Comunicação
- Tecnologia em Análise de Sistemas
- Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas
- Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas
- Tecnologia em Banco de Dados
- Tecnologia em Desenvolvimento de Sistemas
- Tecnologia em Desenvolvimento para Web
- Tecnologia em Desenvolvimento Web
- Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação
- Tecnologia em Informática
- Tecnologia em Informática - Banco de Dados

	• Tecnologia em Informática - Ênfase em Gestão de Negócios • Tecnologia em Informática - Modalidade (de) Gestão Financeira • Tecnologia em Informática com Ênfase em Banco de Dados • Tecnologia em Informática para (a) Gestão de Negócios • Tecnologia em Processamento de Dados • Tecnologia em Projeto(s) de Sistemas de Informações • Tecnologia em Redes de Computadores • Tecnologia em Sistema(s) de(da) Informação • Tecnologia em Sistema(s) para Internet • Tecnologia em Web Design • Tecnologia em Web Design e E-Commerce
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração de Negócios • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Hoteleira • Administração - Habilitação em Administração Rural • Administração - Habilitação em Agronegócios

- Administração - Habilitação em Comércio Exterior
- Administração - Habilitação em Comércio Internacional
- Administração - Habilitação em Gestão de Marketing
- Administração - Habilitação em Gestão de Negócios Agroindustriais
- Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa
- Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação
- Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica
- Administração - Habilitação em Marketing
- Administração - Habilitação em Mercadologia
- Administração - Habilitação em Mercados Internacionais
- Administração de Empresas
- Administração de Empresas e Agronegócios
- Administração de Empresas e Negócios
- Administração de Negócios
- Administração de Pequenas e Médias Empresas
- Administração de Sistemas de Informação
- Administração em Agronegócios
- Administração em Marketing
- Administração Geral
- Administração Geral - Ênfase em Marketing

- Administração Hoteleira
- Administração Rural
- Ciências Administrativas
- Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Tecnologia em Gestão de Logística
- Tecnologia em Gestão de Logística Empresarial
- Tecnologia em Gestão de Marketing
- Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão Empresarial
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior
- Tecnologia em Gestão Logística
- Tecnologia em Logística
- Tecnologia em Logística - Ênfase em Transportes
- Tecnologia em Logística Aeroportuária
- Tecnologia em Logística de Armazenamento e Distribuição
- Tecnologia em Logística de Armazenamento e Distribuição de Materiais
- Tecnologia em Logística e Transportes

	• Tecnologia em Logística e Transportes Multimodal • Tecnologia em Logística Empresarial • Tecnologia em Logística para o Agronegócio • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Industrial
ESTRATÉGIAS DE MARKETING E MODELOS DE NEGÓCIOS	• Administração • Administração ("EI" - Técnico com Formação Pedagógica) • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Hoteleira • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria • Administração - Habilitação em Gestão da Informação • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa • Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação

	• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração de Empresas e Negócios • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Administração Pública • Ciências Administrativas • Ciências Contábeis • Ciências Contábeis e Atuariais • Ciências Econômicas • Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional • Ciências Econômicas e Administrativas • Ciências Gerenciais • Ciências Gerenciais e Orçamentárias • Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
--	--

- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Economia
- Marketing
- Propaganda e Marketing
- Publicidade
- Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo
- Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Administração Pública
- Tecnologia em Agronegócio(s)
- Tecnologia em Criação e Produção Publicitária
- Tecnologia em Gestão Comercial
- Tecnologia em Gestão da Produção
- Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação
- Tecnologia em Gestão de Marketing
- Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios
- Tecnologia em Gestão Empresarial
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Gestão Pública • Tecnologia em Informática - Modalidade Gestão da Produção Industrial • Tecnologia em Informática para (a) Gestão de Negócios • Tecnologia em Informática para Negócios • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção (da/de Produção) • Tecnologia em Produção Industrial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Hoteleira

- Administração - Habilitação em Comércio Exterior
- Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação
- Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica
- Administração - Habilitação em Marketing
- Administração - Habilitação em Mercados Internacionais
- Administração de Empresas
- Administração de Empresas e Negócios
- Administração de Negócios
- Administração em Hotelaria
- Administração em Marketing
- Administração Geral
- Administração Hoteleira
- Administração Pública
- Ciências Administrativas
- Ciências Atuariais
- Ciências Contábeis
- Ciências Contábeis e Atuariais
- Ciências Econômicas
- Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional
- Ciências Econômicas e Administrativas
- Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis
- Ciências Jurídicas
- Ciências Jurídicas e Sociais
- Ciências Sociais
- Ciências Sociais (LP)
- Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)

- Comunicação Mercadológica
- Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial
- Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Direito
- Economia
- Estudos Sociais com Habilitação em Geografia (LP)
- Estudos Sociais com Habilitação em História (LP)
- Filosofia
- Filosofia (LP)
- História
- História (LP)
- Marketing
- Pedagogia
- Pedagogia (LP)
- Propaganda e Marketing
- Psicologia
- Psicologia (LP)
- Publicidade
- Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Relações Internacionais

	• Sociologia • Sociologia (LP) • Sociologia e Política • Sociologia e Política (LP) • Tecnologia em Administração Pública • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Planejamento Administrativo • Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING	• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Marketing • Administração em Marketing • Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias • Ciência(s) da(de) Computação • Comunicação Mercadológica

	• Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Desenho Industrial - Habilitação em Programação Visual • Design • Design - Habilitação em Comunicação Visual • Design - Habilitação em Design Digital • Design - Habilitação em Design Gráfico • Design - Habilitação em Programação Visual • Design Digital • Design Gráfico • Marketing • Propaganda e Marketing • Publicidade • Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas
--	--

	• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Design • Tecnologia em Design Digital • Tecnologia em Design Gráfico • Tecnologia em Design Gráfico Digital • Tecnologia em Design: Programação Visual • Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Informática - Modalidade (de) Gestão Financeira • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processamento de Dados • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
INTRODUÇÃO AO MARKETING E COMUNICAÇÃO INTEGRADA	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Comércio Exterior

	• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração de Empresas e Agronegócios • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Ciências Administrativas • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Marketing • Propaganda e Marketing • Publicidade • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação
--	--

	• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Propaganda e Marketing • Tecnologia em Publicidade e Marketing
--	--

	• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
LEGISLAÇÃO DE MERCADO	• Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração de Empresas • Ciências Jurídicas • Ciências Jurídicas e Sociais • Direito
MARKETING DE RELACIONAMENTO	• Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Marketing • Propaganda e Marketing • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade • Publicidade • Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)

	• Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE	• Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias • Ciência(s) da(de) Computação • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Marketing

- Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial
- Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Desenho Industrial - Habilitação em Programação Visual
- Design
- Design - Habilitação em Comunicação Visual
- Design - Habilitação em Design Digital
- Design - Habilitação em Design Gráfico
- Design - Habilitação em Programação Visual
- Design Digital
- Design Gráfico
- Marketing
- Propaganda e Marketing
- Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade
- Publicidade
- Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo

	• Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Design • Tecnologia em Design Digital • Tecnologia em Design Gráfico • Tecnologia em Design Gráfico Digital • Tecnologia em Design: Programação Visual • Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processamento de Dados • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
MARKETING INSTITUCIONAL	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Rural

	• Administração - Habilitação em Agronegócios • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Empresas Rurais e Cooperativas • Administração - Habilitação em Finanças • Administração - Habilitação em Gestão de Marketing • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios Agroindustriais • Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercadologia • Administração de Empresas • Administração de Empresas e Agronegócios • Administração em Agronegócios • Administração em Marketing • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Ciências Administrativas • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
--	---

- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Marketing
- Propaganda e Marketing
- Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade
- Publicidade
- Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Tecnologia em Criação e Produção Publicitária
- Tecnologia em Gestão Comercial
- Tecnologia em Gestão de Marketing
- Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas
- Tecnologia em Gestão Empresarial
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing
- Tecnologia em Gestão Mercadológica
- Tecnologia em Marketing

	• Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PESQUISA DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	• Administração • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing)
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Marketing
- Propaganda e Marketing
- Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade
- Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda
- Psicologia
- Psicologia (LP)
- Publicidade
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo
- Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Criação e Produção Publicitária
- Tecnologia em Gestão de Marketing
- Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas
- Tecnologia em Gestão Empresarial
- Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Propaganda e Marketing • Tecnologia em Publicidade e Marketing • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral • Ciências Administrativas • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica

	• Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Marketing • Propaganda e Marketing • Publicidade • Publicidade ("EI" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PLANO DE MARKETING	• Administração - Habilitação em Gestão de Marketing • Administração - Habilitação em Marketing

- Administração - Habilitação em Mercadologia
- Administração em Marketing
- Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Comunicação Mercadológica
- Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Comunicação Social com Habilitação em Marketing
- Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial
- Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Marketing
- Propaganda e Marketing
- Publicidade
- Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Tecnologia em Criação e Produção Publicitária
- Tecnologia em Gestão de Marketing
- Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão Empresarial

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PROJETO INTEGRADOR I	• Administração • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Comunicação Mercadológica

- Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial
- Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
- Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing)
- Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas
- Marketing
- Propaganda e Marketing
- Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade
- Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda
- Publicidade
- Publicidade e Propaganda
- Publicidade, Propaganda e Criação
- Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
- Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo
- Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Criação e Produção Publicitária
- Tecnologia em Gestão de Marketing
- Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas
- Tecnologia em Gestão Empresarial

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PROJETO INTEGRADOR II	• Administração • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração em Marketing

	• Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Marketing • Propaganda e Marketing • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda • Publicidade • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária
--	---

	• Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING	• Administração • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios

	• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Marketing • Propaganda e Marketing • Publicidade • Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção
--	---

	• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão Comercial • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
--	--

Este quadro apresenta a indicação da formação e qualificação para a função docente. Para a organização dos Concursos Públicos e/ou Processos Seletivos, a unidade escolar deverá consultar o Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência.

Toda Unidade Escolar conta com:

- Diretor de Escola Técnica;
- Diretor de Serviço – Área Administrativa;
- Diretor de Serviço – Área Acadêmica;
- Coordenador de Projetos Responsável pela Coordenação Pedagógica;
- Coordenador de Projetos Responsável pelo Apoio e Orientação Educacional;

- Coordenador de Curso;
- Auxiliar de Docente;
- Docentes.

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP

CAPÍTULO 9

CERTIFICADOS E DIPLOMA

Ao aluno concluinte do curso será conferido e expedido o diploma de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING**, satisfeitas as exigências relativas:

- ✓ ao cumprimento do currículo previsto para habilitação;
- ✓ à apresentação do certificado de conclusão do Ensino Fundamental II ou equivalente.

Ao término da primeira série, o aluno fará jus ao Certificado de Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**.

Ao término das duas primeiras séries, o aluno fará jus ao Certificado de Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**.

Ao completar as 3 séries, com aproveitamento em todos os componentes curriculares, o aluno receberá o Diploma de **TÉCNICO EM MARKETING**, pertinente ao Eixo Tecnológico de “Gestão e Negócios”, bem como o Certificado e Histórico Escolar do **ENSINO MÉDIO**.

O diploma e os certificados terão validade nacional quando registrados na SED – Secretaria de Escrituração Digital do Governo do Estado de São Paulo e no SISTEC/MEC - Sistema Nacional de Informações da Educação Profissional e Tecnológica, obedecendo a legislação vigente; a Lei Federal nº 12.605/12, determina às instituições de ensino públicas e privadas a empregarem a flexão de gênero para nomear profissão ou grau nos diplomas e certificados expedidos.

PARECER TÉCNICO

Fundamentação Legal: Deliberação CEE n.º 162/2018 e Indicação CEE n.º 169/2018			
Processo Centro Paula Souza		N.º de Cadastro (MEC)	

1. Identificação da Instituição de Ensino			
1.1. Nome e Sigla			
Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - CEETEPS			
1.2. CNPJ			
62823257/0001-09			
1.3. Logradouro			
Rua dos Andradas			
Número	140	Complemento	
CEP	01208-000	Bairro	Santa Ifigênia
Município	São Paulo – SP		
Endereço Eletrônico			
Website	http://www.cps.sp.gov.br/		
1.4. Autorização do curso			
Órgão Responsável	Unidade de Ensino Médio e Técnico/CEETEPS		
Fundamentação legal	Supervisão delegada: Resolução SE/SP nº 78, de 07-11-2008.		
1.5. Unidade de Ensino Médio e Técnico			
Coordenador	Almério Melquíades de Araujo		
E-mail	almerio.araujo@cps.sp.gov.br		
Telefone do diretor(a)	(11) 3324.3969		
1.6. Dependência Administrativa			
Estadual/Municipal/Privada	Estadual		
1.7. Ato de Fundação/Constituição	Decreto Lei Estadual		
1.8. Entidade Mantenedora			
CNPJ	62823257/0001-09		

Razão Social	Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza		
Natureza Jurídica	Autarquia estadual		
Representante Legal	Laura M. J. Laganá		
Ano de Fundação/Constituição	1969		
2. Curso			
2.1. Curso: novo, autorizado ou autorizado e em funcionamento.			
Curso autorizado e em funcionamento.			
2.2. Curso presencial ou na modalidade a distância			
Curso presencial.			
2.3. ETECs/município que oferecem o curso			
2.4. Quantidade de vagas ofertadas			
30 a 40 vagas			
2.5. Período do Curso (matutino/vespertino/noturno)			
Matutino/vespertino/noturno			
2.6. Denominação do curso			
Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Marketing			
2.7. Eixo Tecnológico			
Gestão e Negócios			
2.8. Formas de oferta			
Ensino Médio com habilitação profissional			
2.9. Carga Horária Total, incluindo estágio se for o caso.			
2866 horas / 3440 horas-aula			
3. Análise do Especialista			
3.1. Justificativa e Objetivos			
A justificativa e objetivos estão de acordo com os dados mais recentes sobre a área.			
3.2. Requisitos de Acesso			
Os requisitos de acesso são adequados aos critérios da instituição educacional.			
3.3. Perfil Profissional de Conclusão			
O perfil de conclusão proposto para o Curso Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Marketing está de acordo com a natureza de formação da área, uma vez que as competências e atribuições desse profissional estão adequadas ao mercado de trabalho.			

A descrição das áreas de atuação também está pertinente, conforme segue:

O TÉCNICO EM MARKETING é o profissional que estuda o mercado alvo e o comportamento do consumidor e suas tendências; monitora os concorrentes, as ameaças e as oportunidades no segmento de atuação da organização. Desenvolve e alinha oferta de produtos e serviços da empresa às mudanças constantes, às necessidades e aos desejos do consumidor. Colabora com o desenvolvimento de novos produtos e serviços. Auxilia na construção de estratégias de diferenciação e posicionamento da marca baseadas em produtos, políticas de preços, distribuição e promoção, criando vantagem competitiva, valor aos consumidores e lucro para os acionistas.

MERCADO DE TRABALHO

- ❖ Empresas de consultoria e de forma autônoma; Organizações públicas, privadas, do terceiro setor.

3.4. Organização Curricular

A organização curricular está adequada às funções produtivas pertinentes à formação deste profissional, conforme o item 2.9 deste parecer.

3.4.1. Proposta de Estágio

O curso não prevê estágio curricular obrigatório, conforme a legislação da Educação Profissional Técnica de Nível Médio no Brasil.

3.5. Critérios de aproveitamento de conhecimentos e de experiências anteriores

Os critérios de aproveitamento de conhecimentos e de experiências são adequados aos critérios da instituição e também às disposições da legislação educacional.

3.6. Critérios de Avaliação

Os critérios de avaliação são adequados aos critérios da instituição e também às disposições da legislação educacional.

3.7. Instalações e Equipamentos

As instalações e equipamentos estão adequados para o desenvolvimento de competências e de habilidades que constituem o perfil profissional da habilitação.

3.8. Pessoal Docente e Técnico

Os docentes são contratados mediante concurso público ou processo seletivo. O plano de curso indica os requisitos de formação e qualificação, que atendem à Deliberação CEE 162/2018, alterada pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 157/2016.

3.9. Certificado(s) e Diploma

O curso prevê certificações intermediárias, com as quais estamos de acordo.

4. Parecer do Especialista

Somos de parecer favorável à implantação do curso de Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Marketing na rede de escolas do Centro Paula Souza, uma vez que a instituição apresenta as condições adequadas para a implantação do curso e que a proposta da organização curricular está em conformidade com as atuais especificações do mercado de trabalho.

5. Qualificação do Especialista

5.1. Nome

Kelly Luana Miranda Rouge Arruda

RG	42.000.025-2	CPF	316.216.908-90
----	--------------	-----	----------------

Registro no Conselho Profissional da Categoria	
--	--

5.2. Formação Acadêmica

Técnica em Administração
Bacharel em Administração
Bacharel em Engenharia de Produção
Formada em Pedagogia
Pós em Logística
Pós em cursos profissionalizantes (Esquema I) - Licenciatura
Licenciatura em Matemática

5.3. Experiência Profissional

Empresa: RR Arruda e Assessoria.

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 05-12-2018

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza designa **Amneris Ribeiro Caciatori**, R.G. 29.346.971-4, **Dário Luiz Martins**, R.G. 24.617.929-6 e **Rodrigo de Oliveira Medeiros**, R.G. 33.342.775-0, para procederem a análise e emitirem aprovação do Plano de Curso da Habilitação Profissional de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING**, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING** e de **ASSISTENTE DE MARKETING**, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps.

São Paulo, 05 de dezembro de 2018.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO
Coordenador do Ensino Médio e Técnico

APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO

A Supervisão Educacional, supervisão delegada pela Resolução SE nº 78, de 07/11/2008, com fundamento no item 14.5 da Indicação CEE 08/2000, revogada pela Deliberação CEE 162/2018 e Indicação CEE 169/2018, alteradas pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 177/2019, aprova o Plano de Curso do Eixo Tecnológico de “Gestão e Negócios”, referente à Habilitação Profissional de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING**, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING** e de **ASSISTENTE DE MARKETING**, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 08-12-2018.

São Paulo, 07 de dezembro de 2018.

**Amneris Ribeiro
Caciatori**

R.G. 29.346.971-4

**Gestora de Supervisão
Educacional**

Dário Luiz Martins

R.G. 24.617.929-6

**Gestor de Supervisão
Educacional**

**Rodrigo de Oliveira
Medeiros**

R.G. 33.342.775-0

**Gestor de Supervisão
Educacional**

PORTARIA CETEC Nº 1573, DE 7-12-2018

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico, com fundamento nos termos da Lei Federal 9394, de 20-12-1996 (e suas respectivas atualizações, com destaque na Lei 13415, de 16-2-2017), na Resolução CNE/CEB 2, de 15/12/2020, na Resolução CNE/CP 1, de 5/1/2021, na Resolução CNE/CEB 4, de 13-7-2010, na Resolução SE 78, de 7-11-2008, no Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014, no Parecer CNE/CEB 5, de 4-5-2011, no Parecer CNE/CEB 39/2004, no Parecer CNE/CEB 11, de 12-6-2008, na Deliberação CEE 162/2018, na Indicação CEE 169/2018 e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, resolve que:

Artigo 1º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Controle e Processos Industriais”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Eletrônica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Eletrônica.

Artigo 2º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Gestão e Negócios”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Marketing, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Marketing e de Assistente de Marketing.

Artigo 3º - Ficam aprovados, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, os seguintes Planos de Cursos do Eixo Tecnológico “Informação e Comunicação”:

- a. Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar em Desenvolvimento de Sistemas e de Programador de Computadores;
- b. Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Informática para Internet, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Informática para Internet e de Auxiliar em Design de Websites.

Artigo 4º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Infraestrutura”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Edificações, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Desenhista em Edificações.

Artigo 5º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Produção Alimentícia”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Alimentos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Analista de Alimentos.

Artigo 6º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Produção Cultural e Design”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Comunicação Visual, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Processos Criativos e de Desenhista de Projetos Visuais.

Artigo 7º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Segurança”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Segurança do Trabalho, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Segurança do Trabalho.

Artigo 8º - Fica aprovado, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV-A da referida Lei, e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Turismo, Hospitalidade e Lazer”, do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Eventos, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Recepcionista de Eventos e de Assistente de Eventos.

Artigo 9º - Os cursos referidos nos artigos 1º a 8º estão autorizados a serem implantados na Rede de Escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 7-12-2018.

Artigo 10º - Esta portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

São Paulo, 07 de dezembro de 2018.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO
Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Publicada no DOE de 08-12-2018, seção I, página 72.

ANEXO

SUGESTÃO METODOLÓGICA

RELATÓRIO DE AULA PRÁTICA DA HABILITAÇÃO PROFISSIONAL

TEMA: _____

TÍTULO: _____

Professor (es): _____

Componente Curricular: _____

Grupo _____

Nome (s): _____ Número (s): _____

Data ____ / ____ / ____

Etec _____

1. INTRODUÇÃO

Dar um título ao texto, considerando teorias encontradas em livros técnicos / artigos / normas. Escrever sobre o tema proposto.

2. OBJETIVOS

Descrever, em tópicos, os objetivos da aula/experimento em questão.

3. EQUIPAMENTOS / ACESSÓRIOS / SOFTWARES

Citar e descrever os equipamentos, acessórios e softwares (citar outros, se necessário) utilizados.

4. PROCEDIMENTOS / ATIVIDADES / PROCESSOS

Descrever os procedimentos / atividades / processos utilizados para a execução da proposta.

5. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS / ANÁLISE

Apresentar e analisar os resultados obtidos, considerando os procedimentos executados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inserir as conclusões do aluno / da equipe, a partir da proposição dos objetivos traçados inicialmente e dos resultados obtidos a posteriori.