

MATRIZ CURRICULAR – 1º SEMESTRE DE 2020						SPdoc – Protocolo (Nº/Ano)		3208680/2019									
Unidade Escolar	Etec Professor Idio Zucchi - Extensão EE Aurélio Arrobas Matins				Código	151.01	Município	Jaboticabal									
Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS		Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING (2,5)					Plano de Curso	150								
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB n.º 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto nº 8.268, de 18-6-2014. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 733, de 10-9-2015, publicada no Diário Oficial de 11-9-2015 – Poder Executivo – Seção I – páginas 52-53.																	
MÓDULO I – 1º semestre de 2020					MÓDULO II – 2º semestre de 2020				MÓDULO III – 1º semestre de 2021								
Componentes Curriculares		Tema	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares		Tema	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares		Tema	Carga Horária (Horas-aula)		
			Teoria	Prática	Total				Teoria	Prática	Total				Teoria	Prática	Total
I.1 – Introdução ao Marketing		1	50	50	100	II.1 – Gestão de Vendas II		2	00	50	50	III.1 – Canais de distribuição		2	50	00	50
I.2 – Legislação de Mercado		1	50	00	50	II.2 – Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica		3	00	50	50	III.2 – Marketing Institucional		3	50	50	100
I.3 – Comunicação Mercadológica		1	50	00	50	II.3 – Inglês Instrumental I		4	50	00	50	III.3 – Empreendedorismo		2	00	50	50
I.4 – Comportamento do Consumidor		1	50	00	50	II.4 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia		4	50	00	50	III.4 – Plano de Comunicação		3	50	50	100
I.5 – Aplicativos Informatizados		4	00	50	50	II.5 – Espanhol Instrumental I		4	50	00	50	III.5 – Ética e Cidadania Organizacional		4	50	00	50
I.6 – Gestão de Vendas I		2	50	50	100	II.6 – Estratégias de Marketing		2	50	50	100	III.6 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing		2	00	50	50
I.7 – Pesquisa de Mercado		2	00	50	50	II.7 – Informática Aplicada ao Marketing		3	00	100	100	III.7 – Espanhol instrumental II		4	50	00	50
I.8 – Administração financeira		2	50	00	50	II.8 – Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing		2	50	00	50	III.8 – Inglês Instrumental II		4	50	00	50
TOTAL			300	200	500	TOTAL			250	250	500	TOTAL			300	200	500
MÓDULO I SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA					MÓDULOS I + II Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS					MÓDULOS I + II + III Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING							
LEGENDA DOS TEMAS E SUA RELAÇÃO COM AS FUNÇÕES (DESCRIÇÃO NO VERSO)																	
TEMA 1 – DESENVOLVIMENTO DE FERRAMENTAS MERCADOLÓGICAS (Planejamento)									TEMA 3 – ELABORAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E MERCADOLÓGICA (Planejamento e Execução)								
TEMA 2 – CONCEPÇÃO DE PLANOS, ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE MARKETING (Planejamento e Controle)									TEMA 4 – TEMAS TRANSVERSAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROFISSIONAL E INSTRUMENTAL DA ÁREA (Planejamento)								
Data: ____/____/____ DIRETOR DE ETEC (Assinatura e carimbo)									Homologação: ____/____/____ SUPERVISOR EDUCACIONAL (Assinatura e carimbo)								

TEMA		FUNÇÃO	DESCRIÇÃO DOS TEMAS EM RELAÇÃO AO TRATAMENTO NOS COMPONENTES CURRICULARES	
TEMA 1 – DESENVOLVIMENTO DE FERRAMENTAS MERCADOLÓGICAS		Planejamento	Componentes curriculares voltados para conceitos elementares e contextualização das variáveis que interferem no planejamento de marketing, tais como: ferramentas de comunicação e de planejamento de marketing; normas, legislações e regulamentos; segmentação de mercado com base em tendências de consumo.	
TEMA 2 – CONCEPÇÃO DE PLANOS, ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE MARKETING		Planejamento e Controle	Componentes curriculares voltados para o conceito e a aplicação de técnicas e ferramentas que resultam em planos, na formulação de estratégias e no desenvolvimento e controle de ações de marketing, tais como: caracterização dos tipos de comércio e mercados consumidores; elaboração de pesquisas de mercado; estudo e aplicação de estratégias de marketing; desenvolvimento de projetos e modelos de negócio.	
TEMA 3 – ELABORAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E MERCADOLÓGICA		Planejamento e Execução	Componentes curriculares voltados para o desenvolvimento de conceitos e a criação de peças de comunicação mercadológica e institucional, tais como identificação e caracterização dos objetivos de comunicação, elaboração e gerenciamento do plano de comunicação; criação e tratamento de peças de comunicação com o uso de aplicativos informatizados.	
TEMA 4 – TEMAS TRANSVERSAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROFISSIONAL E INSTRUMENTAL DA ÁREA		Planejamento	Componentes curriculares voltados 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 e desenvolver projetos.	
OBSERVAÇÕES				
Total da Carga Horária Teórica		850 horas-aula	Trabalho de Conclusão de Curso	120 horas
Total de Carga Horária Prática		650 horas-aula	Estágio Supervisionado	Este curso não requer Estágio Supervisionado
Definição de carga horária prática	A carga horária descrita como prática é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.			
Definição de função	Conjunto de ações orientadas para uma mesma finalidade produtiva, para grandes atribuições, etapas significativas e específicas. São as grandes funções: planejamento, execução e controle. Fonte: ARAÚJO, Almério M., 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. Disponível em: < http://www.cpsctec.com.br/cpsctec/arquivos/2014/missao.pdf >. Acesso em: 13 mar. 2018.			
Observações sobre os temas	1. Um tema pode estar relacionado a uma ou mais funções. 2. Considera-se a função predominante, em relação às atribuições, atividades, competências habilidades e bases tecnológicas, sistematizadas em forma de componente curricular. 3. Os temas afins perpassam os módulos e podem ser utilizados para o desenvolvimento de projetos no interior de um módulo ao longo do curso/certificação intermediária.			
FONTES PARA CONSULTA DAS CERTIFICAÇÕES INTERMEDIÁRIAS				
ASSISTENTE DE VENDAS	CBO – Classificação Brasileira de Ocupações (Ministério do Trabalho, 2002): 3541 – Especialistas em promoção de produtos e vendas 3541-25 – Assistente de vendas 3541-35 – Técnico de vendas: Representante técnico de vendas			