

<b>Nome da Instituição</b>	<b>Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza</b>
<b>CNPJ</b>	62823257/0001-09
<b>Data</b>	03-10-2011 <b>Plano de curso atualizado de acordo com a matriz curricular homologada para o 1º semestre de 2020</b>
<b>Número do Plano</b>	<b>152</b>
<b>Eixo Tecnológico</b>	Gestão e Negócios

<b>Plano de Curso para</b>	
<b>01. Habilitação 3ª SÉRIE Carga Horária Estágio TCC</b>	<b>Habilitação Profissional de TÉCNICO EM <i>MARKETING</i> INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO</b>  3925 horas 0000 horas 0120 horas
<b>03. Qualificação 1ª + 2ª SÉRIE Carga Horária Estágio</b>	<b>Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS</b>  2686 horas 0000 horas

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

- ✓ 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**

Equipe Técnica

Coordenação:

**Almério Melquíades de Araújo**

Mestre em Educação

Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Organização:

**Fernanda Mello Demai**

Doutora e Mestra em Terminologia

Diretora de Departamento

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

**Angela Borges Scatolin Mota**

Graduada em Secretariado Executivo Bilíngue

Coordenadora do Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

Colaboração

**Adriano Paulo Sasaki**

Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos  
Responsável pelo Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência  
Ceeteps

**Andréa Marquezini**

Bacharel em Administração  
Especialista em Gestão de Projetos  
Responsável pela Padronização de Laboratórios e Equipamentos  
Ceeteps

**Audrey Fernanda de Souza Oliveira**

Graduação em Comunicação Social  
Especialização em Publicidade e Propaganda  
Etec Professor José Sant'Ana de Castro

**Carolina Marielli**

Licenciada em Educação Artística – Artes Plásticas  
Mestra em Artes  
Etec de Carapicuíba

**Dayse Victoria da Silva Assumpção**

Bacharel em Letras  
Licenciada em Letras – Português e Inglês  
Coordenadora de Projetos – Revisão e Gestão Documental  
Etec Prof. Horácio Augusto da Silveira

**Elaine Cristina Cendretti**

Licenciada em Matemática, Física e Mecânica  
Tecnóloga em Projetos Mecânicos  
Especialista em Administração Escolar, Supervisão e Orientação  
Coordenadora de Projetos – Revisão e Gestão Documental  
Etec Prof. José Sant'Ana de Castro

**Fernanda Valli**

Graduação em Letras  
Especialização em Espanhol  
Etec Albert Einstein

**Katia Regina Santana da Silva**

Graduação em Filosofia com Complementação em História  
Etec Guaracy Silveira

**Marcio Prata**

Tecnólogo em Informática para a Gestão de Negócios  
Responsável pela Sistematização das Matrizes Curriculares  
Assistente Técnico Administrativo II  
Ceeteps

**Maria José Grandó Rovai**

Graduação em Administração  
Especialização em Recursos Humanos e em Educação Pública  
Administração Central

**Marisa Costa**

Graduação em Letras e Pedagogia  
Especialização em Língua Portuguesa/ PUCSP  
Mestrado em Língua Portuguesa/ PUCSP  
Etec Parque Belém

**Priscilla Aparecida Viegas**

Graduação em Administração em Marketing  
Etec Salles Gomes

**Talita Trejo Silva Fernandes**

Assistente Administrativo  
Ceeteps

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

## *SUMÁRIO*

<b>CAPÍTULO 1</b> Justificativa e Objetivos	<b>06</b>
<b>CAPÍTULO 2</b> Requisitos de Acesso	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 3</b> Perfil Profissional de Conclusão	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 4</b> Organização Curricular	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO 5</b> Critérios de Aproveitamento de Conhecimentos e Experiências Anteriores	<b>144</b>
<b>CAPÍTULO 6</b> Critérios de Avaliação da Aprendizagem	<b>145</b>
<b>CAPÍTULO 7</b> Instalações e Equipamentos	<b>147</b>
<b>CAPÍTULO 8</b> Pessoal Docente e Técnico	<b>163</b>
<b>CAPÍTULO 9</b> Certificado e Diploma	<b>172</b>
<b>PARECER TÉCNICO DO ESPECIALISTA</b>	<b>173</b>
<b>PORTARIA DO COORDENADOR, DESIGNANDO COMISSÃO DE SUPERVISORES</b>	<b>178</b>
<b>APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO</b>	<b>179</b>
<b>PORTARIAS DO COORDENADOR, APROVANDO O PLANO DE CURSO</b>	<b>180</b>
<b>ANEXO</b> Matrizes Curriculares Anteriores	<b>183</b>

## CAPÍTULO 1

## JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

### 1.1. Justificativa

*Marketing* está relacionado às práticas que buscam compreender e satisfazer as necessidades e desejos dos indivíduos, de forma que se desenvolva um relacionamento a longo prazo cuja principal característica seja a relação do tipo ganha-ganha, onde tanto o consumidor/ cliente quanto a empresa saem beneficiados, dentro de um processo de vendas, e que tenham suas necessidades e desejos atendidas de forma satisfatória.

O *marketing* surgiu para atender a essas necessidades de mercado e não estão limitadas a bens de consumo ou serviços, mas hoje admiti-se amplamente sua atuação e preocupação com as relações do indivíduo em seu ambiente social, político, econômico, virtual e também natural, de forma com que suas ações preservem a ética e a sustentabilidade tão viva em nosso dia-a-dia.

Apesar de encontrarmos suas raízes ao longo da história da humanidade, na própria gênese do comércio o *marketing* é um campo de estudo novo se comparado com os demais campos do saber. O estudo do mercado surgiu da necessidade dos industriais administrarem a nova realidade, oriunda Pós-Revolução Industrial que causou a transformação de um mercado de vendedores para um mercado de compradores. Neste estágio o *marketing* ainda é inseparável da economia e da administração clássica, pois inicialmente sua preocupação era puramente de logística e produtividade para a maximização dos lucros. Os consumidores/ clientes não tinham qualquer poder de escolha e a concorrência era praticamente inexistente.

Tal realidade manteve-se inalterada até fins da Segunda Guerra Mundial quando então, reagindo ao crescimento da concorrência, marketeiros começaram a refletir e planejar sobre como atrair e lidar com seus consumidores.

Na maior parte das empresas, o *marketing* ocupava, há aproximadamente 50 anos, apenas um lugar modesto inserido no departamento comercial, composto por alguns vendedores e colaboradores, muitas vezes subordinados ao diretor de produção ou ao diretor administrativo. Aos poucos, essa função foi-se ganhando espaço e relevância perante os demais departamentos, o que o fez ocupar o nível das decisões gerenciais equiparadas às dos setores de produção, finanças e de Gestão de Pessoas.

Atualmente, pode-se ver a mesma empresa praticando diferentes filosofias de *marketing*, em um mesmo mercado, como por exemplo:

- a) **orientação para produto:** considera que os consumidores preferem os produtos de melhor qualidade, desempenho e aspectos inovadores. As organizações devem esforçar-se para aprimorar seus produtos permanentemente;
- b) **orientação para vendas:** a orientação para venda significa que o propósito da empresa é satisfazer o desejo do cliente para que ele possa voltar e comprar mais vezes em sua empresa ou em qualquer outra;
- c) **orientação para o cliente:** a função principal da empresa não é mais produzir e vender buscando apenas a lucratividade, mas satisfazer a clientela, consultando-a antes de lançar um novo produto/ serviço, via estudos de mercado e com base nessa consulta, caso seja favorável, oferecer-lhe produtos/ serviços/ ideias de qualidade e valor, para que os consumidores fidelizem-se.

O avanço tecnológico dos anos 90 teve um forte impacto no mundo do *marketing*. O comércio eletrônico foi uma revolução na logística, distribuição e formas de pagamento. O CRM (*Customer Relationship Management*) e o serviço de atendimento ao consumidor, entre outras inovações como o compartilhamento nas redes sociais tornaram possível uma gestão de relacionamento com os clientes em larga escala, potencializando a sua opinião nos processos de orientação de mercado da empresa, pois a Internet chegou como uma nova via de comunicação, onde o consumidor/ cliente tem vez e voz. Uma empresa que está atenta, acompanhando e evoluindo com esse mercado, praticará o *marketing* de forma mais satisfatória no mercado.

A função de um vendedor é a divulgação e a venda dos produtos (ou serviços) de uma empresa junto a um determinado público-alvo (consumidores ou revendedores) desses produtos. Porém, ainda assim, o contato com o cliente fez com que houvesse uma relação mais estreitada, tornando-o um consultor em soluções de suas necessidades, declaradas ou não.

O desenvolvimento do trabalho inclui prospecção desses clientes em potencial para a compra e uso (ou revenda) dos produtos/ serviços oferecidos. A realização da venda, propriamente dita, é a habilidade mais importante que caracteriza a função do profissional de vendas.

O resultado do trabalho do profissional de vendas não pode ser uma simples alternativa: vendeu ou não vendeu. A cada novo processo de venda, o vendedor deve perseguir os seguintes objetivos:

- a) **mensurar mercados;**
- b) **prospectar clientes;**
- c) **atualizar dados;**
- d) **demonstrar produtos e serviços;**
- e) **efetuar a venda.**

O TÉCNICO EM *MARKETING* tem formação de caráter multidisciplinar que é consequência do tipo de conhecimentos necessários para o exercício de suas atividades. É preciso conhecer as técnicas de *marketing*, que envolvam, também, conhecimentos de mercados, psicologia, administração contemporânea, *design*, economia, logística, novas tecnologias de informação e comunicação mercadológicas, sustentabilidade e ética profissional. Ele identifica as necessidades perante as situações problemas, elabora ações estratégicas para solução, aplica e acompanha todo o processo que vai desde a pré-venda, a venda e o pós-venda, verificando sempre as necessidades que podem se tornar oportunidades lucrativas às empresas.

Neste sentido, o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, instituição responsável pela maior parcela da Educação profissional no Estado de São Paulo, considerando as tendências atuais do mercado de trabalho, está apto a oferecer a Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM *MARKETING* que assegure a indispensável integração entre os conhecimentos, instrumentalizando assim, o bom desempenho profissional.

## 1.2. Objetivos

Capacitar para:

- aplicar e formular estratégias de *marketing*, de armazenamento e distribuição de produtos, de compra, pré-venda, venda e pós-venda;
- identificar e interpretar a legislação que regule as atividades de comercialização;
- utilizar técnicas mercadológicas, de atração de clientes e de atendimento pessoal e por meios eletrônicos;



- acompanhar as entregas e analisar mapas de controle de estoques e produtos;
- interpretar resultados de estudos de mercado, econômicos ou tecnológicos utilizando-os no processo de gestão;
- criar e desenvolver técnicas para o relacionamento entre empresa e consumidor.

### 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 de Ensino Médio e Técnico, a instituir o “Laboratório de Currículo” com a finalidade de atualizar os Planos de Curso das Habilitações Profissionais oferecidas por esta instituição.

No Laboratório de Currículo foram reunidos profissionais da área, docentes, especialistas, supervisão educacional para estudo do material produzido pela CBO – Classificação Brasileira de Ocupações – e para análise das necessidades do próprio mercado de trabalho, assim como o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos. Uma sequência de encontros de trabalho previamente planejados possibilitou uma reflexão maior e produziu a construção de um currículo mais afinado com esse mercado.

O Laboratório de Currículo possibilitou, também, a construção de uma metodologia adequada para o desenvolvimento dos processos de ensino aprendizagem e sistema de avaliação que pretendem garantir a construção das competências propostas nos Planos de Curso.

#### Fontes de Consulta

1. **BRASIL** Ministério da Educação. **Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos**. Brasília: MEC: 2008. Eixo Tecnológico: “Gestão e Negócios” (*site*: <http://www.mec.gov.br/>)
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
<b>2531 – Profissionais de Relações Públicas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2531-10 – Redator de Publicidade;</li></ul>

- 2531-15 – Agente Publicitário;
- 2531-20 – Analista de Negócios;
- 2531-25 – Analista de Pesquisa de Mercado.

**1423 – Gerentes de Comercialização, *Marketing* e Comunicação:**

- 1423-10 – Gerente de Comunicação;
- 1423-15 – Gerente de *Marketing*;
- 1423-20 – Gerente de Vendas.

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

## CAPÍTULO 2

## REQUISITOS DE ACESSO

O ingresso ao Curso de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO dar-se-á por meio de processo classificatório para alunos que tenham concluído o Ensino Fundamental ou equivalente.

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

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

O acesso aos demais módulos ocorrerá por classificação, com aproveitamento do módulo anterior, por reclassificação ou transferência.

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

## CAPÍTULO 3

## PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

### 3ª SÉRIE – Habilitação Profissional de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

O TÉCNICO EM *MARKETING* é o profissional ético que colabora na elaboração do plano de *marketing* da empresa, de acordo com seu ramo ou porte, tendo a competência aliada ao domínio técnico e no planejamento e implementação de ações de vendas e ações de mercado. Executa tarefa de análise das vendas, preços e produtos. Operacionaliza as políticas de comunicação da empresa: fidelização de clientes, relação com fornecedores ou outras entidades. Operacionaliza políticas de apresentação dos produtos no ponto de venda. Executa o controle, estatísticas e operações de telemarketing. Participa na elaboração e na realização de estudos de mercado, interpreta e aplica a legislação da área.

#### MERCADO DE TRABALHO

- ❖ Instituições públicas, privadas e do terceiro setor.
- ❖ Comércio e empresas de consultoria.
- ❖ Profissional autônomo.

Ao concluir as 1ª, 2ª e 3ª SÉRIES, o TÉCNICO EM *MARKETING* deverá ter construído as seguintes competências gerais que seguem.

- Identificar sistema de informação *marketing*.
- Identificar os parâmetros mercadológicos da nova economia.
- Analisar perfil e comportamento do consumidor.
- Analisar e avaliar os ambientes externos e internos.
- Avaliar e analisar os dados de pesquisas de mercado para a tomada de decisão.
- Participar na elaboração do plano de *marketing*.
- Planejar o processo de vendas.

- Reconhecer e analisar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisões.
- Interpretar a legislação e os códigos de ética profissional nas relações pessoais e profissionais.
- Identificar a organização e seus processos de comercialização.
- Relacionar as estratégias de *marketing* com a estratégia empresarial.
- Identificar e analisar, os efeitos e influências no composto de *marketing*.
- Pesquisar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades e comercialização no mercado, tais como público-alvo, produto, concorrência, preço, demanda, e ponto de venda.
- Identificar e interpretar a legislação que regula as atividades de comercialização, tais como as normas referentes aos direitos do consumidor, aos contratos comerciais, às normas de higiene e segurança.
- Criar e identificar oportunidades para prática e aplicação da sustentabilidade através das estratégias das empresas.
- Conceber técnicas e ferramentas mercadológicas diferenciadas para atração de clientes/ consumidores.
- Gerenciar o relacionamento com os clientes, empregando as tecnologias da informação e comunicação.
- Elaborar e interpretar relatórios financeiros.
- Elaborar, aplicar e interpretar pesquisas mercadológicas.
- Criar e produzir variadas estratégias de comunicação com o mercado.
- Selecionar a mídia adequada correlacionando características e tendências do mercado.
- Comunicar nos diversos contextos profissionais em língua portuguesa, inglesa e espanhola, utilizando terminologia própria.
- Atuar de maneira autônoma com responsabilidade e ética profissional.

## **ATRIBUIÇÕES/ RESPONSABILIDADES**

- ◆ Auxiliar na elaboração de estratégias de *marketing*.
- ◆ Auxiliar na elaboração no plano de *marketing*.
- ◆ Realizar estratégias de *marketing* e vendas de forma ética.
- ◆ Desenvolver a comunicação com o mercado.
- ◆ Identificar o comportamento de consumidores.
- ◆ Interpretar, organizar e controlar o estoque e distribuição de produtos.
- ◆ Aplicar conhecimentos sobre tecnologia ambiental.
- ◆ Aplicar técnicas de negociação.
- ◆ Participar, organizar e auxiliar o processo de vendas.
- ◆ Realizar vendas internas e externas.
- ◆ Conhecer ferramentas de comunicação.
- ◆ Pesquisar, analisar e administrar as variáveis de mercado.
- ◆ Conhecer e utilizar as legislações vigentes de mercado.
- ◆ Utilizar aplicativos informatizados.
- ◆ Interpretar textos em nomenclaturas vernácula e estrangeiras.
- ◆ Acompanhar o processo de distribuição e armazenagem de produtos.

## ÁREA DE ATIVIDADES

### A – ADMINISTRAR VENDAS

- Analisar potencial de clientes.
- Pesquisar comportamento dos futuros clientes/ consumidores.
- Discriminar tipos de produtos e serviços.
- Discutir estratégia de vendas com o superior.
- Implantar técnicas de vendas.
- Avaliar os resultados de treinamento.
- Participar de reuniões sobre promoção de produtos e serviços.
- Verificar opiniões do cliente.
- Aplicar estratégias de pós-venda.
- Colher informações sobre as características e benefícios do produto.

- Identificar as necessidades e desejos do cliente.
- Persuadir o cliente.

## **B – COMUNICAR-SE**

- Utilizar meios e veículos da comunicação.
- Contratar os órgãos competentes.
- Comunicar-se para diversos tipos de mercado.

## **C – INTERPRETAR TEXTOS E DOCUMENTOS DA LÍNGUA ESTRANGEIRA**

- Ler textos e documentos.
- Compreender textos e documentos.

## **D – ATUAR DE ACORDO COM OS PRECEITOS DA ÉTICA NO TRABALHO E RECONHECER DIREITOS E DEVERES DOS CONSUMIDORES**

- Comprometimento no trabalho.
- Demonstrar liderança, iniciativa, sensatez e flexibilidade no ambiente de trabalho.
- Colaborar para um ambiente de motivação e ética nas relações de trabalho.
- Trabalhar em equipe reconhecendo o grau de hierarquia.
- Atuar de forma pró-ativa nas decisões da organização.
- Conhecer direitos e deveres dos colaboradores e dos consumidores.

## **E – PLANEJAR PRODUTOS**

- Pesquisar comportamentos dos futuros clientes/ consumidores.
- Discutir estratégia de vendas com superiores.
- Discutir estratégias mercadológicas.
- Conhecer satisfatoriamente os produtos/ serviços.
- Cumprir metas de *marketing*.
- Participar de reuniões sobre promoção de produtos e serviços.

## **F – DEMONSTRAR PRODUTOS E SERVIÇOS**

- Identificar necessidades e desejos dos clientes/ consumidores.
- Demonstrar benefícios e qualidades do produto e serviços.
- Estabelecer comunicação com ambiente interno e externo.

## **G – CONCRETIZAR VENDAS**

- Aplicar técnicas de negociação.
- Apresentar proposta ao cliente.
- Calcular custo do produto e serviços.
- Estabelecer prazos de entrega dos produtos.
- Acompanhar clientes no pós-vendas.

## **H – SUGERIR POLÍTICAS DE VENDAS**

- Auxiliar na definição de posicionamento de mercado.
- Participar da definição de estratégia de *marketing*.
- Criar estratégias de *marketing* na busca de novos mercados.
- Estimar vendas.

## **I – DEMONSTRAR COMPETÊNCIAS PESSOAIS**

- Demonstrar ética.
- Trabalhar com sinergia.
- Trabalhar com consciência ambiental.
- Criar programas e ações de fidelização dos clientes.
- Dominar área de atuação.
- Administrar o tempo.
- Ser pró-ativo.
- Atualizar-se sobre o mercado e concorrentes.
- Ser comunicativo.
- Trabalhar em equipe.

## **J – PROMOVER A VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS**

- Criar comunicação visual de ponto de venda adequada.
- Acompanhar o processo de armazenamento e distribuição de produtos.

## **K – CONTATAR ÁREAS INTERNAS DA EMPRESA**

- Unificar a comunicação da empresa.
- Utilizar publicações específicas.
- Horizontalizar o acesso à comunicação interna da empresa.
- Assessorar nas ações de *endomarketing*, e avaliar seus resultados.



## **L – GERENCIAR A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

- Efetuar campanha institucional.
- Produzir relatório de visibilidade da empresa na imprensa.
- Checar informações para a divulgação.

## **PERFIS PROFISSIONAIS DAS QUALIFICAÇÕES**

### **1ª SÉRIE – SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA**

#### **ATRIBUIÇÕES/ RESPONSABILIDADES**

- ◆ Auxiliar as áreas de vendas e *marketing* da empresa.
- ◆ Aplicar legislação que rege as relações de mercado.
- ◆ Identificar formas de comunicação com mercado consumidor.
- ◆ Interpretar dados financeiros, para auxiliar nas tomadas de decisões da empresa.
- ◆ Identificar clientes potenciais e seu perfil.
- ◆ Utilizar ferramentas informatizadas no ciclo vendas.
- ◆ Contribuir com a comunicação mercadológica da empresa.
- ◆ Trabalhar levando a importância do *mix* de *marketing*.
- ◆ Identificar os tipos de comércio e processo de vendas.

#### **ÁREA DE ATIVIDADES**

##### **A – AUXILIAR NO PROCESSO DE VENDAS**

- Efetuar cadastro de clientes.
- Prospectar futuros clientes.
- Definir estratégias de vendas.
- Informar-se sobre as características e origem das mercadorias.
- Conhecer o ramo de atividade, produtos e serviços da empresa.

##### **B – ACOMPANHAR CLIENTES NO PROCESSO DE VENDA**

- Analisar clientes potenciais.
- Prever vendas.
- Aplicar questionário de pesquisa de mercado.
- Auxiliar na pré-venda, venda e pós-venda.
- Realizar negociações técnico-comerciais.

### **C – ATUAR COMO FACILITADOR DAS ÁREAS DA EMPRESA**

- Encaminhar documentação.
- Requisitar materiais necessários à rotina da empresa.
- Facilitar a integração dos setores da empresa.

### **D – PARTICIPAR DE EVENTOS DA EMPRESA**

- Participar de treinamentos.
- Participar de cursos de capacitação.
- Participar de palestras relacionadas à área.
- Participar de feiras relacionadas à área.

### **E – DEMONSTRAR COMPETÊNCIAS PESSOAIS**

- Demonstrar senso de organização.
- Trabalhar com objetividade.
- Demonstrar pró-atividade.
- Trabalhar com criatividade.

### **F – AUXILIAR NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO**

- Acompanhar o processo de prestação de serviços.
- Identificar oportunidades de serviço.
- Prestar serviços de atendimento ao consumidor/ cliente.

### **G – APLICAR A LEGISLAÇÃO E CÓDIGOS ESPECÍFICOS**

- Identificar e compreender legislação de mercado.
- Interpretar o código de defesa do consumidor.
- Interpretar informações do conselho nacional de autorregulamentação publicitária.
- Zelar pelos códigos de preservação ambiental.

## **H – ACOMPANHAR RELACIONAMENTO COM CLIENTE/ CONSUMIDOR**

- Identificar clientes-alvo.
- Transformar dados de pesquisas mercadológicas em informações.
- Coletar dados para apurar a satisfação do consumidor/ cliente.
- Dominar as ferramentas tecnológicas para avaliar a satisfação de clientes/ consumidores.

## **2ª SÉRIE – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS**

O ASSISTENTE DE VENDAS é o profissional que assessora nos processos de pré-venda e pós-venda da empresa, na elaboração de estratégias de *marketing* e comunicação com o mercado de forma ética, buscando sempre identificar o público-alvo e as suas necessidades. Acompanha os processos de distribuição e armazenamento de produtos para garantir resultados à empresa. Utiliza tecnologias nas relações de compra e venda, assegurando o desenvolvimento de um relacionamento duradouro com o cliente.

### **ATRIBUIÇÕES/ RESPONSABILIDADES**

- ◆ Assessorar na elaboração de estratégias de *marketing* e de relacionamento com o cliente.
- ◆ Planejar comunicação com o mercado.
- ◆ Utilizar promoção de vendas para atrair clientes.
- ◆ Aplicar legislações de mercado nas relações de consumo.
- ◆ Assessorar o processo de qualidade da prestação de serviço.
- ◆ Utilizar tecnologias na relação de compra e venda.

### **ÁREA DE ATIVIDADES**

#### **A – DEMONSTRAR PRODUTOS E SERVIÇOS**

- Esclarecer dados técnicos do produto ao cliente.
- Fomentar a visita de clientes à empresa.
- Divulgar produtos por meio de novas tecnologias midiáticas.

## **B – PROMOVER PRODUTOS E SERVIÇOS**

- Assessorar na escolha de materiais de divulgação no PDV.
- Comunicar produtos e serviços para o mercado-alvo.
- Assessorar na escolha de mídia e tecnologia adequada.
- Participar do processo de criação da comunicação mercadológica.
- Participar da definição do leiaute dos pontos de venda.
- Montar pontos de exposição em lojas e mercados.
- Ambientar pontos de vendas.

## **C – DEMONSTRAR COMPETÊNCIAS PESSOAIS**

- Trabalhar em equipe.
- Transmitir confiança.
- Dominar características técnicas dos produtos e serviços.
- Dominar técnicas de vendas e negociação.
- Redigir documentos/ peças/ comunicados.
- Dialogar com o cliente.
- Adaptar a linguagem ao público.
- Interpretar expectativas do cliente.
- Explicitar poder de convencimento.

## **D – PROMOVER A VENDA DE PRODUTOS**

- Evidenciar as mercadorias em promoção.
- Pesquisar preços do mercado.
- Sinalizar mercadorias em promoção.
- Adaptar pontos de vendas.
- Definir participação de mercado.
- Sugerir novos mercados consumidores.

## **E – TRABALHAR COM SEGURANÇA**

- Assessorar nos treinamentos obrigatórios para a segurança do trabalho.

## **F – EXPOR PRODUTOS NOS PONTOS DE VENDA**

- Checar relatórios financeiros.

- Checar lista de produtos em promoção.
- Zelar pelo ponto de venda e exposição de produtos.
- Abastecer pontos de venda e gôndolas.
- Fixar material promocional.
- Retirar material promocional.

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

## CAPÍTULO 4

## ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

### 4.1. Estrutura Curricular

O currículo da Habilitação Profissional de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO foi organizado dando atendimento ao que determina o Decreto nº 5154/2004, Resolução CNE/CEB 04/99 atualizada pela Resolução CNE/CEB nº 01/2005, a Resolução CNE/CEB nº 03/98, Parecer CNE/CEB 39/2004, Resolução CNE/CEB nº 04/2010, o Parecer CNE/CEB nº 11/2008, a Resolução CNE/CEB nº 03/2008, a Deliberação CEE nº 105/2011 e as Indicações CEE nº 08/2000 e 108/2011, assim como as competências profissionais que foram identificadas pelo Ceeteps, com a participação da comunidade escolar.

A organização curricular da Habilitação Profissional de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO está organizada de acordo com o Eixo Tecnológico de “Gestão e Negócios” e estruturada em séries articuladas, com terminalidade correspondente às qualificações profissionais técnicas de nível médio identificadas no mercado de trabalho.

Com a integração do Ensino Médio e Técnico, o Curso de TÉCNICO EM *MARKETING*, estruturado na modalidade Integrado passa a ter uma Matriz Curricular composta de duas partes específicas:

- os componentes curriculares da Formação Geral (Ensino Médio);
- os componentes curriculares da Formação Profissional (Ensino Técnico).

Essas especificidades se referem na forma como as funções e as competências serão desenvolvidas nas diferentes partes apresentadas.

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

- o desenvolvimento do aluno em seus aspectos físico, intelectual, emocional e moral;
- a formação da sua identidade pessoal e social;
- a sua inclusão como cidadão participativo nas comunidades onde atuará;

- a incorporação dos bens do patrimônio cultural da humanidade em seu acervo cultural pessoal;
- a fruição das artes, da literatura, da ciência e das tecnologias;
- a preparação para escolher uma profissão e formas de atuar produtiva e solidariamente na sociedade;
- a aquisição de bases científicas requisitadas pelas bases tecnológicas que constituem a organização curricular da parte técnica.

Por serem desta natureza, as competências a serem desenvolvidas na Formação Geral (Ensino Médio), são as mesmas para todos os componentes curriculares e os conhecimentos requeridos para a construção e/ ou mobilização de cada uma delas podem ser também os mais diversos, ao contrário do que ocorre na Formação Profissional. Nessa, para cada componente curricular as competências são diferenciadas, bem como são específicas e bem definidas as bases tecnológicas a elas correspondentes.

Por isso, as listas de temas que deverão ser trabalhados para construção de conhecimentos em cada componente curricular são apresentadas no final da relação das competências das três séries do curso. A seleção dos que serão trabalhados em uma ou outra série dependerá da integração que se fará, por meio de projetos interdisciplinares, entre os diversos componentes de uma mesma área de estudos, de áreas diferentes e das partes constituintes da Formação Geral (Ensino Médio) com as constituintes da Formação Profissional, neste último caso relacionando bases científicas com bases tecnológicas e teoria com a prática em atividades na área de *MARKETING*. Também o destaque dado aos Valores e Atitudes justifica-se porque, desenvolvê-los é um dos objetivos importantes do curso.

Quanto às propostas de instrumentos e procedimentos de avaliação, elas são apresentadas apenas na organização curricular da Formação Geral (Ensino Médio) porque, sendo as habilidades, em sua maior parte, de natureza mais intelectual, a tendência é utilizar instrumentos mais propícios a avaliar conhecimentos (teoria) do que habilidades (prática). Na Formação Profissional (Ensino Técnico), as atribuições e responsabilidades do profissional direcionam a avaliação dos alunos para atividades práticas.

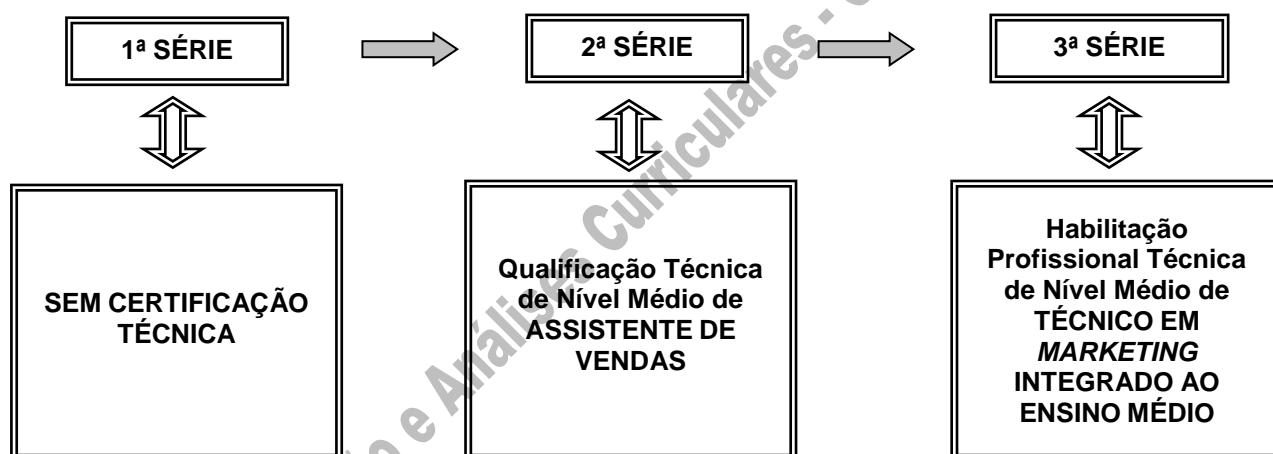
#### **4.2. Itinerário Formativo**

O curso de **TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO** é composto por três séries.

A 1ª SÉRIE do curso não comporta especificação de qualificação e será destinada à construção de um conjunto de competências que subsidiarão o desenvolvimento de competências mais complexas, previstas para as séries subsequentes.

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

Ao completar as três séries, com aproveitamento em todos os componentes curriculares, o aluno receberá o Diploma de **TÉCNICO EM *MARKETING*** que lhe dará o direito de exercer a profissão de Técnico (Habilitação Profissional) e o prosseguimento de estudos (Ensino Médio) no nível da Educação Superior.





### 4.3. Matriz Curricular

#### A) Sem Espanhol

MATRIZ CURRICULAR							
Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS						
Curso	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO</b> (Período Diurno)						
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Lei Federal n.º 11741/2008; Resolução CNE/CEB n.º 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012; Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012; Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 735, de 10-9-2015, publicada no Diário Oficial de 11-9-2015 – Poder Executivo – Seção I – página 53.							
	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas	
		1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total		
Ensino Médio (Base Nacional Comum e Parte Diversificada) e Formação Profissional	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional	160	160	160	480	424	
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional	80	80	80	240	212	
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol	*	-	-	*	*	
	Arte	120	-	-	120	106	
	Educação Física	80	80	80	240	212	
	Aplicativos Informatizados em Marketing	80	-	-	80	71	
	História	80	80	80	240	212	
	Geografia	80	80	80	240	212	
	Filosofia	40	40	40	120	106	
	Sociologia	40	40	40	120	106	
	Física	80	80	80	240	212	
	Química	80	80	80	240	212	
	Biologia	80	80	80	240	212	
	Matemática	160	160	160	480	424	
	Introdução ao Marketing	120	-	-	120	106	
	Legislação de Mercado	80	-	-	80	71	
	Comunicação Mercadológica	80	-	-	80	71	
	Comportamento do Consumidor	80	-	-	80	71	
	Gestão de Vendas I e II	80	80	-	160	141	
	Ética e Cidadania Organizacional	-	40	-	40	35	
	Administração Financeira	-	80	-	80	71	
	Pesquisa de Mercado	-	80	-	80	71	
	Estratégias de Marketing	-	120	-	120	106	
	Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	-	120	-	120	106	
	Canais de Distribuição	-	-	80	80	71	
	Marketing Institucional	-	-	80	80	71	
	Empreendedorismo	-	-	80	80	71	
	Plano de Comunicação	-	-	80	80	71	
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	-	-	80	80	71	
	<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>		<b>1600</b>	<b>1480</b>	<b>1360</b>	<b>4440</b>	<b>3925</b>
	Componentes curriculares da Formação Profissional com aulas integralmente práticas (100% da carga horária prática)	1ª Série	Aplicativos Informatizados em Marketing; Comunicação Mercadológica.				
		2ª Série	Administração Financeira; Pesquisa de Mercado; Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica.				
3ª Série		Marketing Institucional; Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing (divisão de classes em turmas).					
Certificados e Diploma	1ª Série	Sem certificação técnica					
	1ª + 2ª Série	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de <b>ASSISTENTE DE VENDAS</b>					
	1ª + 2ª + 3ª Série	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING</b>					
Observações	* – Os conhecimentos da “Língua Estrangeira Moderna – Espanhol” serão desenvolvidos por meio do Centro de Estudo de Línguas – CEL – ou de projeto HAE (conforme matriz curricular homologada). A carga horária descrita como <b>prática</b> é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso. Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. A distribuição de Componentes Curriculares da Base Nacional Comum, da Parte Diversificada e da Formação Profissional consta do Plano de Curso e atende à legislação. Carga Horária Semanal Máxima: 40 horas-aula semanais (horas-aula de 50 minutos).						

## B) Com Espanhol

MATRIZ CURRICULAR						
Eixo Tecnológico	<b>GESTÃO E NEGÓCIOS</b>					
Curso	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO</b> (Período Diurno)					
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Lei Federal n.º 11741/2008; Resolução CNE/CEB n.º 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012; Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012; Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 735, de 10-9-2015, publicada no Diário Oficial de 11-9-2015 – Poder Executivo – Seção I – página 53.						
	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
		1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
Ensino Médio (Base Nacional Comum e Parte Diversificada) e Formação Profissional	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional	160	160	160	480	424
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional	80	80	80	240	212
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol	80	-	-	80	71
	Arte	120	-	-	120	106
	Educação Física	80	80	80	240	212
	Aplicativos Informatizados em Marketing	80	-	-	80	71
	História	80	80	80	240	212
	Geografia	80	80	80	240	212
	Filosofia	40	40	40	120	106
	Sociologia	40	40	40	120	106
	Física	80	80	80	240	212
	Química	80	80	80	240	212
	Biologia	80	80	80	240	212
	Matemática	160	160	160	480	424
	Introdução ao Marketing	120	-	-	120	106
	Legislação de Mercado	80	-	-	80	71
	Comunicação Mercadológica	80	-	-	80	71
	Comportamento do Consumidor	80	-	-	80	71
	Gestão de Vendas I e II	80	80	-	160	141
	Ética e Cidadania Organizacional	-	40	-	40	35
	Administração Financeira	-	80	-	80	71
	Pesquisa de Mercado	-	80	-	80	71
	Estratégias de Marketing	-	120	-	120	106
	Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	-	120	-	120	106
	Canais de Distribuição	-	-	80	80	71
	Marketing Institucional	-	-	80	80	71
	Empreendedorismo	-	-	80	80	71
	Plano de Comunicação	-	-	80	80	71
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	-	-	80	80	71
	<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>		<b>1680</b>	<b>1480</b>	<b>1360</b>	<b>4520</b>
Componentes curriculares da Formação Profissional com aulas integralmente práticas (100% da carga horária prática)	1ª Série	Aplicativos Informatizados em Marketing; Comunicação Mercadológica.				
	2ª Série	Administração Financeira; Pesquisa de Mercado; Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica.				
	3ª Série	Marketing Institucional; Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing (divisão de classes em turmas).				
Certificados e Diploma	1ª Série	Sem certificação técnica				
	1ª + 2ª Série	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de <b>ASSISTENTE DE VENDAS</b>				
	1ª + 2ª + 3ª Série	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING</b>				
Observações	A carga horária descrita como <b>prática</b> é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso. Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. A distribuição de Componentes Curriculares da Base Nacional Comum, da Parte Diversificada e da Formação Profissional consta do Plano de Curso e atende à legislação.					

#### 4.4. Formação Geral e Profissional

##### 1ª SÉRIE – SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA

Ao concluir a 1ª SÉRIE, o aluno deverá ter construído competências e habilidades de formação geral e da formação profissional adquirindo valores, desenvolvido atitudes e dominado os conhecimentos abaixo relacionados.

#### FORMAÇÃO GERAL

##### FUNÇÃO 1: REPRESENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO

**1.1. Competência: Compreender e usar a língua portuguesa como geradora de significação e integradora da percepção, organização e representação do mundo e da própria identidade.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Utilizar códigos de linguagens científicas, matemáticas, artísticas, literárias, esportivas etc. pertinentes a diferentes contextos e situações.</p> <p>2. Utilizar a representação simbólica como forma de expressão de sentidos, emoções, conhecimentos, experiências.</p> <p>3. Descrever, narrar, relatar, expressar sentimentos, formular dúvidas, questionar, problematizar, argumentar, apresentar soluções, conclusões etc.</p> <p>4. Elaborar e/ ou fazer uso de textos (escritos, orais, iconográficos) pertinentes a diferentes instrumentos e meios de informação e formas de expressão, tais como jornais, quadrinhos, charges, murais, cartazes, dramatizações, <i>home pages</i>, poemas, monografias, cartas, ofícios, abaixo-assinados, propaganda, expressão corporal, jogos, música.</p> <p>5. Identificar e/ ou utilizar fontes e documentos pertinentes à obtenção de informações desejadas.</p>	<p>a) Reconhecimento da importância da comunicação nas relações interpessoais.</p> <p>b) Valorização das possibilidades de descobrir-se a si mesmo a ao mundo através das manifestações da língua pátria.</p> <p>c) Interesse e responsabilidade em informar e em se comunicar de forma clara e íntegra.</p>

##### Instrumentos e Procedimento de Avaliação

**A.** Dado um determinado texto, interpretá-lo.

**B.** Proposta determinada situação problema, elaborar discursos (orais e escritos) de forma: pessoal original e clara para atingir seu propósito de: narrar, descrever, relatar,

sintetizar, argumentar, problematizar, planejar, expor resultados de pesquisa e projetos, debater, expressar sentimentos, comunicar ideias e outros.

**C. Análise do portfólio do aluno.**

**1.2. Competência: Usar línguas estrangeiras modernas como instrumento de acesso a informações, a outras culturas ou etnias e para a comunicação interpessoal.**

Habilidades	Atitudes e Valores
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Comunicar-se por escrito e/ ou oralmente no idioma estrangeiro em nível básico.</li><li>2. Utilizar estratégias verbais e não verbais para favorecer e efetivar a comunicação e alcançar o efeito pretendido, tanto na produção quanto na leitura de texto.</li><li>3. Utilizar <i>sites</i> da Internet para pesquisa e como instrumento de acesso a diferentes manifestações culturais de outros povos, expressas em suas próprias línguas.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Valorização das manifestações culturais de outros povos, do seu conhecimento e de sua fruição.</li></ol>

**Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** Propor uma situação-problema que possa ser solucionada a partir da leitura e interpretação de um texto e que demande a elaboração de um discurso oral ou escrito.

**B.** Análise do portfólio do aluno.

**1.3. Competência: Entender e utilizar textos de diferentes naturezas: tabelas, gráficos, expressões algébricas, expressões geométricas, ícones, gestos etc.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Traduzir mensagens de uma para outras formas de linguagem.</li><li>2. Traduzir a linguagem discursiva (verbal) para outras linguagens (simbólicas) e vice-versa.</li><li>3. Expressar quantitativa e qualitativamente dados relacionados a contextos socioeconômicos, científicos ou cotidianos.</li><li>4. Interpretar e construir escalas, legendas, expressões matemáticas, diagramas, fórmulas, tabelas, gráficos, mapas, cartazes sinalizadores, linhas do tempo, esquemas, roteiros, manuais etc.</li><li>5. Utilizar imagens, movimentos, luz, cores e sons adequados para ilustrar e expressar ideias.</li><li>6. Observar e constatar a presença, na natureza ou na cultura, de uma diversidade de formas geométricas e utilizar o conhecimento geométrico</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Versatilidade e criatividade na utilização de diferentes códigos e linguagens de comunicação.</li><li>b) Criticidade na escolha dos símbolos, códigos e linguagens mais adequadas a cada situação.</li><li>c) Preocupação com a eficiência e qualidade de seus registros e com as formas e conteúdos de suas comunicações.</li></ol>

para leitura, compreensão e ação sobre a realidade.

7. Apreciar produtos de arte tanto para a análise e pesquisa quanto para a sua fruição.

8. Decodificar símbolos e utilizar a linguagem do computador para pesquisar, representar e comunicar ideias.

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** A partir de dados qualitativos e redigidos em linguagem discursiva – coletados pelos alunos ou apresentados por outrem – organizá-los em tabelas ou gráficos; comunicá-los sob a forma de expressões algébricas ou geométricas ou, ainda, traduzi-los/ expressá-los em fórmulas, ícones, gestos etc. Em processo inverso traduzir tabelas, gráficos, fórmulas, expressões algébricas, expressões geométricas, ícones, gestos etc. em linguagem discursiva.

**B.** A partir da apresentação de determinada informação ou outro objeto de conhecimento sob diferentes formas (escritas, orais, iconográficas, objetos materiais, representações simbólicas etc.) relacionar seus conteúdos, identificando posições convergentes ou divergentes.

**C.** Observar como o aluno: a) propõe e constrói gráficos, tabelas etc., a partir de dados coletados; b) utiliza tabelas, gráficos, expressões etc.

**1.4. Competência: Entender os princípios das tecnologias de planejamento, organização, gestão e trabalho de equipe para conhecimento do indivíduo, da sociedade, da cultura e dos problemas que se deseja resolver.**

<b>Habilidades</b>	<b>Valores e Atitudes</b>
1. Associar-se a outros interessados em atingir os mesmos objetivos.	a) Respeito pela individualidade dos companheiros de equipe.
2. Dividir tarefas e compartilhar conhecimentos e responsabilidades.	b) Cooperação e solidariedade na convivência com os membros do grupo.
3. Identificar, localizar, selecionar, alocar, organizar recursos humanos e materiais.	c) Valorização dos hábitos de organização, planejamento e avaliação.
4. Selecionar metodologias e instrumentos de organização de eventos.	d) Socialização de conhecimentos e compartilhamento de experiências.
5. Elaborar e acompanhar cronograma.	e) Respeito às normas estabelecidas pelo grupo.

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** Propor trabalhos em equipe, observar, analisar e avaliar o desempenho do aluno:

- a) na organização do trabalho, em situações competitivas, naquelas que requerem cooperação, nos momentos em que é imprescindível a assertividade e no que se refere à questões de ética e cidadania;

- b) na elaboração dos Planos (de trabalho, de atividades, de eventos, de projetos, de pesquisa);
- c) na elaboração de relatórios, avaliações, relatos, informes, requerimentos, cartas, fichas, transparências, painéis, roteiros, manuais;
- d) na organização e no uso de Diários de Campo;
- e) na consulta a Bancos de Dados e utilização de informações coletadas;
- f) na montagem/ organização/ execução de projetos e eventos;
- g) na montagem de seu portfólio.

## FUNÇÃO 2: INVESTIGAÇÃO E COMPREENSÃO

**2.1. Competência: Analisar, interpretar e aplicar os recursos expressivos das linguagens, relacionando texto com seu contexto, conforme natureza; função; organização; estrutura; condições de produção e de recepção.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Utilizar conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.</li><li>2. Localizar historicamente e geograficamente os textos analisados e os fatos, objetos e personagens que deles constam conforme cronologia, periodização e referenciais espaciais pertinentes.</li><li>3. Identificar as funções da linguagem e as marcas de variantes linguísticas, de registro ou de estilo.</li><li>4. Situar as diversas produções da cultura em seus contextos culturais.</li><li>5. Explorar as relações entre linguagem coloquial e formal.</li><li>6. Utilizar tabelas classificatórias e critérios organizacionais.</li><li>7. Decodificar símbolos, fórmulas, expressões, reações, etc.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Apreço pela pesquisa e pelo conhecimento.</li><li>b) Interesse em conhecer a realidade.</li></ol>

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

- A.** Propor a produção de textos literários de diferentes tipos sobre temas determinados e com objetivos específicos.
- B.** Prova operatória.
- C.** Laboratório ou oficina para compreensão de textos teatrais e montagem de peças (dramatizações).

**D.** Propor seminários para exposição de análises de diferentes gêneros de produção literária.

**E.** Realizar e analisar entrevistas.

**F.** Elaboração de relatórios de pesquisas, projetos, experimentos em laboratório, atividades de oficina etc.

**G.** Análise do portfólio do aluno.

## **2.2. Competência: Entender as tecnologias da informação e comunicação como meios ou instrumentos que possibilitem a construção de conhecimentos.**

<b>Habilidades</b>	<b>Valores e Atitudes</b>
1. Utilizar conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar. 2. Utilizar os meios de comunicação como objetivos e campos de pesquisa. 3. Utilizar os produtos veiculados pelos meios de comunicação como fontes de dados, campos de pesquisa e como agentes difusores de temas da qualidade para reflexão e problematização.	a) Receptividade à inovação. b) Criticidade diante dos meios de comunicação. c) Critério na escolha e utilização de produtos oferecidos pelos meios de comunicação e informação.

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** Construir “fichas de avaliação” para programas, anúncios publicitários, produtos, comunicadores ou outros.

**B.** A partir de uma proposição feita pelo professor, pela classe ou pelo próprio aluno, utilizar a ficha apropriada para analisar um programa ou um produto veiculado pelos meios de comunicação.

**C.** Propor pesquisas, projetos ou outras produções que o aluno é solicitado a utilizar-se da linguagem televisiva, cinematográfica, jornalística, informática ou outras.

## **2.3. Competência: Questionar processos naturais, socioculturais e tecnológicos, identificando regularidades, apresentando interpretações e prevendo evoluções.**

<b>Habilidades</b>	<b>Valores e Atitudes</b>
1. Utilizar conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar. 2. Perceber o eventual caráter aleatório e não determinístico de fenômenos naturais e socioculturais. 3. Reconhecer o significado e a importâncias dos elementos da natureza para a manutenção da vida. 4. Identificar elementos e processos culturais que	a) Criticidade na leitura dos fenômenos naturais e processos sociais. b) Persistência e paciência durante as diversas fases da pesquisa. c) Valorização da natureza, da cultura e do conhecimento científico. d) Reconhecimento da sua responsabilidade pessoal e da coletiva na qualidade de vida das

<p>representam mudanças ou registram continuidades/ permanências no processo social.</p> <p>5. Identificar elementos e processos naturais que indicam regularidade ou desequilíbrio do ponto de vista ecológico.</p> <p>6. Reconhecer os processos de intervenção do homem na natureza para a produção de bens, o uso social dos produtos dessa intervenção e suas implicações ambientais, sociais etc.</p> <p>7. Apontar indicadores de saúde importantes para a qualidade de vida e os fatores socioeconômicos que nela influem.</p>	<p>comunidades das quais participa.</p>
--	---

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

**A.** Desenvolvimento de projetos técnico-científicos: a partir da proposta de uma situação-problema, estudo do meio, estudo do caso, experimento ou visita, o aluno deverá:

- observar determinado fenômeno, objeto, comportamento, processo etc., durante certo período;
- identificar e analisar características, regularidades e transformações observadas;
- obter outros dados em diferentes fontes;
- organizá-los, analisá-los, interpretá-los;
- construir e aplicar conceitos;
- problematizar, formular e testar hipóteses e possíveis soluções.

**B.** Propor um projeto de pesquisa e solicitar ao aluno que identifique o universo a ser pesquisado, a amostra e os instrumentos de pesquisa.

**C.** Elaboração, pelo aluno, de relatório de avaliação detectando:

- possíveis falhas, suas razões e formas de superá-las;
- sucessos obtidos e procedimentos que os garantiram.

### FUNÇÃO 3: CONTEXTUAÇÃO SOCIOCULTURAL

**3.1. Competência: Compreender o desenvolvimento da sociedade como processo de ocupação e de produção de espaços físicos e as relações da vida humana com a paisagem em seus desdobramentos políticos, culturais, econômicos e humanos.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Utilizar conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.</p> <p>2. Ler as paisagens percebendo os sinais de sua formação/ transformação pela ação de agentes sociais.</p> <p>3. Relacionar os espaços físicos ocupados com a</p>	<p>a) Sentimento de pertencimento e comprometimento em relação às comunidades das quais faz parte.</p> <p>b) Interesse pela realidade em que está inserido.</p>



condição social e a qualidade de vida de seus ocupantes.

4. Detectar, nos lugares, a presença de elementos culturais transpostos de outros espaços e as relações de convivência ou de dominação estabelecidas entre eles.

5. Relacionar as mudanças ocorridas no espaço com as novas tecnologias, organizações da produção, interferências no ecossistema etc. e com o impacto das transformações naturais, sociais, econômicas, políticas e culturais.

6. Identificar influências do espaço na constituição das identidades pessoais e sociais.

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** A partir da determinação de um certo espaço (município, região, bairro, avenida ou outro) e depois de uma ou de várias visitas ao local para leitura da paisagem e anotações, o aluno deverá apresentar um relatório constatando realidades, colocando questões que demandam pesquisas, levantado hipóteses plausíveis e relacionando os elementos materiais com os moradores e/ ou frequentadores do local.

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

## FORMAÇÃO PROFISSIONAL

### I.1 – INTRODUÇÃO AO *MARKETING*

#### Função: Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar aspectos de evolução, os tipos e características dos mercados.</p> <p>2. Analisar adequadamente os efeitos das variáveis do <i>Marketing Mix</i> (4Ps).</p> <p>3. Distinguir as variáveis controláveis (microambiente) e incontroláveis (macroambiente) do <i>marketing</i>.</p> <p>4. Analisar os estágios do ciclo de vida do produto.</p> <p>5. Analisar os métodos de segmentação de mercado.</p> <p>6. Analisar dados através do SIM – Sistema de Informação de <i>Marketing</i>.</p>	<p>1.1. Diferenciar características dos mercados.</p> <p>1.2. Aplicar o conceito de <i>marketing</i> nas diversas áreas do mercado nacional.</p> <p>1.3. Identificar os diferentes tipos de empresa no mercado.</p> <p>1.4. Organizar dados e informações para classificação das empresas.</p> <p>2.1. Identificar os produtos e suas características.</p> <p>2.2. Identificar o ponto-de-venda adequado para a disponibilização de produtos/serviços.</p> <p>2.3. Identificar as práticas de precificação no mercado.</p> <p>2.4. Identificar as práticas e características da variável promoção (divulgação).</p> <p>3.1. Identificar as variáveis incontroláveis do ambiente externo.</p> <p>4.1. Distinguir os estágios do ciclo de vida do produto.</p> <p>4.2. Identificar e selecionar as ações pertinentes a cada fase do ciclo de vida.</p> <p>5.1. Identificar os segmentos de mercado.</p> <p>5.2. Identificar variáveis e características dos segmentos de mercado.</p> <p>5.3. Identificar o público alvo de acordo com a segmentação de mercado.</p> <p>6.1. Selecionar informações para as decisões estratégicas.</p> <p>6.2. Aplicar Sistema de Informação de <i>Marketing</i>.</p>	<p>1.1. Mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• histórico;</li> <li>• conceito;</li> <li>• evolução</li> </ul> <p>1.2. Conceituação e definição de <i>Marketing</i>, com ênfase no mercado nacional e suas características</p> <p>1.3. Conceito e estrutura de organização empresarial</p> <p>1.4. Classificação das empresas</p> <p>2. <i>Mix de Marketing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• produto;</li> <li>• preço;</li> <li>• praça;</li> <li>• promoção</li> </ul> <p>3. Os ambientes de <i>marketing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• macroambiente (ameaças e oportunidades):                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ cultural;</li> <li>○ demográfico;</li> <li>○ econômico;</li> <li>○ tecnológico;</li> <li>○ político legal;</li> <li>○ natural ambiental</li> </ul> </li> <li>• microambiente:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ forças;</li> <li>○ fraquezas</li> </ul> </li> </ul> <p>4. Ciclo de vida do produto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planejamento;</li> <li>• lançamento;</li> <li>• maturidade e declínio</li> </ul> <p>5.1. Segmentação de mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tipos de segmentação;</li> <li>• demográficas;</li> <li>• geográficas;</li> <li>• psicográficas;</li> <li>• comportamentais</li> </ul> <p>5.2. Público-alvo</p> <p>6. SIM – Sistema de Informação de <i>Marketing</i></p>
<b>Carga Horária (horas-aula)</b>		

<b>Teórica</b>	120	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>120 Horas-aula</b>	
<p>* Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.</p>						

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

## I.2 – LEGISLAÇÃO DE MERCADO

### Função: Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Diferenciar nos processos administrativos: pessoa física e jurídica.</p> <p>2. Interpretar formas de contrato e compreender suas características.</p> <p>3. Interpretar as diversas legislações que regulamentam as atividades comerciais.</p> <p>4. Interpretar as diversas legislações que regulamentam as atividades do Representante Comercial.</p> <p>5. Analisar os direitos e obrigações de fornecedores e consumidores, aplicando corretamente normas específicas.</p> <p>6. Interpretar a regulamentação da propaganda nacional pelo órgão de regulação específico – CONAR (Conselho Nacional de Auto Regulamentação publicitária).</p>	<p>1.1 Aplicar adequadamente nos processos administrativos os direitos de pessoa física e jurídica.</p> <p>2.1. Identificar as características de contratos: social, de compra, venda e prestação de serviços e outros documentos legais.</p> <p>2.2. Redigir contratos de compra e venda de bens e serviços e outros documentos legais.</p> <p>3.1 Aplicar a legislação que regulamenta as relações e atividades comerciais no país.</p> <p>4.1. Aplicar a legislação que regulamenta as relações e atividades do Representante Comercial.</p> <p>4.2. Interpretar contratos de Representação Comercial.</p> <p>4.3. Redigir contratos de Representação Comercial.</p> <p>5.1. Criar procedimentos de trabalho para fornecedores e consumidores de acordo com a legislação vigente.</p> <p>5.2. Aplicar a legislação de defesa do consumidor.</p> <p>5.3. Identificar relações protegidas pelo direito do consumidor.</p> <p>6.1. Identificar as diferenças na atuação do CONAR e Código de Defesa do Consumidor.</p> <p>6.2. Adotar práticas aptas a evitarem propagandas abusivas.</p>	<p>1. Direito Civil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pessoas físicas e jurídicas;</li> <li>• obrigações;</li> <li>• noções e modalidades de contratos</li> </ul> <p>2. Fundamentos da legislação societária</p> <p>3. Técnicas para elaboração de contratos comerciais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cláusulas;</li> <li>• normas que regulam os contratos comerciais;</li> <li>• confecção do documento</li> </ul> <p>4. Legislação aplicada à organização de empresas; a contratos e transações comerciais, nacionais e internacionais; à classificação, à armazenagem, à manipulação e ao transporte de mercadorias</p> <p>5. Legislação aplicada à Representação Comercial – Lei nº 4886 (09/12/1965); e Lei nº 8420 (08/05/1992)</p> <p>6. Código de Defesa do Consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dos direitos básicos do consumidor;</li> <li>• da qualidade de produtos e serviços;</li> <li>• da prevenção e da reparação dos danos;</li> <li>• da proteção à saúde e segurança;</li> <li>• da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço;</li> <li>• da responsabilidade por vício do produto e do serviço;</li> <li>• das práticas comerciais;</li> <li>• das disposições gerais;</li> <li>• da oferta;</li> <li>• da publicidade;</li> <li>• das práticas abusivas;</li> <li>• da cobrança de dívidas;</li> <li>• dos bancos de dados e cadastros de consumidores;</li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"><li>• das sanções administrativas</li></ul> 7. CONAR: <ul style="list-style-type: none"><li>• regulamentação publicitária</li></ul>	
<b>Carga Horária (Horas-aula)</b>						
<b>Teórica</b>	80	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>	
<p>* Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.</p>						

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

### I.3 – COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

#### Função: Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar aspectos da evolução e os processos da comunicação.</p> <p>2. Distinguir as ferramentas de comunicação mercadológica e suas aplicações.</p> <p>3. Analisar a relevância da comunicação visual para fins mercadológicos.</p>	<p>1.1. Identificar e diferenciar as etapas da evolução da comunicação.</p> <p>1.2. Utilizar a teoria da comunicação.</p> <p>1.3. Acompanhar a evolução da comunicação.</p> <p>2.1. Selecionar ferramentas de comunicação mercadológica.</p> <p>2.2. Utilizar as diversas ferramentas de comunicação mercadológica.</p> <p>3.1 Identificar a comunicação visual a ser criada para desenvolver:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a estética de anúncios;</li> <li>• pontos de vendas;</li> <li>• a identidade visual da empresa/ produto;</li> <li>• <i>design</i> a ser utilizado.</li> </ul>	<p>1. Teoria da comunicação:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• origem dos processo de comunicação;</li> <li>• conceito de comunicação;</li> <li>• evolução do processo e meios de comunicação</li> </ul> <p>2. Ferramentas de comunicação mercadológica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>telemarketing</i>;</li> <li>• mala direta;</li> <li>• publicidade;</li> <li>• propaganda;</li> <li>• relações públicas;</li> <li>• assessoria de imprensa;</li> <li>• <i>merchandising</i>;</li> <li>• promoção de vendas;</li> <li>• eventos;</li> <li>• e outras</li> </ul> <p>3. Estética, identidade visual e <i>design</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• signos e símbolos gráficos;</li> <li>• marcas;</li> <li>• logotipos e logomarcas;</li> <li>• tipologia;</li> <li>• utilização das cores;</li> <li>• embalagens e rótulos;</li> <li>• <i>design</i></li> </ul>

#### Carga Horária (Horas-aula)

Teórica	00	Prática em Laboratório*	80	Total	80 Horas-aula	Prática em Laboratório
---------	----	-------------------------	----	-------	---------------	------------------------

\* 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.

## I.4 – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

### Função: Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar o comportamento do Consumidor.</p> <p>2. Analisar os processos e estímulos de decisões relacionados a desejos e necessidades.</p> <p>3. Definir ações mercadológicas que interfiram no comportamento do consumidor.</p> <p>4. Discernir a influência da cultura no processo de tomada de decisões de compra e/ ou consumo.</p>	<p>1.1. Identificar os tipos de comportamento do consumidor.</p> <p>1.2. Identificar os fatores que influenciam no processo do comportamento.</p> <p>2.1. Selecionar as necessidades existentes.</p> <p>2.2. Definir desejos.</p> <p>2.3. Aplicar desejos nas necessidades primárias.</p> <p>3.1. Identificar características da personalidade e comportamento do consumidor.</p> <p>3.2. Identificar características da motivação do consumidor.</p> <p>3.3. Identificar características da percepção do consumidor.</p> <p>3.4. Utilizar os estímulos no processo de decisão de compra.</p> <p>3.5. Aplicar a psicologia para otimizar ações mercadológicas.</p> <p>3.6. Diferenciar comportamento de consumo.</p> <p>4.1. Identificar a influência da cultura no comportamento do consumidor.</p> <p>4.2. Identificar características das subculturas e o comportamento do consumidor.</p> <p>4.3. Identificar o processo de tomada de decisão dentro do comportamento do consumidor.</p> <p>4.4. Utilizar técnicas de influência no processo de decisão de compra.</p>	<p>1. As teorias que representam o consumo aplicada em <i>Marketing</i></p> <p>2. O processo básico do comportamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a teoria de Abraham Harold Maslow (a hierarquia das necessidades);             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ fisiológicas;</li> <li>○ segurança;</li> <li>○ social;</li> <li>○ estima;</li> <li>○ <i>status</i> (realização pessoal)</li> </ul> </li> </ul> <p>3.1. Estímulos no processo de decisão de compra</p> <p>3.2. Modelo de comportamento de consumo</p> <p>3.3. O Geoconsumo como objeto de estudo</p> <p>4. Fatores de influência no comportamento de consumo:</p> <p>5. Fatores culturais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cultura;</li> <li>• microcultura;</li> <li>• classe social</li> </ul> <p>6. Fatores sociais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grupos de referência;</li> <li>• família;</li> <li>• papéis sociais e <i>status</i></li> </ul> <p>7. Fatores pessoais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• idade e ciclo de vida da família;</li> <li>• ocupação;</li> <li>• circunstâncias econômicas;</li> <li>• estilos de vida;</li> <li>• personalidade e autoconceito</li> </ul> <p>8. Fatores psicológicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• motivação;</li> <li>• percepção;</li> <li>• aprendizado;</li> <li>• crenças e atitudes</li> </ul>

### Carga Horária (Horas-aula)

<b>Teórica</b>	80	<b>Prática em</b>	00	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>
----------------	----	-------------------	----	--------------	----------------------

		<b>Laboratório*</b>				
<p>* Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.</p>						

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



## I.5 – APLICATIVOS INFORMATIZADOS EM *MARKETING*

### Função: Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar os serviços e funções de sistemas operacionais, utilizando suas ferramentas e recursos em atividades de configuração, manipulação de arquivos, segurança e outras.</p> <p>2. Selecionar programas de aplicação a partir da avaliação das necessidades do profissional de <i>marketing</i>.</p> <p>3. Analisar a necessidade de tratamento de imagem para a manipulação através de <i>software</i> específico.</p>	<p>1.1. Utilizar os sistemas operacionais, oferecidos no mercado.</p> <p>1.2. Gerenciar arquivos informatizados para a aplicação em <i>marketing</i>.</p> <p>2.1. Utilizar os principais <i>softwares</i> e aplicativos na resolução de problemas.</p> <p>2.2. Utilizar planilha eletrônica no gerenciamento de dados.</p> <p>2.3. Utilizar editor para processar textos.</p> <p>2.4. Utilizar editor de <i>slides</i> para apresentações.</p> <p>3.1 Utilizar <i>software</i> no tratamento de imagem para a composição de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• peças publicitárias;</li> <li>• anúncios impressos;</li> <li>• anúncios e aplicações <i>web</i>.</li> </ul>	<p>1. Funções básicas do sistema operacional e gerenciamento de arquivos</p> <p>2. <i>Softwares</i> para utilização em <i>marketing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planilha eletrônica (<i>Excel</i>) para formatação de tabelas, fórmulas, funções, gráficos, relatórios, etc;</li> <li>• processador de texto (<i>Word</i>) para formatação básica, organogramas, desenho, figuras, mala direta, etiquetas, elaboração de relatórios, pedidos, etc;</li> <li>• <i>software</i> para a criação e apresentação de <i>slides</i> (<i>Power Point</i>):                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ criação de modelos de apresentação, efeitos e transições de <i>slides</i>, apresentação prática, clara e objetiva, etc</li> </ul> </li> </ul> <p>3. <i>Software</i> “<i>Photoshop</i> 5, CS ou superior” para o tratamento de imagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brilho, contraste, correções, saturação, recortes, sobreposição, camadas, edição de cor, retoques, efeitos visuais, etc</li> </ul>

### Carga Horária (Horas-aula)

Teórica	00	Prática em Laboratório*	80	Total	80 Horas-aula	Prática em Laboratório
---------	----	-------------------------	----	-------	---------------	------------------------

\* 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.

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

## I.6 – GESTÃO DE VENDAS I

### Função: Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Identificar as teorias e princípios de vendas.</p> <p>2. Analisar as etapas do processo de vendas e suas características nos setores da economia.</p> <p>3. Analisar e distinguir as modalidades de comércio na gestão de vendas.</p> <p>4. Identificar a importância do <i>marketing mix</i> nas vendas.</p> <p>5. Analisar a necessidade do planejamento de vendas.</p> <p>6. Analisar o perfil do vendedor contemporâneo e as suas competências para atuar em equipe de vendas.</p>	<p>1.1 Aplicar as teorias e princípios de vendas.</p> <p>2.1. Contextualizar os tipos e processos de vendas.</p> <p>2.2. Diferenciar as etapas do processo de venda de um produto ou serviço.</p> <p>2.3. Acompanhar e avaliar o produto/ serviço durante as etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pré-venda;</li> <li>• venda;</li> <li>• pós-venda.</li> </ul> <p>2.4. Adequar o processo vendas ao ramo de atuação dos compradores.</p> <p>3.1 Diferenciar as modalidades de comércio.</p> <p>4.1 Correlacionar as vendas ao <i>marketing mix</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• variáveis de produto;</li> <li>• identificar as políticas de preço;</li> <li>• adequar os pontos de venda;</li> <li>• utilizar ferramentas de comunicação.</li> </ul> <p>5.1. Identificar os tipos de planejamentos de vendas.</p> <p>5.2. Identificar objetivos e estratégias de vendas.</p> <p>5.3. Adequar o processo de vendas aos objetivos.</p> <p>5.4. Aplicar e utilizar modelos de planejamento de vendas.</p> <p>5.5. Estabelecer metas e cotas de vendas.</p> <p>6.1. Identificar o perfil necessário do vendedor à prática de venda da empresa.</p> <p>6.2. Diagnosticar as necessidades da força de vendas.</p> <p>6.3. Gerenciar equipe de vendas.</p> <p>6.4. Acompanhar e direcionar a força de vendas no processo de</p>	<p>1. Teoria e princípios da gestão de vendas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• história;</li> <li>• conceito;</li> <li>• evolução</li> </ul> <p>2. O processo e ciclo de venda e suas etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pré-venda;</li> <li>• venda;</li> <li>• pós-venda</li> </ul> <p>3. Tipos de comércio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eletrônico;</li> <li>• atacadista;</li> <li>• varejista;</li> <li>• de serviços;</li> <li>• exterior</li> </ul> <p>4. A função das vendas no <i>marketing mix</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tipos e práticas de venda:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ vendas de indústria para indústria</li> <li>○ venda para o atacado e varejo;</li> <li>○ vendas de serviços;</li> <li>○ vendas direta, e outros</li> </ul> </li> </ul> <p>5. Planejamento de vendas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• divisão dos clientes por zona;</li> <li>• mapeamento da área externa;</li> <li>• prospecção planejada;</li> <li>• metas e cotas de vendas</li> </ul> <p>6.1. O papel do vendedor nas vendas;</p> <p>6.2. O perfil contemporâneo do vendedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• características;</li> <li>• habilidades;</li> <li>• comportamentos, etc</li> </ul> <p>6.3. Gerenciamento de equipe de vendas;</p> <p>6.4. A representação comercial</p> <p>7. Métodos, técnicas e estratégias de atendimento no ciclo de vendas:</p>

<p>7. Discernir melhores métodos e técnicas de atendimento na aplicação do ciclo das vendas.</p> <p>8. Implementar, acompanhar e gerenciar operação de <i>telemarketing</i> no ciclo de vendas.</p>	<p>vendas.</p> <p>7. Aplicar métodos e técnicas de atendimento no ciclo de vendas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prospectar e abordar clientes na pré-venda;</li> <li>• prestar atendimento com excelência a clientes na demonstração, argumentação, negociação e fechamento de vendas;</li> <li>• investigar as possíveis causas de abandono de clientes;</li> <li>• intervir com estratégias de retenção no pós-venda;</li> <li>• aplicar estratégias de fidelização de clientes.</li> </ul> <p>8.1. Utilizar o <i>telemarketing</i> e suas aplicações como estratégia no ciclo de vendas.</p> <p>8.2. Utilizar o <i>telemarketing</i> ativo ou receptivo.</p> <p>8.3. Identificar clientes em potencial de acordo com necessidades específicas da empresa.</p> <p>8.4. Aplicar técnicas de atendimento via <i>telemarketing</i> para ações de pré-venda, venda e pós-venda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prospecção;</li> <li>• abordagem;</li> <li>• técnicas de atendimento;</li> <li>• negociação;</li> <li>• fechamento;</li> <li>• métodos;</li> <li>• técnicas de retenção e controle de abandono;</li> <li>• fidelização de clientes</li> </ul> <p>8. Métodos e técnicas em <i>telemarketing</i> no ciclo de vendas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tipos e variações de <i>telemarketing</i>: ativo ou receptivo;</li> <li>• triagem de clientes em potencial em data base <i>marketing</i>;</li> <li>• abordagem, argumentação, persuasão, sistemas de gerenciamento, conclusão do atendimento;</li> <li>• atendimento às normas de conduta durante a operação, segundo legislação vigente</li> </ul>
---	---	--

**Carga Horária (Horas-aula)**

<b>Teórica</b>	80	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>	
----------------	----	--------------------------------	----	--------------	----------------------	--

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

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

Ao concluir a 2ª SÉRIE, deverão ser concluídas as competências e habilidades da formação geral e da formação profissional, adquirindo valores, desenvolvendo atitudes e dominando os conhecimentos abaixo relacionados.

### FORMAÇÃO GERAL

#### FUNÇÃO 1: REPRESENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO

##### 1.1. Competências: Confrontar opiniões e pontos de vista expressos em diferentes linguagens e suas manifestações específicas.

Habilidades	Valores e Atitudes
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Empregar critérios e aplicar procedimentos próprios da análise, interpretação e críticas de documentos diversos.</li><li>2. Colher dados e informações por meio de entrevistas.</li><li>3. Relacionar as diferentes opiniões com as características, valores, histórias de vida e interesse dos seus emissores.</li><li>4. Comparar as informações recebidas identificando pontos de concordância e divergências.</li><li>5. Avaliar a validade dos argumentos utilizados segundo pontos de vistas diferentes.</li><li>6. Comparar e relacionar informações contidas em textos expressos em diferentes linguagens.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Orientar-se pelos valores da ética e da cidadania.</li><li>b) Respeito à individualidade, à alteridade e à diversidade no convívio com as pessoas e com outras culturas.</li><li>c) Respeito aos direitos e deveres da cidadania.</li><li>d) Colocar-se no lugar do outro para entendê-lo melhor.</li></ol>

#### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

- A. Apresentada sob diferentes formas uma determinada informação ou ideia, relacionar o conteúdo do que foi expresso e identificar posições convergentes e divergentes sobre o objeto tratado.
- B. Apresentado diferentes argumentos sobre uma determinada concepção, avaliá-los segundo a coerência, o embasamento, os possíveis interesses envolvidos etc.
- C. Feita uma determinada afirmação, contestá-la ou defendê-la usando diferentes linguagens para reforçar a argumentação.
- D. Análise do portfólio do aluno.

## 1.2. Competência: Articular as redes de diferenças e semelhanças entre as linguagens e seus códigos.

Habilidades	Valores e Atitudes
1. Relacionar conhecimentos de diversas áreas numa perspectiva interdisciplinar. 2. Selecionar e utilizar fontes documentais de naturezas diversas (textuais, iconográficas, depoimentos ou relatos orais, objetos e materiais), pertinentes à obtenção de informações desejadas e de acordo com os objetivos e metodologias da pesquisa. 3. Empregar critérios e aplicar procedimentos próprios na análise, interpretação, e crítica de ideias expressas de formas diversas. 4. Utilizar textos em língua estrangeira. 5. Expressar-se na forma de mímica, música, dança, etc. 6. Interpretar expressões linguísticas (em língua nacional ou estrangeira) considerando seu contexto sociocultural.	a) Valorização da aprendizagem e da pesquisa.

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

**A.** Propor aos alunos atividades ou apresentar-lhes situações em que sejam necessárias uma ou várias tarefas, tais como:

- a) leitura visual de paisagens, fotografias, quadros, etc. e a produção de comunicação visual utilizando esses meios de expressão;
- b) a compreensão e produção de textos em língua estrangeira;
- c) a leitura de gráficos, organogramas, esquemas, plantas, mapas, fórmulas, bulas, manuais e outros e utilização desses recursos para se comunicar;
- d) a representação de ideias utilizando mímica;
- e) a produção de textos descrevendo e relatando experimentos do laboratório;
- f) a expressão de uma mesma ideia.

## FUNÇÃO 2: INVESTIGAÇÃO E COMPREENSÃO

**2.1. Competência: Compreender os elementos cognitivos, afetivos, físicos, sociais e culturais que constituem a identidade própria e a dos outros.**

Habilidades	Valores e Atitudes
1. Relacionar conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva	a) Interesse em se autoconhecer.

<p>interdisciplinar.</p> <p>2. Diferenciar, classificar e relacionar entre si características humanas genéticas e culturais.</p> <p>3. Identificar os processos sociais que orientam a dinâmica dos diferentes grupos de indivíduos.</p> <p>4. Utilizar dados da literatura, religião, mitologia, folclore para compreensão da formação das identidades.</p> <p>5. Reconhecer fatores sociais, políticos, econômicos, culturais que interferem ou influenciam nas relações humanas.</p> <p>6. Observar-se, analisar-se e avaliar-se estabelecendo a relação entre a herança genética e a influência dos processos sociais na construção da identidade pessoal e social.</p>	<p>b) Interesse em conhecer os outros.</p> <p>c) Respeito às diferenças pessoais, sociais e culturais.</p> <p>d) Proceder com justiça e equidade.</p>
---	---

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

**A.** Algumas atividades para relacionar características pessoais com influências socioculturais:

- comparar textos, fotos e depoimentos que propiciem a obtenção dos dados/informações a respeito de uma geração em momentos diferentes e em função de idade, família, comunidade e contextos diversos;
- organizar uma Feira do Jovem, Exposição do Jovem, ou elaborar um álbum da Juventude com peças/ objetos/ fotografias colagens que representam o jovem de hoje sobre múltiplos aspectos;
- construir um Quadro Comparativo, das juventudes em décadas diferentes da história, como a da geração dos avós e dos pais quando tinham sua idade;
- analisar personagens jovens da literatura, de filmes, de novelas ou retratados em biografias e depoimentos;
- produção coletiva de textos sobre a juventude atual.

### 2.2. Compreender a sociedade, sua gênese, sua transformação e os múltiplos fatores que nela intervêm como produtos da ação humana.

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.</p> <p>2. Identificar as condições em que os indivíduos podem atuar mais significativamente como sujeitos ou mais significativamente como produtos dos processos históricos.</p> <p>3. Distinguir elementos culturais de diferentes</p>	<p>a) Interesse pela realidade em que vive.</p> <p>b) Valorização da colaboração de diferentes povos, etnias, gerações na construção do patrimônio cultural da humanidade.</p>

origens e identificar e classificar processos de construção do patrimônio – aculturação.

4. Identificar as relações existentes entre os diferentes tipos de sociedade e seu desenvolvimento científico e tecnológico.

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

**A.** Analisar eventos, processos ou produtos culturais apresentados e neles identificar e inter-relacionar diferentes tipos de agentes e de ações humanas que o produziram.

**B.** Dado um determinado evento sociocultural, refletir e imaginar outros encaminhamentos que a ele poderiam ter sido dados se tivessem sido outros os agentes envolvidos e diferentes os fatores que nela intervieram.

**C.** O aluno deverá analisar-se em relação a determinado contexto sociocultural, percebendo de que forma ele, pessoalmente, contribui para a permanência ou a transformação de determinadas situações ao desempenhar seus papéis sociais (de estudante, aluno, consumidor, eleitor, contribuinte, torcedor, plateia, espectador, ouvinte, leitor, internauta, vizinho, membro de grêmio, comunidade religiosa, ONG ou partido político etc.).

**D.** Análise do portfólio do aluno.

### 2.3. Competência: Sistematizar informações relevantes para a compreensão da situação-problema.

Habilidades	Valores e Atitudes
1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar. 2. Situar determinados fenômenos, objetos, pessoas, produções da cultura em seus contextos históricos. 3. Situar os momentos históricos nos diversos ritmos da duração e nas relações de sucessão e/ou de simultaneidade. 4. Construir periodizações segundo procedimentos próprios da ciência, arte, literatura ou de outras de análise e classificação. 5. Identificar o problema e formular questões que possam explicá-lo e orientar a sua solução. 6. Aplicar raciocínios dedutivos e indutivos. 7. Comparar problemáticas atuais com as de outros momentos históricos. 8. Comparar, classificar, estabelecer relações, organizar e arquivar dados experimentais ou	a) Valorização dos procedimentos de planejamento, a organização e a avaliação na obtenção de resultados esperados. b) Valorização da pesquisa como instrumento de ampliação do conhecimento para a resolução de problemas. c) Reconhecimento de sua responsabilidade no acesso, na produção, na divulgação e na utilização da informação.



<p>outros.</p> <p>9. Utilizar-se de referências científicas, tecnológicas, religiosas e da cultura popular e articular essas diferentes formas de conhecimento.</p> <p>10. Comparar e interpretar fenômenos.</p> <p>11. Estimar ordens de grandeza e identificar parâmetros relevantes para quantificação.</p> <p>12. Formular e testar hipóteses e prever resultados.</p> <p>13. Interpretar e criticar resultados numa situação concreta.</p> <p>14. Selecionar estratégias de resolução de problemas.</p> <p>15. Utilizar ideias e procedimentos científicos (leis, teorias, modelos) para a resolução de problemas qualitativos e quantitativos.</p> <p>16. Recorrer a modelos, esboços, fatos conhecidos em suas análises e interpretações de fenômenos.</p> <p>17. Distinguir os diferentes processos de arte, identificar seus instrumentos de ordem material e ideal e percebê-los como manifestações socioculturais e históricas.</p>	
--	--

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação (sugestões)**

**A.** Propor projetos de pesquisa técnico-científicos.

**B.** Propor situação-problema; analisar elementos constituintes; analisar o contexto em que ocorre; identificar causas; formular hipóteses; identificar e selecionar fontes de pesquisa; definir amostra; selecionar e aplicar técnicas de pesquisa; definir etapas e cronograma; propor soluções; avaliar resultados.

#### **2.4. Competência: Na resolução de problemas, pesquisar, reconhecer e relacionar:**

**a) as construções do imaginário coletivo; b) elementos representativos do patrimônio cultural; c) as classificações ou critérios organizacionais, preservados e divulgados no eixo espacial e temporal; d) os meios e instrumentos adequados para cada tipo de questão; e) estratégias de enfrentamento dos problemas.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.</p> <p>2. Comparar problemáticas atuais e de outros momentos históricos.</p> <p>3. Identificar, localizar e utilizar, como campo de investigação, os lugares de memória e os conteúdos das produções folclóricas e ficcionais</p>	<p>a) Valorização das técnicas de pesquisa, planejamento, organização e avaliação.</p> <p>b) Reconhecimento da importância de utilizar fontes de informação variadas.</p>

em geral.

4. Recorrer a teorias, metodologias, tradições, costumes, literatura, crenças e outras expressões de culturas – presentes ou passadas – como instrumentos de pesquisa e como repertório de experiências de resolução de problemas.

5. Identificar e valorizar a diversidade dos patrimônios etnoculturais e artísticos de diferentes sociedades, épocas e lugares, compreendendo critérios e valores organizacionais culturalmente construídos.

6. Identificar regularidades e diferenças entre os objetos de pesquisa.

7. Selecionar e utilizar metodologias e critérios adequados para a análise e classificação de estilos, gêneros, recursos expressivos e outros.

8. Consultar Bancos de Dados e *sites* na Internet.

9. Selecionar instrumentos para a interpretação de experimentos e fenômenos descritos ou visualizados.

10. Identificar diferentes metodologias, sistemas, procedimentos e equipamentos e estabelecer critérios para sua seleção e utilização adequada.

11. Estabelecer objetivos, metas e etapas direcionadas para a resolução da questão.

12. Identificar e levantar recursos.

13. Planejar e executar procedimentos selecionados.

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** A partir da proposição de determinada situação-problema:

- a) consultar diferentes fontes e órgãos de informação: livros, revistas, livrarias, bibliotecas, videotecas, museus, institutos de pesquisa, instituições artísticas, centros de pesquisa científica, centros de memórias, sites, dicionário de línguas e especializados, mapas, tabelas, exposições;
- b) utilizar informações coletadas no folclore, na arte popular, nos contos para crianças, em receitas de medicina popular, na literatura de cordel, nas brincadeiras e brinquedos tradicionais, nas superstições, nas concepções do senso comum, nas crenças religiosas etc.;
- c) apresentar a solução para a situação-problema proposta.

### **FUNÇÃO 3: CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIOCULTURAL**

**3.1. Competência: Compreender as ciências, as artes e a literatura como construções humanas, entendendo como elas se desenvolveram por acumulação,**

**continuidade ou ruptura de paradigmas e percebendo seu papel na vida humana em diferentes épocas e em suas relações com as transformações sociais.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.</p> <p>2. Reconhecer e utilizar as ciências, artes e literatura como elementos de interpretação e intervenção e as tecnologias como conhecimento sistemático de sentido prático.</p> <p>3. Perceber que as tecnologias são produtos e produtoras de transformações culturais.</p> <p>4. Comparar e relacionar as características, métodos, objetivos, temas de estudo, valorização e aplicação etc. das ciências nas atualidades e em outros momentos.</p> <p>5. Comparar criticamente a influência das tecnologias atuais ou de outros tempos nos processos sociais.</p> <p>6. Utilizar elementos e conhecimentos científicos e tecnológicos para diagnosticar e relacionar questões sociais e ambientais.</p> <p>7. Posicionar-se diante de fatos presentes a partir da interpretação de suas relações com o passado.</p> <p>8. Saber distinguir variantes linguísticas e perceber como refletem formas de ser, pensar e produzir.</p>	<p>a) Criticidade diante das informações obtidas.</p> <p>b) Gosto pelo aprender e pela pesquisa.</p> <p>c) Valorização dos conhecimentos e das tecnologias que possibilitam a resolução de problemas.</p> <p>d) Respeito aos princípios da ética e aos direitos e deveres de cidadania.</p> <p>e) Respeito ao patrimônio cultural nacional e estrangeiro.</p> <p>f) Interesse pela realidade em que vive.</p>

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** Analisar um determinado produto científico, tecnológico, artístico ou literário – por exemplo, uma teoria, um equipamento, uma pintura, um poema, um edifício – e reconstituir a trajetória histórica de sua produção e os desdobramentos que ela poderá provocar no futuro.

## FORMAÇÃO PROFISSIONAL

II.1 – GESTÃO DE VENDAS II		
Função: Execução		
COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar a importância das ações de <i>marketing</i> e de <i>merchandising</i> no varejo.</p> <p>2. Distinguir os tipos de <i>merchandising</i>.</p> <p>3. Selecionar material de <i>merchandising</i> necessário ao PDV.</p> <p>4. Pesquisar e avaliar as necessidades de um ponto-de-venda.</p> <p>5. Correlacionar as aplicações do <i>merchandising</i> das aplicações da promoção de vendas em um PDV.</p>	<p>1.1. Identificar a função do <i>marketing</i> de varejo.</p> <p>1.2. Especificar o papel do <i>merchandising</i> no ponto-de-venda.</p> <p>1.3. Correlacionar a função do <i>marketing</i> de varejo à do <i>merchandising</i> como estratégia de ponto-de-venda.</p> <p>2.1. Diferenciar os tipos de <i>merchandising</i>: <i>merchandising</i> no PDV e <i>merchandising</i> editorial (<i>tié-in</i>).</p> <p>2.2. Aplicar os tipos de <i>merchandising</i> como estratégia de vendas.</p> <p>3.1. Caracterizar os diferentes tipos de materiais de <i>merchandising</i> aplicáveis em um PDV:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• impressos;</li> <li>• <i>displays</i>;</li> <li>• materiais suspensos;</li> <li>• mídias;</li> <li>• eletrônicos.</li> </ul> <p>3.2. Aplicar os materiais de <i>merchandising</i> num PDV.</p> <p>4.1. Coletar dados sobre as características do PDV para indicar as necessidades.</p> <p>4.2. Analisar as informações coletadas do PDV.</p> <p>4.3. Selecionar as necessidades do PDV para a criação de estratégias de composição e gerenciamento do PDV.</p> <p>5.1. Apresentar estratégias de promoção de vendas e de <i>merchandising</i>.</p> <p>5.2. Diferenciar promoção de vendas de <i>merchandising</i> quanto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• características;</li> <li>• objetivos;</li> <li>• aplicação estratégica.</li> </ul>	<p>1. Ações de <i>marketing</i> de varejo e o <i>merchandising</i> no ponto-de-venda</p> <p>2. Tipos de <i>merchandising</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>merchandising</i> no ponto-de-venda;</li> <li>• <i>merchandising</i> editorial (<i>tié-in</i>)</li> </ul> <p>3. Tipos diversos de materiais de <i>merchandising</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• impressos;</li> <li>• <i>displays</i>;</li> <li>• materiais suspensos;</li> <li>• mídias;</li> <li>• fôlderes;</li> <li>• móveis;</li> <li>• eletrônicos, etc</li> </ul> <p>4. Estratégias de composição e gerenciamento de ponto-de-venda</p> <p>5. Promoção de vendas e <i>merchandising</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• objetivos comuns;</li> <li>• diferenciações;</li> <li>• aplicações</li> </ul> <p>6. Ações promocionais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tipos de ações:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ brindes, vale-descontos, bônus, promoções, concursos culturais, campanhas de prêmios, etc</li> </ul> </li> <li>• planejamento;</li> <li>• ambientação;</li> <li>• execução</li> </ul> <p>7. Visual <i>merchandising</i></p> <p>8. Planejamento e desenvolvimento do <i>merchandising</i> no PDV:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• percepção visual;</li> <li>• posicionamento do produto;</li> </ul>

<p>6. Analisar tipos de ações promocionais para aplicação em PDV.</p> <p>7. Analisar a necessidade de aplicação de técnicas de visual <i>merchandising</i> em PDV.</p> <p>8. Avaliar as estratégias de <i>merchandising</i> necessárias para o planejamento e desenvolvimento de um PDV.</p> <p>9. Selecionar métodos eficientes para estimular as compras por impulso em um PDV.</p> <p>10. Analisar elementos para a composição de uma atmosfera de compras em um PDV.</p>	<p>6.1. Selecionar o tipo de ação promocional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• brindes;</li> <li>• vale-descontos;</li> <li>• bônus;</li> <li>• promoções;</li> <li>• concursos;</li> <li>• campanhas de prêmios, etc.</li> </ul> <p>6.2. Criar ação promocional pertinente ao PDV.</p> <p>6.3. Planejar a execução da ação promocional.</p> <p>6.4. Adequar PDV ao tipo de ação promocional escolhida.</p> <p>6.5. Executar a ação promocional.</p> <p>7.1. Indicar as técnicas de visual <i>merchandising</i>.</p> <p>7.2. Pesquisar o PDV quanto à necessidade de aplicação de técnicas de visual <i>merchandising</i>.</p> <p>7.3. Aplicar técnicas de visual <i>merchandising</i> no PDV.</p> <p>8.1. Identificar necessidades do PDV.</p> <p>8.2. Estabelecer prioridades no planejamento do PDV.</p> <p>8.3. Planejar o desenvolvimento de ações e estratégias de PDV.</p> <p>8.4. Aplicar estratégias de PDV quanto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• percepção visual no PDV;</li> <li>• posicionamento e exposição do produto no PDV levando em conta a visibilidade do mesmo;</li> <li>• adequação quanto ao ponto de vista do consumidor para uma melhor visualização do produto.</li> </ul> <p>9.1. Assinalar os diferentes métodos e formas de estimular a compra por impulso.</p> <p>9.2. Selecionar métodos que estimulem a compra por impulso para aplicação no PDV.</p> <p>9.3. Aplicar métodos que estimulem as compras no PDV.</p> <p>10.1. Apresentar a necessidade de composição da atmosfera de compra de um PDV.</p> <p>10.2. Selecionar elementos que comporão a atmosfera de compras:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• embalagem e visibilidade;</li> <li>• ponto de vista do consumidor</li> </ul> <p>9. Métodos e estímulos para compras por impulso</p> <p>10. Atmosfera de compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• leiaute da loja, comunicação, cor, som, iluminação, aroma, movimento e cinco sentidos humanos</li> </ul> <p>11. Técnicas de <i>merchandising</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na comunicação, no leiaute da loja, na exhibitécnica;</li> <li>• disposição de produtos;</li> <li>• técnicas de exposição de produtos;</li> <li>• arrumação de gôndola;</li> <li>• vitrinismo</li> </ul> <p>12. Autosserviço, interatividade, facilidades e novas tecnologias no PDV</p>
--	--	---

<p>11. Analisar e selecionar técnicas de <i>merchandising</i> para a aplicação em um PDV.</p> <p>12. Pesquisar as tendências quanto às adequações e facilidades de PDV ao consumidor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• leiaute da loja;</li> <li>• comunicação;</li> <li>• cor;</li> <li>• som;</li> <li>• iluminação;</li> <li>• aroma;</li> <li>• movimentação e circulação no PDV;</li> <li>• cinco sentidos humanos.</li> </ul> <p>11. Aplicar técnicas de <i>merchandising</i> em um PDV:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na comunicação com o cliente;</li> <li>• no leiaute da loja;</li> <li>• na exibitécnica;</li> <li>• na disposição e exposição de produtos;</li> <li>• arrumação de gôndolas;</li> <li>• vitrinismo.</li> </ul> <p>12. Acompanhar tendências quanto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• autosserviço nos PDV;</li> <li>• interatividade nos PDV com o consumidor;</li> <li>• novas tecnologias aplicáveis ao PDV.</li> </ul>					
<b>Carga Horária (Horas-aula)</b>						
<b>Teórica</b>	80	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>	
<p>* Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.</p>						

## II.2 – ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL

### Função: Planejamento Ético Organizacional

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar os Códigos de Defesa do Consumidor, da legislação trabalhista, do trabalho voluntário e das regras e regulamentos organizacionais.</p> <p>2. Analisar procedimentos para a promoção da imagem organizacional.</p> <p>3. Relacionar as técnicas e métodos de trabalho com os valores de cooperação, iniciativa e autonomia pessoal e organizacional.</p> <p>4. Analisar a importância da responsabilidade social e da sustentabilidade na formação profissional e ética do cidadão.</p>	<p>1.1 Interpretar a legislação trabalhista nas relações de trabalho.</p> <p>1.2 Interpretar o Código de Defesa do Consumidor nas relações de consumo.</p> <p>1.3 Identificar o papel da legislação no exercício do trabalho voluntário.</p> <p>1.4 Identificar as regras e regulamentos nas práticas trabalhistas das organizações</p> <p>2.1 Identificar o contexto de aplicação dos procedimentos na organização e adequá-los, considerando os critérios dos órgãos reguladores do setor de atuação.</p> <p>2.2 Discernir ameaças que possam comprometer a organização.</p> <p>2.3 Potencializar as oportunidades que impactem na imagem da organização e resultem em novas relações de negócios e parcerias.</p> <p>3.1 Respeitar as diferenças individuais e regionais dos colaboradores no âmbito organizacional.</p> <p>3.2 Identificar valores e encorajar as manifestações de diversidades culturais e sociais.</p> <p>3.3 Utilizar técnicas de aprimoramento das práticas de convivência com todos os envolvidos no processo de construção das relações profissionais e de consumo.</p> <p>4.1 Identificar e respeitar as ações de promoção de direitos humanos.</p> <p>4.2 Aplicar procedimentos de</p>	<p>1. Conceito do Código de Defesa do Consumidor.</p> <p>2. Fundamentos de Legislação Trabalhista e Legislação para o Autônomo.</p> <p>3. Normas e comportamento referentes aos regulamentos organizacionais.</p> <p>4. Imagem pessoal e institucional.</p> <p>5. Definições de trabalho voluntário</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lei Federal 9.608/98;</li> <li>• Lei Estadual nº 10.335/99;</li> <li>• Deliberações CEETEPS Nº1 /2004.</li> </ul> <p>6. Definições e técnicas de trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão de autonomia (atribuições e responsabilidades):</li> <li>✓ de liderança;</li> <li>✓ em equipe.</li> </ul> <p>7. Código de ética nas organizações</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Públicas;</li> <li>• Privadas.</li> </ul> <p>8. Cidadania, relações pessoais e do trabalho.</p> <p>9. Declaração Universal dos Direitos Humanos, convenções e</p>

	responsabilidade social e/ou sustentabilidade na área. 4.3 Utilizar noções e estratégias de economia criativa para agregar valor cultural às práticas de sustentabilidade.	Direitos Humanos no Brasil.  10. Economia criativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceitos, estratégias e desenvolvimento.</li> </ul> 11. Respeito à diversidade cultural e social.  12. Responsabilidade social/sustentabilidade <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimentos para área de <b>Marketing</b>.</li> </ul>			
<b>Carga Horária (Horas-aula)</b>					
<b>Teórica</b>	40	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>40 Horas-aula</b>
<p>* Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.</p>					

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



## II.3 – ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

### Função: Execução

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Identificar a importância da gestão financeira e orçamentária como instrumentos da administração empresarial.</p> <p>2. Identificar a importância do planejamento e organização de sistemas específicos de controles empresariais.</p> <p>3. Identificar e caracterizar o sistema, objetivos e amplitude do planejamento financeiro.</p> <p>4. Analisar as práticas de custo aplicadas na empresa para auxiliar nas tomadas de decisões.</p>	<p>1.1. Aplicar os conceitos e fundamentos financeiros.</p> <p>1.2. Utilizar as ferramentas da gestão financeira e orçamentária na administração empresarial.</p> <p>2.1. Utilizar métodos e técnicas para execução do planejamento financeiro.</p> <p>2.2. Utilizar o planejamento financeiro para o controle da política financeira da empresa.</p> <p>2.3. Identificar e caracterizar pontos essenciais de uma política financeira e sua utilidade para executores e usuários.</p> <p>3.1. Utilizar métodos e técnicas para elaboração de relatórios financeiros.</p> <p>3.2. Utilizar aplicativos informatizados para planejamento financeiro.</p> <p>3.3. Coletar informações sobre elementos financeiros a serem incluídos no planejamento financeiro.</p> <p>4.1. Utilizar dados financeiros, para assessorar nas tomadas de decisões da empresa.</p> <p>4.2. Utilizar o sistema, objetivos e amplitude do planejamento financeiro.</p> <p>4.3. Aplicar os conceitos e princípios de custos no <i>marketing</i>.</p> <p>4.4. Correlacionar os conceitos e princípios de custos e suas aplicações nos processos mercadológicos.</p>	<p>1. Conceitos e fundamentos financeiros</p> <p>2. Métodos e técnicas de planejamento financeiro</p> <p>3. Orçamentos de vendas e de produção</p> <p>4. Sistema de demonstração de despesa financeira</p> <p>5. Controles financeiros internos</p> <p>6. Sistemas informatizados de processamento financeiro</p> <p>7. Planejamento e a execução financeira:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• entrada e saída de caixa, contas a pagar e a receber;</li> <li>• saldos bancários, dívidas bancárias;</li> <li>• vendas a prazo e a vista;</li> <li>• descontos concedidos e obtidos;</li> <li>• transferências financeiras;</li> <li>• impostos a pagar e a compensar;</li> <li>• remuneração e encargos;</li> <li>• receitas e despesas</li> </ul> <p>8. Sistemas de análise financeira</p> <p>9. Conceitos de custos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• princípios;</li> <li>• classificação;</li> <li>• custos diretos, indireto, integral;</li> <li>• custos fixos, variáveis e mistos;</li> <li>• distinção entre custos e despesas</li> </ul> <p>10. Formação e políticas de preço:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• valor total para o consumidor;</li> <li>• valor do produto;</li> <li>• valor dos serviços;</li> <li>• valor recursos humanos;</li> <li>• valor da imagem;</li> </ul>

				• custo total do consumidor		
<b>Carga Horária (Horas-aula)</b>						
<b>Teórica</b>	00	<b>Prática em Laboratório*</b>	80	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>	<b>Prática em Laboratório</b>
<p>* Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.</p> <p>** Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades, relacionadas às competências. Para este componente curricular está prevista divisão de classes em turmas.</p>						

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

## II.4 – PESQUISA DE MERCADO

### Função: Execução

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Identificar situação problema a ser trabalhada na pesquisa de mercado.</p> <p>2. Diferenciar os tipos e técnicas de pesquisa pertinentes ao estudo proposto.</p> <p>3. Analisar o mercado de forma quantitativa e qualitativa através de informações coletadas para planejamentos.</p> <p>4. Interpretar os dados de pesquisa de mercado.</p>	<p>1.1 Utilizar diferentes métodos qualitativos e quantitativos para análise de mercado.</p> <p>2.1 Selecionar os tipos e técnicas de pesquisa ideais para a coleta e análise de informações.</p> <p>3.1. Selecionar fontes para realizar pesquisas de mercado e pesquisas de campo.</p> <p>3.2. Executar coleta de dados através de métodos e técnicas de pesquisa.</p> <p>4.1. Organizar as informações coletadas para o estudo situacional.</p> <p>4.2. Aplicar as informações coletadas nas decisões de <i>marketing</i>.</p>	<p>1. O processo de pesquisa de <i>marketing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• definição do problema e objetivos da pesquisa;</li> <li>• desenvolvimento da pesquisa;</li> <li>• coleta de dados/informações;</li> <li>• análise das informações;</li> <li>• apresentação dos resultados</li> </ul> <p>2. Tipos e técnicas de pesquisa de mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• quantitativa;</li> <li>• qualitativa</li> </ul> <p>3. Análise quantitativa do mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a dimensão do mercado;</li> <li>• estudos de mercado</li> </ul> <p>4.1. Análise qualitativa do mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comportamento do consumidor;</li> <li>• tendências atuais do consumo;</li> <li>• necessidades e motivação;</li> <li>• processo de decisão de compra</li> </ul> <p>4.2. Análise e seleção da amostragem</p> <p>4.3. Gerenciamento das informações para decisões de <i>marketing</i></p>

### Carga Horária (Horas-aula)

Teórica	00	Prática em Laboratório*	80	Total	80 Horas-aula	Prática em Laboratório
---------	----	-------------------------	----	-------	---------------	------------------------

\* 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.

## II.5 – ESTRATÉGIAS DE *MARKETING*

### Função: Execução

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Coletar informações para o desenvolvimento de <i>briefing</i>.</p> <p>2. Identificar as características de cada etapa do ciclo de vida do produto e/ ou serviço.</p> <p>3. Planejar a análise de SWOT.</p> <p>4. Identificar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisão e segmentação de mercado.</p>	<p>1.1. Elaborar um diagnóstico da empresa.</p> <p>1.2. Identificar a missão da empresa.</p> <p>1.3. Identificar a visão da empresa.</p> <p>1.4. Identificar o mercado concorrente.</p> <p>1.5. Desenvolver <i>briefing</i>.</p> <p>2.1 Identificar os estágios do ciclo de vida do produto.</p> <p>2.2. Pesquisar as respostas do ciclo de vida.</p> <p>3.1. Identificar oportunidade nos ambientes estratégicos.</p> <p>3.2. Solucionar pontos fracos e minimizar ameaças do mercado.</p> <p>4.1. Executar o plano de <i>marketing</i>.</p> <p>4.2. Aplicar as estratégias de segmentação de mercado.</p> <p>4.3. Entender na estratégia a utilização das mídias mais tradicionais e das mais modernas.</p>	<p>1. <i>Briefing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• interpretação de dados;</li> <li>• <i>target</i>;</li> <li>• posicionamento atual;</li> <li>• concorrência;</li> <li>• posicionamento de mercado</li> </ul> <p>2. Estágios do ciclo de vida do produto/ serviço:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planejamento;</li> <li>• lançamento;</li> <li>• maturidade;</li> <li>• declínio</li> </ul> <p>3. Análise SWOT:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• forças;</li> <li>• fraquezas;</li> <li>• ameaças;</li> <li>• oportunidades</li> </ul> <p>4.1. Principais atividades e decisões de <i>marketing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• planejamento estratégico – plano de <i>marketing</i>;</li> <li>• desenvolvimento;</li> <li>• implementação;</li> <li>• controle</li> </ul> <p>4.2. Segmentação de mercados e mercado-alvo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• estratégias de seleção de segmentação de mercados;</li> <li>• benefícios da segmentação de mercado;</li> <li>• como selecionar seu segmento-alvo;</li> <li>• processo de segmentação de mercado;</li> <li>• estrutura da segmentação de mercado</li> </ul>

### Carga Horária (Horas-aula)

<b>Teórica</b>	120	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>120 Horas-aula</b>
----------------	-----	--------------------------------	----	--------------	-----------------------

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

## II.6 – TÉCNICAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

### Função: Execução

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Identificar ferramentas de tecnologia de informação e comunicação.</p> <p>2. Mobilizar o uso de estratégias de <i>marketing</i> com o uso das novas tecnologias.</p> <p>3. Correlacionar a comunicação mercadológica como estratégia de <i>marketing</i>.</p> <p>4. Analisar as necessidades de reposicionamento de produto e serviço.</p> <p>5. Analisar as diferenças dos consumidores empresariais.</p> <p>6. Interpretar a abordagem para a comunicação mercadológica.</p> <p>7. Gerenciar verba disponível para uma determinada campanha ou período.</p>	<p>1.1. Identificar os diferentes tipos de sistema de informação.</p> <p>1.2. Diferenciar informação de comunicação.</p> <p>1.3. Organizar dados e informações para definir tipos de informação.</p> <p>1.4. Identificar o impacto da Internet na sociedade.</p> <p>1.5. Distinguir tecnologias de informação.</p> <p>2.1. Pesquisar segmentos de mercado virtuais.</p> <p>2.2. Identificar a era do compartilhamento.</p> <p>2.3. Identificar a comunicação através de <i>marketing</i> digital.</p> <p>3.1. Utilizar a comunicação mercadológica como ferramenta de <i>marketing</i>.</p> <p>3.2. Elaborar estratégias embasadas na comunicação mercadológica.</p> <p>4.1. Definir o posicionamento da comunicação mercadológica.</p> <p>4.2. Aplicar estratégias para o posicionamento ou reposicionamento do produto.</p> <p>5.1. Selecionar ações de comunicação mercadológica empresarial.</p> <p>5.2. Identificar as necessidades de programas de motivação.</p> <p>6.1. Definir o <i>Approach</i> adequado à campanha.</p> <p>6.2. Avaliar se a campanha está compatível com o produto/público.</p> <p>7.1. Identificar fatores econômicos, mercado, capacidade de produção etc., para definir o volume de vendas de um período.</p> <p>7.2. Identificar os custos de uma determinada campanha ou período com base no volume de vendas.</p>	<p>1.1. O impacto das novas tecnologias na sociedade moderna</p> <p>1.2. Comunicação, a informação, o ser humano e o computador</p> <p>1.3. Impacto da Internet e sociedade da informação e do conhecimento</p> <p>2.1. Tecnologias passam a ser vistas como linguagem</p> <p>2.2. Mediação e a interação do sujeito com o outro social</p> <p>3. Objetivos da comunicação mercadológica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a comunicação mercadológica usada como ferramenta de <i>marketing</i>;</li> <li>• formulação de estratégias</li> </ul> <p>4. Posicionamento e reposicionamento do produto e/ou serviço:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• por atributos;</li> <li>• por benefícios;</li> <li>• pela mente ou lembrança;</li> <li>• por categoria;</li> <li>• por aplicação ou uso por usuário;</li> <li>• por concorrente;</li> <li>• por valor (qualidade e preço);</li> <li>• por foco;</li> <li>• por escada;</li> <li>• posicionamento e associações</li> </ul> <p>5. Formas de comunicação:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• campanhas de incentivo propaganda cooperada <i>merchandising</i>;</li> <li>• eventos;</li> <li>• feiras e exposições;</li> <li>• congressos;</li> <li>• convenções</li> </ul> <p>6. Definição de campanha:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• estratégia de informação;</li> <li>• estratégia de testemunho ou testemunhal;</li> <li>• estratégia de comparação;</li> </ul>

<p>8. Identificar recursos de informática aplicáveis à criação de peças publicitárias e fechamento de arte final.</p> <p>9. Conceber elementos ou conjuntos de identidades visuais gráficas, eletrônicas e audiovisuais em diferentes formatos.</p> <p>10. Identificar <i>software</i> comercial aplicado nas funções comerciais e setoriais da empresa.</p>	<p>7.3. Executar o orçamento de <i>marketing</i>.</p> <p>8. Utilizar diferentes recursos de editoração e arte final para peças:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• impressas;</li> <li>• em áudio e vídeo;</li> <li>• para <i>web</i>.</li> </ul> <p>9.1. Utilizar <i>software</i> para criar peças que acompanham a identidade visual da empresa/ produto como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• desenhos vetorizados, mascotes, logotipos, logomarcas, etc.;</li> <li>• campanhas publicitárias, propagandas, publicidades, páginas impressas, pôsteres, capas, painéis, catálogos, anúncios, etc.;</li> <li>• <i>home pages</i>, capa de livros, <i>house organs</i>, cadernos de jornais, miolos, livros, revistas, jornais, documentos e peças de documentação empresarial.</li> </ul> <p>9.2. Utilizar <i>software</i> para a criação e edição de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• imagens em vídeo, sons, <i>backgrounds</i>, gravações, locuções;</li> <li>• comerciais em vídeo, vinhetas, chamadas, <i>spots</i>, <i>jingles</i>, etc.</li> </ul> <p>9.3. Utilizar <i>software</i> para criação de <i>leiaute</i> para <i>sites</i> e/ ou anúncios <i>web</i> em diferentes formatos.</p> <p>10.1 Utilizar <i>software</i> aplicado na empresa para funções e subfunções comerciais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• estratégia de humor;</li> <li>• estratégia ofensiva;</li> <li>• estratégia de defesa;</li> <li>• estratégia indiferenciada</li> </ul> <p>7. <i>Budget</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• opções para definição da verba de comunicação;</li> <li>• itens para aprovação;</li> <li>• avaliação;</li> <li>• obrigatoriedades e limitações;</li> <li>• compromissos do cliente;</li> <li>• planilha final de verba</li> </ul> <p>8. Recursos de informática na preparação de cartazes, de mensagens ao cliente e de <i>design</i></p> <p>9. <i>Softwares</i> específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>software</i> “Corel Draw” versão 11 ou superior, para a confecção de peças publicitárias:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ vetorização de desenhos e imagens;</li> <li>○ criação de papelaria;</li> <li>○ mala direta;</li> <li>○ pôsteres;</li> <li>○ cartazes;</li> <li>○ painéis;</li> <li>○ <i>web marketing</i>;</li> <li>○ <i>banners</i>;</li> <li>○ <i>outdoor</i>, etc</li> </ul> </li> <li>• <i>software</i> “Movie Maker” para produção de vídeos:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ institucionais;</li> <li>○ produtos;</li> <li>○ serviço;</li> <li>○ autopromoção;</li> <li>○ didáticos;</li> <li>○ religiosos;</li> <li>○ socioculturais, etc</li> </ul> </li> <li>• <i>software</i> “Dream Weaver MX” para confecção de: páginas para Internet, <i>banners</i>, portfólios, peças publicitárias para Internet</li> </ul> <p>10. Sistemas computadorizados e <i>softwares</i> dedicados às áreas e subfunções comerciais da empresa</p>				
Teórica	00	Prática em Laboratório*	120	Total	120 Horas-aula	Prática em Laboratório

\* 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.

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

### 3ª SÉRIE – Habilitação Profissional de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

#### FORMAÇÃO GERAL

#### FUNÇÃO 1: REPRESENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO

**1.1. Competência: Utilizar-se das linguagens como meio de expressão, informação e comunicação, em situações intersubjetivas, adequando-as aos contextos diferenciados dos interlocutores e das situações em que eles se encontram.**

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Perceber a pertinência da utilização de determinadas formas de linguagem de acordo com diferentes situações e objetivos.</p> <p>2. Colocar-se no lugar do interlocutor ou do público alvo e adequar as formas e meios de expressão às suas características específicas.</p> <p>3. Identificar quais são, selecionar e utilizar as formas mais adequadas para expressar concordância, oposição, indiferença, neutralidade, solidariedade em diferentes situações e contextos etc.</p> <p>4. Selecionar estilos e formas de comunicar-se ou expressar-se adequados aos discursos científico, artístico, literário ou outros.</p> <p>5. Utilizar textos e discursos que, na forma e no conteúdo, sejam mais adequados para contestar, esclarecer, fundamentar, justificar, ilustrar ou reforçar argumentos.</p>	<p>a) Valorização do diálogo.</p> <p>b) Respeito às diferenças pessoais.</p> <p>c) Preocupação em se comunicar de forma a entender o outro e ser por ele entendido.</p>

#### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

**A.** Propor situações em que o aluno deva expor ideias, narrar ou relatar fatos, emitir ou transmitir informações, argumentar etc. – tais como debates, seminários, júris simulados ou outras.

**B.** Propor a produção de cartas, ofícios, artigos para jornal, manuais, cartilhas, convites, poemas, quadrinhos, charges, instalações, desenhos, colagens, jogos ou outros, orientados para determinados interlocutores ou público alvo de acordo com algumas de suas características especificadas.

**C.** Análise do portfólio do aluno.



## 1.2. Competência: Expressar-se por escrito ou oralmente com clareza, usando a terminologia pertinente.

Habilidades	Valores e Atitudes
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Adequar o discurso ao vocabulário específico e características pessoais e sociais dos interlocutores ou do público alvo.</li><li>2. Reconhecer e utilizar terminologia e vocabulários específicos a cada situação.</li><li>3. Utilizar dicionários de línguas, especializados em áreas de conhecimento e/ ou profissionais.</li><li>4. Incorporar ao vocabulário termos específicos da área científica, artística, literária e tecnológica.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Valorização do diálogo.</li><li>b) Respeito às diferenças pessoais.</li><li>c) Preocupação em se comunicar de forma a entender o outro e ser por ele entendido.</li></ol>

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

A. Proposição de uma situação-problema e observação e análise do discurso oral ou escrito do aluno em relação:

- a) ao tipo de linguagem;
- b) ao vocabulário empregado;
- c) aos objetivos pretendidos;
- d) ao nível de complexidade e de aprofundamento requerido pela situação;
- e) aos interlocutores e/ ou plateia aos quais se dirige.

## 1.3. Competência: Colocar-se como sujeito no processo de produção/ recepção da comunicação e expressão.

Habilidades	Valores e Atitudes
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Interpretar textos e discursos reconhecendo, nas diferentes formas de expressão, os objetivos, as intenções, os valores implícitos, as mensagens subliminares, a filiação ideológica de seu autor.</li><li>2. Selecionar estilos e formas de comunicar-se ou expressar-se adequadas a cada situação.</li><li>3. Utilizar categorias e procedimentos próprios do discurso científico, artístico, literário ou outros.</li><li>4. Acionar, selecionar, organizar e articular conhecimentos para construir argumentos e propostas.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Iniciativa.</li><li>b) Criticidade.</li><li>c) Independência na emissão e recepção da informação.</li></ol>

### Instrumentos e Procedimentos de Avaliação

A. Propor situações-problema que demandem do aluno:

- a) análise e interpretação de textos;
- b) elaboração de discursos (orais e escritos) de forma pessoal, original e clara;

c) produção de jornais, artigos, quadrinhos, charges, murais, cartazes, dramatizações, *homepage* ou outros instrumentos de informação, representação e comunicação;

d) transmissão de ideias através de expressão corporal, jogos, músicas, paródias.

**B.** Análise do portfólio do aluno.

## **FUNÇÃO 2: INVESTIGAÇÃO E COMPREENSÃO**

**2.1. Competência: Entender as tecnologias de planejamento, execução, acompanhamento e avaliação de projetos.**

<b>Habilidades</b>	<b>Valores e Atitudes</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Organizar, registrar e arquivar informações.</li><li>2. Traduzir, interpretar ou reorganizar informações disponíveis em estatísticas.</li><li>3. Selecionar critérios para estabelecer classificações e construir generalizações.</li><li>4. Selecionar e utilizar metodologias científicas adequadas.</li><li>5. Elaborar, desenvolver, acompanhar e avaliar planos de trabalho.</li><li>6. Elaborar relatórios, informes, requerimentos, fichas, painéis, roteiros, manuais e outros.</li><li>7. Identificar resultados, repercussões ou desdobramentos do projeto.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>a) Valorização dos procedimentos de pesquisa, planejamento, organização e avaliação para qualidade do trabalho.</li><li>b) Responsabilidade em relação à validade e fidedignidade das informações utilizadas, produzidas e divulgadas.</li></ol>

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** Propor trabalhos em grupo e observar e avaliar o desempenho do aluno na:

a) organização de trabalho em equipe; em situações competitivas e naquelas que requerem cooperação; nos momentos em que é imprescindível a assertividade; na resolução de questões referentes à ética e à cidadania;

b) elaboração de planos (de trabalho, de atividades, de eventos, de projetos, de pesquisa);

c) elaboração de relatórios, avaliações, relatos, informes, requerimentos, cartas, fichas, transparências, painéis, roteiros, manuais;

d) organização de Diários de Campo;

e) consulta a Bancos de Dados e na utilização das informações coletadas;

f) montagem/ organização/ execução de peças dramáticas, exposições, campeonatos, campanhas, feiras, viagens etc.;

g) montagem do seu portfólio.

**2.2. Competência: Avaliar resultados (de experimentos, demonstrações, projetos etc.) e propor ações de intervenção, pesquisas ou projetos com base nas avaliações efetuadas.**

Habilidades	Valores e Atitudes
1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar. 2. Selecionar e utilizar indicadores. 3. Utilizar subsídios teóricos para interpretar e testar resultados. 4. Confrontar resultados com objetivos e metas propostas. 5. Confrontar resultados, de acordo com hipóteses levantadas. 6. Identificar os procedimentos que conduziram ao resultado obtido. 7. Identificar as possíveis implicações dos resultados apresentados. 8. Selecionar ações de intervenção ou novas pesquisas e projetos com base nos resultados obtidos.	a) Criticidade diante dos resultados obtidos. b) Interesse em propor e em participar de ações de intervenção solidária na realidade. c) Reconhecimento das suas responsabilidades sociais. d) Autonomia/ iniciativa para solucionar problemas. e) Compartilhamento de saberes e de responsabilidades.

### **Instrumentos e Procedimentos de Avaliação**

**A.** Desenvolvido determinado experimento, projeto etc., analisar os resultados apresentados confrontando as diferenças entre as situações ou objetos tratados antes e depois do tratamento desenvolvido e percebendo quais as consequências dos resultados obtidos.

**B.** Observar a postura do aluno para perceber quais os valores que o orientam quando propõe projetos, atividades e intervenções.

**C.** Analisar o portfólio do aluno.

### **FUNÇÃO 3: CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIOCULTURAL**

**3.1. Competência: Considerar a linguagem e suas manifestações como fonte de legitimação de acordos e condutas sociais que se realizam em contextos histórico-culturais específicos.**

Habilidades	Valores e Atitudes
1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.	a) Respeito pelas diferenças individuais. b) Valorização das contribuições de diferentes gerações, povos, etnias na construção do patrimônio

<p>2. Situar as diversas produções da cultura em seu contexto histórico-cultural.</p> <p>3. Construir categorias de diferenciação, avaliação e criação para apreciação do patrimônio cultural nacional e internacional, com as suas diferentes visões de mundo.</p> <p>4. Interpretar informações, códigos, ideias, palavras, diferentes linguagens, considerando as características físicas, étnicas, sociais e históricas de seus emissores/ produtores.</p> <p>5. Identificar características e elementos nacionais, regionais, locais, grupais, nas diferentes formas de expressão e comunicação e utilizá-las para a análise e interpretação das produções literárias, científicas e artísticas.</p> <p>6. Detectar, nos lugares, as relações de convivência ou de dominação entre culturas de diferentes origens.</p>	<p>cultural da humanidade.</p> <p>c) Preservação das manifestações da linguagem, utilizadas por diferentes grupos sociais, em suas esferas de socialização.</p> <p>d) Valorização da paz e da justiça.</p>
---	--

### Instrumentos, Metodologias e Projetos de Avaliação

**A.** Determinar um tema ou uma situação e propor ao aluno que faça uma coletânea de informações e expressões a seu respeito, nas mais diversas linguagens e em diferentes épocas e culturas, relacionando os elementos de aproximação, de afastamento, de interligação etc. que foram percebidos entre eles e que constituem ora características comuns a todos os humanos ora características específicas de determinadas comunidades.

**3.2. Competência: Compreender e avaliar a produção e o papel histórico das instituições sociais, políticas e econômicas na vida dos diferentes grupos e atores sociais e em suas relações de:** a) convivência; b) exercício de direitos e deveres de cidadania; c) administração da justiça; d) distribuição de renda; e) benefícios econômicos etc.

Habilidades	Valores e Atitudes
<p>1. Articular conhecimentos de diferentes naturezas e áreas numa perspectiva interdisciplinar.</p> <p>2. Traduzir os conhecimentos sobre a pessoa, a sociedade, a economia, as práticas sociais e culturais em condutas de indagação, análise, problematização e protagonismo diante de situações novas, problemas ou questões de diferentes tipos.</p> <p>3. Identificar a presença ou ausência do poder econômico e político na formação e transformação dos espaços.</p>	<p>a) Valorizar as contribuições do conhecimento científico na construção das identidades pessoais e sociais, na construção de propostas de vida e nas escolhas de forma de intervir na realidade social.</p>

4. Identificar, nos processos históricos, quando os indivíduos estão atuando mais significativamente como sujeitos ou mais significativamente como produtos dos processos históricos.
5. Situar as diversas instituições e produções da cultura em seus contextos históricos.
6. Comparar as instituições atuais com as similares em outros momentos históricos.
7. Relacionar o surgimento, a evolução e a ação das instituições sociais aos sistemas econômicos e organizações políticas e sociais que lhes deram origem.
8. Comparar as organizações governamentais e não governamentais e identificar a que interesses servem, de que necessidades surgiram, a quem têm beneficiado e que interferências têm provocado no meio social.
9. Relacionar as mudanças ocorridas no espaço com as novas tecnologias, organizações da produção, interferências no ecossistema etc. e com o impacto das transformações naturais, sociais, econômicas, políticas e culturais.

### **Instrumentos, Metodologias e Projetos de Avaliação**

#### **A. Propor ao aluno que:**

- a) analise alguns elementos que, em sua identidade pessoal e coletiva, deveram-se à influência de diferentes instituições: família, escola, religião, Estado etc.;
- b) faça o mesmo levantamento e análise por meio de entrevistas com pessoas idosas ou de outras nacionalidades;
- c) compare os resultados, percebendo semelhanças ou diferenças nas influências exercidas pelas mesmas instituições em sujeitos com histórias de vida diversas e em épocas diversas;
- d) perceba, nessas semelhanças e diferenças, indicadores que possibilitem pesquisas para a reconstituição de suas trajetórias históricas e compreensão de suas funções sociais;
- e) levante hipóteses a esse respeito.

### **3.3. Competência/ Habilidade: Propor ações de intervenção solidária na realidade.**

<b>Habilidades</b>	<b>Valores e Atitudes</b>
1. Identificar, na observação da sociedade, movimentos de ruptura de paradigmas e relacioná-los com a estrutura social e o momento histórico.	a) Respeito à coletividade. b) Solidariedade e cooperação no trato com os outros.
2. Distinguir e classificar, nos processos históricos, quais os segmentos ou grupos sociais	c) Sentido de pertencimento e de responsabilidade

que têm interesse na continuidade/ permanência e os que tem interesse na ruptura/ transformação das estruturas sociais.

3. Reconhecer as relações entre o desenvolvimento científico e tecnológico e as transformações e aspectos socioculturais.

4. Identificar as diferentes tecnologias que poderão ser aplicadas na resolução dos problemas.

5. Reconhecer a influência das tecnologias na sua vida e no cotidiano de outras pessoas; nas maneiras de viver, sentir, pensar e se comportar; nos processos de produção; no desenvolvimento do conhecimento e nos processos sociais.

6. Identificar padrões comuns nas estruturas e nos processos que garantem a continuidade e a evolução dos seres vivos.

7. Reconhecer o caráter sistêmico do planeta e a importância da biodiversidade para a preservação da vida.

8. Relacionar condições do meio e intervenção humana.

9. Posicionar-se criticamente diante dos processos de utilização de recursos naturais e materiais.

10. Apontar as implicações ambientais, sociais e econômicas e propondo formas de intervenção para reduzir e controlar os efeitos de sua má utilização.

11. Propor formas de intervenção para reduzir e controlar os efeitos da poluição ambiental.

12. Perceber-se a si mesmo como agente social, como sujeito ativo ou passivo em relação a certos processos e movimentos socioculturais.

13. Posicionar-se diante de fatos presentes a partir da interpretação de suas relações com o passado.

em relação a diferentes comunidades.

d) Reconhecimento de sua parcela de responsabilidade na construção de sociedades justas e equilibradas.

e) Disposição a colaborar na resolução de problemas sociais.

### **Instrumentos, Metodologias e Projetos de Avaliação**

**A.** Estimular o aluno a propor campanhas, manifestações, representações, produções escritas, abaixo-assinados, projetos que possam minimizar ou solucionar problemas e/ ou atender a demandas de uma determinada comunidade ou de um grupo social.

## FORMAÇÃO PROFISSIONAL

### III.1 – CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

#### Função: Avaliação

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar os tipos, características e funções dos canais de distribuição no <i>marketing</i>.</p> <p>2. Selecionar oportunidades de mercado para canais de distribuição.</p> <p>3. Implementar as práticas dos canais de distribuição e da logística da empresa.</p>	<p>1.1. Diferenciar os tipos, características e funções dos canais de distribuição.</p> <p>1.2. Aplicar as políticas, ética e práticas legais nos canais de distribuição.</p> <p>1.3. Identificar a importância dos canais de distribuição para o <i>marketing</i>.</p> <p>2.1 Participar das decisões no gerenciamento dos canais de distribuição.</p> <p>3.1. Diferenciar canais de distribuição e logística.</p> <p>3.2. Discernir os canais de distribuição dentro da logística praticada pela empresa.</p> <p>3.3. Gerenciar a cadeia de suprimentos.</p>	<p>1.1. Tipos de canais de distribuição:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• diretos;</li> <li>• indiretos;</li> <li>• reverso:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ logística reversa</li> </ul> </li> </ul> <p>1.2. Intermediários de canais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• transacionais;</li> <li>• logística;</li> <li>• facilitação</li> </ul> <p>1.3. Nível de cobertura dos canais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• intensiva;</li> <li>• seletiva;</li> <li>• exclusiva</li> </ul> <p>1.4. <i>Franchising</i> (franquias)</p> <p>1.5. Regulamentação dos canais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• questões legais;</li> <li>• políticas;</li> <li>• éticas</li> </ul> <p>1.6. Canal do setor de serviços</p> <p>2.1. Planejamento e desenvolvimento de canal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• análise, limitações, objetivos, opções de canal, avaliação e controle</li> </ul> <p>2.2. Estratégias de canais de distribuição</p> <p>2.3. Seleção dos canais de distribuição</p> <p>3.1. Os canais de distribuição e a logística</p> <p>3.2. Gerenciamento do canal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gestão da cadeia de suprimentos (<i>supply chain management</i>)</li> <li>• logística integrada</li> </ul>

#### Carga Horária (Horas-aula)

Teórica	80	Prática em Laboratório*	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.

### III.2 – MARKETING INSTITUCIONAL

#### Função: Avaliação

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar os planejamentos e os componentes mercadológicos.</p> <p>2. Analisar o posicionamento da imagem da marca no mercado.</p> <p>3. Diagnosticar as ações e estratégias de gestão da imagem corporativa.</p> <p>4. Avaliar, do ponto de vista ambiental, áreas fronteiras de desenvolvimento sustentável.</p> <p>5. Avaliar a prática do <i>marketing</i> verde no crescimento e desenvolvimento da empresa.</p>	<p>1.1. Colaborar na criação e desenvolvimento das declarações institucionais visão, missão, valores de uma empresa.</p> <p>1.2. Assessorar as decisões de planejamento.</p> <p>2.1. Definir posicionamento da imagem da marca ou empresa.</p> <p>2.2. Avaliar a percepção do posicionamento da marca no mercado.</p> <p>3.1. Definir estratégias de comunicação mercadológica para a imagem da marca ou empresa.</p> <p>3.2. Definir ações de gestão da imagem corporativa.</p> <p>4.1 Distinguir áreas fronteiras de desenvolvimento sustentável.</p> <p>5.1 Planejar o <i>marketing</i> das empresas preservando e respeitando as leis ambientais.</p>	<p>1.1. Conceito de planejamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• estratégico;</li> <li>• tático;</li> <li>• operacional</li> </ul> <p>1.2. Declarações institucionais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• missão;</li> <li>• visão;</li> <li>• valores e princípios</li> </ul> <p>1.3. Análise de ambientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• internos e externos (SWOT);</li> <li>• <i>stakeholders</i>:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ grupos de influência e interesse</li> </ul> </li> </ul> <p>1.4. Diagnóstico de comunicação institucional</p> <p>2.1. Posicionamento de imagem institucional no mercado</p> <p>2.2. Gerenciamento da imagem da marca:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• estratégias de escolha da adoção de ações para a comunicação mercadológica;</li> <li>• planejamento da comunicação mercadológica da imagem da marca</li> </ul> <p>3.1. Estratégias de comunicação:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• institucional;</li> <li>• identidade corporativa;</li> <li>• imagem corporativa;</li> <li>• imagem da marca;</li> <li>• imagem do produto;</li> <li>• comunicação interna (<i>endomarketing</i>)</li> </ul> <p>3.2. Propaganda institucional</p> <p>3.3. Gestão de imagem corporativa</p> <p>4. As possibilidades e fronteiras do desenvolvimento sustentável</p> <p>5. O <i>marketing</i> verde</p>

#### Carga Horária (Horas-aula)

Teórica	80	Prática em Laboratório*	00	Total	80 Horas-aula	Prática em Laboratório
---------	----	-------------------------	----	-------	---------------	------------------------

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



### III.3 – EMPREENDEDORISMO

#### Função: Concepção, Viabilização e Organização

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar o contexto socioeconômico e político tendo em vista a prática empreendedora.</p> <p>2. Avaliar pesquisas de mercado de trabalho para detectar demandas.</p> <p>3. Detectar e avaliar oportunidades de mercado, avaliando os potenciais concorrentes, consumidores e fornecedores.</p> <p>4. Planejar, monitorar e avaliar projetos no âmbito dos negócios da empresa.</p>	<p>1.1. Identificar as variáveis socioeconômicas e políticas do mercado.</p> <p>1.2. Desenvolver a empregabilidade de acordo com o mercado globalizado.</p> <p>1.3. Desenvolver comportamentos empreendedores.</p> <p>1.4. Identificar oportunidades de negócios.</p> <p>1.5. Aplicar os princípios de empreendedorismo e intraempreendedorismo.</p> <p>2.1. Realizar pesquisa de mercado de trabalho.</p> <p>2.2. Avaliar as demandas do mercado de trabalho.</p> <p>2.3. Interpretar dados estatísticos e mercado de trabalho.</p> <p>3.1. Acompanhar as tendências de mercado identificando oportunidades para novos projetos.</p> <p>3.2. Determinar os potenciais concorrentes, consumidores e fornecedores.</p> <p>3.3. Articular e executar o plano de negócio no âmbito legal e operacional.</p> <p>3.4. Estabelecer objetivos e ações para serem implantados a longo, médio e curto prazo.</p> <p>4.1. Aplicar ações adequadas às características da organização.</p> <p>4.2. Estimar estratégias dos negócios, buscando manter-se alinhado aos desejos dos clientes.</p> <p>4.3. Colaborar na concepção de instituições de apoio às empresas de pequeno, médio e grande porte.</p> <p>4.4. Selecionar as práticas administrativas nas empresas de micro, pequeno, médio e grande porte.</p>	<p>1. Contexto socioeconômico e político:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• empregabilidade, o desenvolvimento da vantagem competitiva no mercado;</li> <li>• características e habilidades do empreendedor;</li> <li>• importância da ética no comportamento empreendedor;</li> <li>• empreendedorismo no <i>marketing</i>;</li> <li>• intraempreendedorismo;</li> <li>• <i>networking</i></li> </ul> <p>2. Empresa e sociedade:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a empresa e o atendimento às demandas do mercado;</li> <li>• visão dos empresários e o processo evolutivo das empresas;</li> <li>• evolução do mercado x empreendedorismo;</li> <li>• modelo funcional de empresas;</li> <li>• ciclo de vida das empresas;</li> <li>• inter-relações dos fatores de sucesso</li> </ul> <p>3. Planejamento do negócio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• negócio;</li> <li>• metodologia de projeto de produto e serviço;</li> <li>• valor agregado;</li> <li>• plano de negócios:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ estabelecimento de objetivos e metas;</li> <li>○ clientes – busca de oportunidades e demanda no mercado;</li> <li>○ descrição dos produtos ou serviços;</li> <li>○ análise dos concorrentes;</li> <li>○ localização;</li> <li>○ métodos de <i>marketing</i>;</li> <li>○ fornecedores;</li> <li>○ viabilidade econômica/financeira;</li> <li>○ determinação de preços;</li> <li>○ orçamentação;</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>benchmarking</i></li> </ul> <p>4. Constituição de empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• introdução e conceitos preliminares e passos para registrar uma empresa;</li> <li>• forma jurídica das empresas;</li> <li>• contrato social;</li> <li>• microempresa, empresa de pequeno, médio e grande porte:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ conceito;</li> <li>○ enquadramento;</li> <li>○ legislação e declaração;</li> <li>○ nome comercial e a marca (razão social e fantasia);</li> <li>○ inscrições, registros e autorizações diversas;</li> <li>○ aspectos tributários</li> </ul> </li> </ul>
--	--	---

Carga Horária (Horas-aula)						
<b>Teórica</b>	80	<b>Prática em Laboratório*</b>	00	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>	

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

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

### III.4 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

#### Função: Avaliação

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
1. Distinguir informações dos diferentes gêneros de captação de dados.	1.1. Filtrar as informações e elaborar relatórios dos dados coletados nas pesquisas. 1.2. Utilizar nas pesquisas ferramentas eletrônicas ou <i>software</i> profissional de tabulação de dados e formatação de pesquisa. 1.3. Desenvolver banco de dados das informações recolhidas.	1.1. Levantamento de informações 1.2. Pesquisas de mercado 1.3. <i>Briefing</i>
2. Analisar as possibilidades de ganhos de mercado.	2.1. Identificar variáveis de mercado. 2.2. Utilizar da <i>stakeholders</i> , para análise de situação.	2. Análise situacional: <ul style="list-style-type: none"> <li>• análise dos ambientes (macro e microambiente, SWOT);</li> <li>• <i>clippings</i>;</li> <li>• análise do mercado;</li> <li>• tamanho do mercado;</li> <li>• evolução do produto</li> </ul>
3. Analisar os tipos consumidores e os processos que levam às decisões de compra.	3.1. Correlacionar dados selecionados e montar perfil psicográfico de consumidores. 3.2. Escolher potencial <i>target</i> . 3.3. Fomentar potenciais <i>targets</i> em consumidores. 3.4. Diferenciar benefícios na concorrência.	3. Análise da demanda: <ul style="list-style-type: none"> <li>• estudo das características dos consumidores;</li> <li>• comportamento geral do consumidor;</li> <li>• público-alvo;</li> <li>• análise dos concorrentes</li> </ul>
4. Selecionar fatias do mercado consumidor.	4.1 Segmentar mercado em diferentes públicos consumidores.	4. Posicionamento de mercado: <ul style="list-style-type: none"> <li>• análise dos clientes;</li> <li>• delimitação da área de atuação;</li> <li>• tendências de mercado;</li> <li>• análise da concorrência</li> </ul>
5. Diferenciar e acompanhar os diferentes meios e veículos de comunicação para o planejamento de mídia.	5.1. Apreciar as características das mídias internas e externas. 5.2. Criar estratégias de mídias.	5.1. Seleção e planejamento de mídia: <ul style="list-style-type: none"> <li>• características dos veículos de comunicação externos e internos;</li> <li>• planejamento de mídia</li> </ul>

#### Carga Horária (Horas-aula)

Teórica	80	Prática em Laboratório*	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.

### III.5 – PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING

#### 1º SEMESTRE

#### Função: Estudo e Planejamento

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
<p>1. Analisar dados e informações obtidas de pesquisas empíricas e bibliográficas.</p> <p>2. Propor soluções parametrizadas por viabilidade técnica e econômica aos problemas identificados no âmbito da área profissional.</p>	<p>1.1 Identificar demandas e situações-problema no âmbito da área profissional.</p> <p>1.2 Identificar fontes de pesquisa sobre o objeto em estudo.</p> <p>1.3 Elaborar instrumentos de pesquisa para desenvolvimento de projetos.</p> <p>1.4 Constituir amostras para pesquisas técnicas e científicas, de forma criteriosa e explicitada.</p> <p>1.5 Aplicar instrumentos de pesquisa de campo.</p> <p>2.1 Consultar Legislação, Normas e Regulamentos relativos ao projeto.</p> <p>2.2 Registrar as etapas do trabalho.</p> <p>2.3 Organizar os dados obtidos na forma de textos, planilhas, gráficos e esquemas.</p>	<p>1. Estudo do cenário da área profissional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características do setor:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ macro e microrregiões.</li> </ul> </li> <li>• Avanços tecnológicos;</li> <li>• Ciclo de vida do setor;</li> <li>• Demandas e tendências futuras da área profissional;</li> <li>• Identificação de lacunas (demandas não atendidas plenamente) e de situações-problema do setor.</li> </ul> <p>2. Identificação e definição de temas para o TCC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise das propostas de temas segundo os critérios:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ pertinência;</li> <li>✓ relevância;</li> <li>✓ viabilidade.</li> </ul> </li> </ul> <p>3. Definição do cronograma de trabalho</p> <p>4. Técnicas de pesquisa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentação indireta:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ pesquisa documental;</li> <li>✓ pesquisa bibliográfica.</li> </ul> </li> <li>• Técnicas de fichamento de obras técnicas e científicas;</li> <li>• Documentação direta:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ pesquisa de campo;</li> <li>✓ pesquisa de laboratório;</li> <li>✓ observação;</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ entrevista;</li> <li>✓ questionário.</li> <li>• Técnicas de estruturação de instrumentos de pesquisa de campo:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ questionários;</li> <li>✓ entrevistas;</li> <li>✓ formulários, entre outros.</li> </ul> </li> </ul> <p>5. Problematização</p> <p>6. Construção de hipóteses</p> <p>7. Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geral e específicos (para quê? para quem?).</li> </ul> <p>8. Justificativa (por quê?)</p>
--	--	---

#### Observações

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.

### 2º SEMESTRE

#### Função: Desenvolvimento e Gerenciamento de Projetos

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS
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 explanações orais.	1. Referencial teórico da pesquisa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa e compilação de dados;</li> <li>• Produções científicas, entre outros.</li> </ul>
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.	2. Construção de conceitos relativos ao tema do trabalho e definições técnicas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definições dos termos técnicos e científicos (enunciados explicativos dos conceitos);</li> <li>• Terminologia (conjuntos de termos técnicos e científicos próprios da</li> </ul>
3. Avaliar a execução e os	3.1 Verificar e acompanhar o	

resultados obtidos de forma quantitativa e qualitativa.	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.	área técnica); <ul style="list-style-type: none"> <li>• Simbologia, entre outros.</li> </ul> 3. Escolha dos procedimentos metodológicos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma de atividades;</li> <li>• Fluxograma do processo.</li> </ul> 5. Dimensionamento dos recursos necessários para execução do trabalho 6. Identificação das fontes de recursos 7. Organização dos dados de pesquisa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleção;</li> <li>• Codificação;</li> <li>• Tabulação.</li> </ul> 8. Análise dos dados <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretação;</li> <li>• Explicação;</li> <li>• Especificação.</li> </ul> 9. Técnicas para elaboração de relatórios, gráficos, histogramas 10. Sistemas de gerenciamento de projeto 11. Formatação de trabalhos acadêmicos
---	---	--

**Observações**

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.

**Carga Horária (Horas-aula)**

<b>Teórica</b>	00	<b>Prática em Laboratório*</b>	80	<b>Total</b>	<b>80 Horas-aula</b>	<b>Divisão de Turmas</b>
----------------	----	--------------------------------	----	--------------	----------------------	--------------------------

\* 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.

## Proposta do Conhecimento da Formação Geral – Base Nacional Comum – 1ª, 2ª e 3ª SÉRIES

### LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – ESPANHOL

**Objetivos:** Identificar estruturas básicas da língua espanhola. Ler e interpretar textos de diferentes tipos. Identificar a língua espanhola como instrumento de acesso à informação, a outras culturas e grupos sociais.

#### Proposta de conhecimento

- **Alfabeto – nome das letras, pronúncia e soletração.**
- **Comunicação:**
  - saudações, apresentações pessoais e de terceiros, com informações como: idade, nacionalidade, origem, ocupação, endereço, despedidas;
  - atendimento telefônico com termos relacionados à venda (*telemarketing*);
  - leitura de números e horas;
  - descrever e contar a rotina.
- **Gramática:**
  - formação do plural de adjetivos e substantivos;
  - possessivos (adjetivos e pronomes);
  - expressões adverbiais (lugar);
  - preposições;
  - verbos (regulares e irregulares), presente do indicativo e noções dos pretéritos e do futuro;
  - pronomes: interrogativos, pessoais, demonstrativos;
  - artigos, preposições e contrações.
- **Técnica de leitura instrumental, identificando a estrutura da língua e suas pronúncias.**
- **Técnicas de elaboração de texto simples.**
- **Vocabulário:**
  - dias da semana, meses, estações do ano;
  - específico do *Marketing*, como produtos e suas características.

#### 3ª Série – 2 aulas

**Objetivos:** Escolher o registro adequado à situação na qual se processa a comunicação e o vocábulo que melhor reflita a ideia pretendida. Distinguir as variantes linguísticas da língua espanhola. Analisar e interpretar textos técnicos em espanhol.

#### Proposta de conhecimento

- **Comunicação:**
  - desenvolvimento de textos para o plano de comunicação em *marketing*;
  - caracterização do público a partir da cultura e do comportamento de diferentes povos/ consumidor;
  - caracterização de pessoas;
  - pedindo informações na cidade e caracterização da cidade.
- **Gramática:**
  - classes de palavras (advérbios, conjunções, pronomes);
  - verbos e pronomes reflexivos, verbos no pretérito simples (“indefinido”) e no composto, noções do presente do subjuntivo e uso do imperativo na linguagem do *marketing*, e o futuro;
  - expressões adverbiais de tempo e uso das conjunções na persuasão, tempo condicional do verbo;
  - diferença de uso entre *Muy* e *Mucho*.
- **Técnicas de elaboração de diferentes gêneros textuais a partir de diferentes tipos de peças publicitárias.**
- **Estratégias de tradução textual.**
- **Vocabulário:**
  - falsos cognatos (*palabras heterosemánticas*);
  - *heterogênicos y heterotônicos*;
  - glossário mercadológico;
  - partes da cidade.

## LÍNGUA PORTUGUESA, LITERATURA E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL

### Tema 1 – Usos da língua

Língua e linguagens. Variação linguística. Elementos da comunicação. Relação entre a oralidade e a escrita. Conotação e denotação. Funções da linguagem. Figuras de linguagem. Tipologia Textual. Interlocução.

### Tema 2 – Diálogo entre textos: um exercício de leitura

Procedimentos de leitura; Leitura de imagens (linguagem não verbal). A arte de ler o que não foi dito. Ambiguidade. Intertextualidade. Narração/ Descrição. Exposição. Dissertação. Argumentação e persuasão. Interlocução. Articulação textual: coesão/ coerência. Texto persuasivo. Carta persuasiva.

### Tema 3 – Ensino de gramática: algumas reflexões

Fonética. Ortografia. Estrutura e formação de palavras. Classe de palavras. Sintaxe. Período simples e composto. Regência verbal. Regência nominal. Pontuação. Revisão gramatical.

### Tema 4 – Texto como representação do imaginário e a construção do patrimônio cultural

Literatura: texto e contexto. Estilo. Gêneros literários. Trovadorismo. Humanismo. Classicismo. Barroco. Arcadismo. Romantismo. Realismo/ naturalismo. Parnasianismo. Simbolismo. Pré-modernismo. Modernismo. Fase contemporânea.

## EDUCAÇÃO FÍSICA

### Tema 1 – Movimentos e qualidade de vida

Hábitos saudáveis. Impactos da hereditariedade. Trabalho, lazer, recreação, ócio.

### Tema 2 – Sistema esquelético e muscular

Articulações, tendões etc. As causas das principais doenças ligadas aos ossos e músculos. Prática de alongamento.

### Tema 3 – Sistema cardiorrespiratório

Saúde. Doenças. Tabagismo. Alcoolismo. Drogas. Respiração.

### Tema 4 – Mídia e cultura corporal

Ética, estética e saúde.

### Tema 5 – Desvios comportamentais

Anorexia. Esteroides Anabolizantes. Bulimia.

### Tema 6 – Repertório de comunicação não verbal

O corpo, a cultura, os signos e símbolos sociais.

### Tema 7 – Expressão corporal e comunicação interpessoal

Liderança. Trabalho em grupo. *Status* e papel social. Gestual.

### Tema 8 – Consumo, mercado e oportunidades de trabalho com as atividades corporais

Monitoria de eventos. Atividades recreacionistas. Academias. Perfis profissionais.

### Tema 9 – Projetos, execução e gerenciamento de torneios entre as turmas

Organizar gincanas esportivas, recreativas e culturais. Responsabilidade social com jogos cooperativos.

### Tema 10 – Parte prática

Exame ergométrico e avaliação de postura corporal. Jogos cooperativos e recreativos. Gincana interdisciplinar. Ginástica laboral. Campeonatos. Ginástica. Maratona.

## LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – INGLÊS E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL

### Tema 1 – Gramática

Artigos. Plural dos substantivos. Caso genitivo. Pronomes pessoais (sujeito/ objetivo). Possessivos. Substantivos – Adjetivos – Advérbios – Sufixos – Prefixos. Discurso direto – Discurso indireto. Falsos cognatos.



**Tema 2 – Tempos e regência verbal**

Verbos *to be* – *to have*. Verbos regulares e irregulares. Infinitivo – Gerúndio. Presente simples – Presente contínuo. Passado simples – Passado contínuo – Passado perfeito. Futuro – Futuro próximo. Verbos modais. Condicional – Condicional Perfeito. *If clauses*. Voz passiva.

**Tema 3 – Técnicas de leitura**

Leitura rápida (*skimming*), leitura com objetivo (*scanning*), leitura seletiva (*prediction*). Diferentes tipos de texto e sua compreensão. Gramática e vocabulário aplicados à compreensão de textos.

**SOCIOLOGIA**

**Tema 1 – As instituições sociais, a organização da sociedade e a formação da identidade individual**

Família. Religião. Estado. Meios de comunicação em massa.

**Tema 2 – Estratificação e mobilidade social**

Tipos de estratificação social. Divisão da sociedade. Mobilidade social.

**Tema 3 – O trabalho como fundamento da construção da sociedade**

O trabalho em diferentes tempos e sociedades. Repercussões das mudanças sociais no mundo do trabalho.

**Tema 4 – A identidade cultural: conceitos e elementos da cultura popular, erudita, de elite e de massa**

Aculturação. Contracultura. Formação da cultura brasileira em identidade nacional.

**Tema 5 – Ideologia e representações mentais: preconceito, segregação e movimentos por mudanças sociais**

Inclusão e exclusão.

**Tema 6 – As diferenças entre desenvolvimento nos países centrais e periféricos**

Origens do colonialismo. Neocolonialismo. Processo de globalização.

**FILOSOFIA**

**1ª SÉRIE**

**Competências**

Ler textos filosóficos de modo significativo. Ler de modo filosófico textos de diferentes estruturas e registros. Servir-se do legado das tradições filosóficas para dialogar com as ciências e as artes, e refletir sobre a realidade.

**2ª SÉRIE**

**Competências**

Articular conhecimentos filosóficos e diferentes conteúdos e modos discursivos nas ciências naturais e humanas, nas artes e em outras produções culturais. Contextualizar conhecimentos filosóficos, tanto no plano de sua origem específica quanto em outros planos: o pessoal-biográfico; o entorno sociopolítico, histórico e cultural; o horizonte da sociedade científico-tecnológica.

**3ª SÉRIE**

**Competências**

Exercer capacidade de análise, de reconstrução racional e de crítica, a partir da compreensão de que tomar posições diante de textos propostos de qualquer tipo (tanto textos filosóficos quanto textos não filosóficos e formações discursivas não explicitadas em textos) e emitir opiniões acerca deles.

**Conhecimentos**

**Tema 1 – Estética**

Conceito, arte como forma de pensamento, funções e significado da arte, concepções estéticas: materialismo grego, estética medieval (Santo Agostinho, São Tomás de Aquino), naturalismo renascentista, estética romântica, modernismo e pós-modernismo.

### **Tema 2 – Cultura**

Conceito, natureza e cultura, cultura e cotidiano, Walter Benjamin.

### **Tema 3 – Lógica**

Conceito, a lógica aristotélica, proposição e argumento, tipos de argumentação.

### **Tema 4 – Política**

Estado e poder, Platão, Aristóteles, Maquiavel, liberalismo, socialismo, totalitarismo.

### **Tema 5 – Democracia e cidadania**

Conceitos históricos: democracia grega, mudanças no conceito de cidadania.

### **Tema 6 – Ética**

Conceito, moral, desejo e vontade, liberdade, concepções éticas: Marx, Nietzsche, Freud, Sartre.

### **Tema 7 – Filosofia da ciência**

Ciência e valores, o método científico, a investigação científica.

## **ARTE**

### **Tema 1 – História da arte: movimentos e/ ou estilos artísticos da pré-história à contemporaneidade**

Estética e arte como elemento de representação, expressão e comunicação. Leitura e apreciação de produtos artísticos: leitura de imagens; características artísticas; produtores e produções artísticas: pintura, escultura, arquitetura, música, teatro, dança etc. A arte em diversos tempos: pré-história, antiguidade clássica, realismo, impressionismo, expressionismo, pós-modernismo e tendências artísticas do século 20 para o 21.

### **Tema 2 – Elementos expressivos**

Linha, forma, cor, textura, volume, perspectiva, equilíbrio, ritmo, simetria, proporção, plano, espaço, etc.

### **Tema 3 – Técnicas e materiais expressivos**

Pintura: lápis de cor, lápis 6B, guache, giz de cera etc. Colagem: materiais variados. Escultura: sucata, argila. Desenho: grafite, carvão, canetas etc.

### **Tema 4 – Produções artísticas**

Dança: exercícios corporais, exploração do espaço, jogos. Teatro: exercícios corporais, exploração de espaço, jogos. Música: sons, parâmetros, estilos, instrumentos musicais, composições, paródias etc. Artes visuais: releituras, criações, vídeo, fotografia, performances, instalações, exposições, apresentações.

### **Tema 5 – Cultura artística**

Tipos de cultura: erudita, popular, de massa e espontânea. Manifestações culturais brasileiras. Manifestações culturais de outros povos.

## **BIOLOGIA**

### **Tema 1 – Origem e evolução da vida**

O que é vida? Hipóteses sobre a origem da vida e a vida primitiva. Ideias evolucionistas e a evolução biológica. A origem do ser humano e a evolução cultural.

### **Tema 2 – Identidade dos seres vivos**

A organização celular da vida e as funções vitais básicas. DNA – a receita da vida e seu código. O avanço científico e tecnológico, consequências na sociedade contemporânea e tecnologia de manipulação do DNA.

### **Tema 3 – Diversidade da vida**

Diversidade: os reinos que regem as diferenças, genética e ambiente. A origem da diversidade, os processos vitais, a organização da diversidade, a diversidade brasileira. A perpetuação das espécies. A diversidade ameaçada: as ameaças; principais problemas ambientais brasileiros. Ética do cuidado com a natureza: prioridades e ações estratégicas.

#### **Tema 4 – A interação entre os seres vivos**

A interdependência da vida. Matéria e energia: os movimentos dos materiais e da energia na natureza. Verificação dos princípios que regem a vida: reações químicas e enzimas. Desorganização dos fluxos da matéria e da energia: a intervenção humana e outros desequilíbrios ambientais. Problemas ambientais brasileiros e desenvolvimento sustentável.

#### **Tema 5 – As teias da vida, seu desequilíbrio e seu difícil reequilíbrio**

Fotossíntese e respiração: processos que se intercomplementam. Taxas de fotossíntese e de respiração para diagnóstico ambiental. Micronutrientes: adequação da composição do solo para cada tipo de cultura. Técnicas utilizadas para determinar o pH e a composição do solo.

#### **Tema 6 – Qualidade de vida das populações humanas**

O que é saúde e distribuição desigual da saúde pelas populações. Agressões à saúde das populações e saúde ambiental.

#### **Tema 7 – Transmissão da vida, ética e manipulação genética**

Os fundamentos da hereditariedade. Genética humana e saúde. Aplicações da engenharia genética: um debate ético.

### **MATEMÁTICA**

#### **Tema 1 – Álgebra**

Conjuntos numéricos. Noções de função. Tipos de funções: 1º grau, quadrática, modular, exponencial. Logaritmo. Sequências: PA e PG.

#### **Tema 2 – Introdução à estatística**

Gráficos.

#### **Tema 3 – Trigonometria**

Trigonometria no triângulo retângulo e na circunferência. Funções trigonométricas: seno, cosseno e tangente. Matrizes e determinantes.

#### **Tema 4 – Geometria espacial**

Posição. Métrica: áreas e volumes.

#### **Tema 5 – Análise de dados**

Contagem. Análise combinatória.

#### **Tema 6 – Álgebra**

Noções de matemática financeira.

#### **Tema 7 – Geometria analítica**

Representação no plano cartesiano e equação. Intersecção e posições relativas de figuras e circunferências.

#### **Tema 8 – Análise combinatória**

Estatística: probabilidade.

### **QUÍMICA**

#### **Tema 1 – Litosfera**

Tipos de substâncias e propriedades gerais das substâncias. Materiais da natureza: extraindo sal do mar, combustíveis do petróleo, metais dos minerais, entre outros. Elementos químicos: descoberta dos elementos químicos.

#### **Tema 2 – Primeiros modelos de construção da matéria**

Átomo: linguagem química; símbolos, número atômico, massa atômica; modelos atômicos e estrutura atômica.

#### **Tema 3 – Propriedades das substâncias e ligações químicas: diferenças entre metais, água e**

**saís**

Teoria do Octeto e a combinação dos átomos. Tabela Periódica e as propriedades periódicas.

**Tema 4 – Reconhecimento e caracterização de transformações químicas**

Comportamento das substâncias e as funções inorgânicas. Reação química: transformações das substâncias e tipos de reações. Energia exotérmica e endotérmica; reação de combustão e termoquímica.

**Tema 5 – Reconhecimento e caracterização das transformações da matéria**

Mol: unidade de medida da grandeza quantidade de matéria. Cálculo estequiométrico: equações das reações químicas e a resolução de problemas envolvendo cálculos. Estudo dos gases. Reagentes e produtos: rendimento das reações.

**Tema 6 – Primeiros modelos de construção da matéria**

Representação: linguagem química. Relações quantitativas: índice, coeficiente, balanceamento das reações.

**Tema 7 – Energia e transformação química**

Combustíveis e ambiente e produção e consumo de energia. A natureza elétrica da matéria. Eletroquímica e eletrólise.

**Tema 8 – Aspectos dinâmicos das transformações**

Cinética: rapidez de reações químicas ou velocidade das reações químicas. Equilíbrio: reversibilidade de uma reação química.

**Tema 9 – Química da atmosfera**

Gases e propriedade do estado gasoso. Chuva ácida e as consequências na Natureza. Efeito estufa e o aquecimento global.

**Tema 10 – Química da hidrosfera**

Soluções: classificação, concentração e composição dos materiais. Meio ambiente: discutindo possíveis soluções para o lixo, sujeira no ar, “agrotóxico” (entre outros). Tratamento de água.

**Tema 11 – Química e litosfera**

Metalurgia e siderurgia: extração dos metais e a importância desses materiais no nosso dia-a-dia.

**Tema 12 – Química e biosfera**

Química e vida. Alimentos e funções orgânicas. Polímeros e propriedades das substâncias orgânicas. Indústria química e síntese orgânica. Petróleo: combustíveis e suas aplicações.

**Tema 13 – Modelos quânticos**

Radioatividade e energia nuclear. Bombas atômicas e suas consequências. Lixo nuclear e desastre da desinformação radioativa.

**FÍSICA**

**Tema 1 – Universo, terra e vida**

O Universo e sua origem. O Sistema Solar e a Terra. Compreensão Humana e do Universo.

**Tema 2 – Movimentos: variações e conservações de quantidade de movimento**

Fenomenologia cotidiana. Deslocamentos e Rotações. Modelo atômico. Equilíbrios e desequilíbrios. Leis de Newton. Energia.

**Tema 3 – Calor, ambiente e usos de energia**

Fontes e trocas de calor. Tecnologias que usam calor: motores e refrigerações. Calor na vida e no ambiente. Energia térmica, termodinâmica e produção para uso social.

**Tema 4 – Som, imagem, luz e informação**

Fontes sonoras. Formação, detecção e criação de imagem. Princípios da luz. Gravação, reprodução e transmissão de sons e imagens.

**Tema 5 – Equipamentos elétricos e telecomunicações**

Eletromagnetismo. Aparelhos e motores elétricos. Geradores, emissores e receptores. Evolução dos computadores.

**Tema 6 – Matéria e radiação**

Matéria e suas propriedades. Radiação e suas aplicações. Energia nuclear, radioatividade, suas aplicações e consequências. Eletrônica e informática.

**HISTÓRIA**

**Eixo Temático – Trabalho, Cultura e Cidadania**

**Tema 1 – Introdução ao estudo da história temática**

Tempo, memória, documento e monumento. Realidade, leituras da realidade e ideologia.

**Tema 2 – A importância do trabalho na construção da cultura e da história**

Os diversos significados do trabalho. O trabalho na sociedade tecnológica, de consumo e de massa. Trabalho, emprego e desemprego na sociedade atual. O trabalho como produtor de cultura e a cultura do trabalho.

**Tema 3 – As transformações pelas quais passou o trabalho compulsório da antiguidade à contemporaneidade**

Modalidades de trabalho compulsório: escravidão, escravismo, servidão. Resistência dos trabalhadores à exploração e opressão. Permanência e influência de elementos culturais originários da antiguidade clássica e da idade média até os dias de hoje.

**Tema 4 – As transformações pelas quais passou o trabalho livre, da antiguidade à 1ª Revolução Industrial**

Modalidades de trabalho livre. Trabalho livre nas sociedades comunais. Artesanato doméstico e corporativo na Idade Média. Manufatura e assalariamento na Modernidade. Revolução Industrial: sistema fabril e classe operária. Tempo da natureza e tempo do relógio: mecanização e fragmentação do tempo, do trabalho e do homem. Trabalho livre no Brasil durante a Colônia e o Império. Permanência e influência de elementos culturais originários de comunidades indígenas, africanas, europeias e asiáticas protagonistas da história do Brasil nesse período.

**Tema 5 – Características da sociedade global**

Novas tecnologias de informação, comunicação e transporte. Economia globalizada, cultura mundializada e novas formas de dominação imperialista. Hábitos, estilos de vida, mentalidades: mudanças, rupturas e permanências. O trabalho na cidade e no campo: mudanças, rupturas e permanências. Contrastes econômicos e sociais.

**Tema 6 – As origens da sociedade tecnológica atual**

O liberalismo. A 2ª e a 3ª Revoluções Industriais. O fordismo e o taylorismo. Movimentos operários e camponeses (fundamentação teórica, organização e luta).

**Tema 7 – O Brasil na era das máquinas: final do século XIX a 1930**

Abolição da escravidão e imigração. Formação da classe operária: condições, organização e luta. Propriedade da terra, poder, transformações nas relações de trabalho no campo. Lutas camponesas e experiências coletivas de apropriação e exploração da terra.

**Tema 8 – Ditaduras: Vargas e Militar**

Características comuns e peculiaridades dos dois períodos. Os contextos nacional e internacional em cada um dos períodos. Industrialização, trabalho. Atuação política: repressão e resistência.

**Tema 9 – Os períodos democráticos**

Características comuns e peculiaridades. Constituições, partidos políticos, características dos processos eleitorais e do exercício dos três poderes. Modelos econômicos, questões sociais, participação política e luta pela cidadania.

**Eixo Temático – O Cidadão e o Estado**

**Tema 10 – A cidadania: diferenças, desigualdades, inclusão e exclusão**

Cidadania hoje e as transformações históricas do conceito. Origem, transformação e características do Estado hoje. Lutas pela cidadania: perspectiva nacional e internacional.

**Tema 11 – Movimentos nacionalistas e internacionalistas**

Liberalismo e nacionalismo. Fascismo e nazismo. Anarquismo, socialismo e comunismo. As Guerras Mundiais. A Guerra Fria. As lutas contra o colonialismo e o imperialismo na África e Ásia e a constituição de novas nações. Nacional e/ ou étnico versus estrangeiro e/ ou globalizado.

**Tema 12 – A cidadania no Brasil de hoje**

As lutas contra as ditaduras contemporâneas. Perspectivas de luta e de conquistas futuras.

**GEOGRAFIA**

**Eixo Temático – O Espaço do Homem**

**Tema 1 – Introdução ao estudo da geografia**

Espaço, lugar, paisagem, natureza, cultura e técnica. Localização e representação. Mapas, gráficos, localização (latitude e longitude).

**Tema 2 – O homem cria seu espaço**

O espaço como resultado da oposição diversidade-padrão. O papel da técnica e do trabalho na criação do espaço. A contradição: humanização – desumanização.

**Tema 3 – A natureza, a técnica e o homem**

Os diferentes ecossistemas da terra e o homem. A relação do homem dentro da biodiversidade e da homodiversidade. Uma diversidade técnica para uma natureza diversa.

**Tema 4 – Construção espacial das sociedades pelo homem**

A organização da sociedade pelo modo de produção. As formas do espaço no tempo: das sociedades indígenas às sociedades atuais. As formas de sociedade e espaço no mundo do capitalismo e do socialismo.

**Tema 5 – Os espaços e os homens**

O progresso das técnicas e os problemas socioambientais de ontem e de hoje. As realizações e problemas sociais do homem no espaço do capitalismo e do socialismo.

**Eixo Temático – O Espaço do Homem na Época Industrial**

**Tema 6 – O espaço nas modernas sociedades industriais**

O espaço de antes da Revolução Industrial. Diferenças da técnica anterior e no período entre a 1ª e 2ª Revolução Industrial. O espaço brasileiro no momento da sua arrancada industrial.

**Tema 7 – A formação e mundialização do espaço das sociedades contemporâneas**

A tecnologia industrial e as transformações demográficas. A integração dos espaços pela cidade, pelas relações de mercado e pelas comunicações. A dominação e aglutinação dos espaços numa só divisão internacional do trabalho. A urbano-industrialização e as transformações do espaço brasileiro.

**Tema 8 – Os problemas do espaço mundializado**

A uniformização técnica e a desarrumação socioambiental. A globalização econômica e a fragmentação cultural e política do mundo. O contraste norte-sul e a nova migração internacional da população. A globalização e a desarrumação socioambiental do espaço brasileiro.

**Tema 9 – A 3ª Revolução Industrial e o novo espaço do homem**

As inovações tecnológicas e do trabalho na 3ª Revolução Industrial. A biorrevolução e a nova forma de percepção da natureza e seus recursos. O ciberespaço e a interligação do mundo pela informatização.

**Eixo Temático – O Espaço Mundial na Contemporaneidade**

**Tema 10 – A distribuição da população, da riqueza e da pobreza em nível mundial**

Países Centrais e Países Periféricos. Blocos Econômicos. Produção, concentração de renda e fome.

Migrações regionais e internacionais. Metrôpoles, metropolização e problemas urbanos. Acesso aos bens produzidos, consumismo e consumo responsável.

#### **Tema 11 – Ações em defesa do substrato natural e da qualidade de vida**

A fisionomia da superfície terrestre. Tempo geológico. Dinâmica da litosfera, da superfície hídrica e da biosfera. Os interesses econômicos e a degradação ambiental. Os problemas, catástrofes e consciência ambiental. Conferências internacionais. Recursos disponíveis. Informações sobre recursos naturais e teledetecção. Produção cartográfica sobre a questão ambiental.

#### **Tema 12 – As relações internacionais em tempos de globalização**

O Pós-Guerra Fria e os tempos da globalização. Movimentos nacionalistas africanos e asiáticos. Os movimentos de minorias (étnicas, raciais, nacionais, sociais). Movimentos e manifestações nacionais e internacionais em defesa dos direitos humanos, da natureza, da paz, da identidade cultural. Movimentos e manifestações nacionais e internacionais contra: a globalização, a violência, a hegemonia norte-americana, a guerra, a manipulação da informação. A América no contexto mundial. O Brasil no contexto americano e no contexto internacional.

### **OBSERVAÇÃO**

Os conteúdos referentes aos Eixos Temáticos (em História e em Geografia) poderão ser agrupados de modo que cada um deles seja desenvolvido em uma das três séries ou podem ser combinados entre si em cada uma das três, desde que exista correlação entre eles e as suas combinações atendam aos objetivos propostos.

### **Componentes da Base Nacional Comum e da Parte Diversificada por SÉRIE (integração com a parte profissional)**

#### **LÍNGUA PORTUGUESA, LITERATURA E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL**

##### **1ª Série – 4 aulas**

Informar-se, comunicar-se e representar ideias e sentimento utilizando textos e tecnologias de diferentes naturezas.

Língua e linguagens.

Linguagem verbal, linguagem não verbal e linguagem mista.

Variedades linguísticas.

Modalidade oral e escrita (relações).

Níveis de linguagem.

Funções da linguagem.

Conotação e denotação.

Elementos da comunicação.

Interlocução.

Gêneros discursivos.

Tipologia textual: injuntivo, descritivo, narrativo.

Charge/ cartum.

Requerimento.

Texto publicitário.

Pontuação.

Acordo ortográfico.

Ortoepia, ortografia e prosódia.

Orientações e normas linguísticas para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (referência bibliográfica\*).

- Literatura:
  - gêneros literários;
  - Trovadorismo;
  - Humanismo;
  - Classicismo;
  - Barroco;
  - Arcadismo.

## **2ª Série – 4 aulas**

Articular, entre si, diferentes linguagens, códigos e tecnologias da informação e da comunicação.

Classe de palavras.

Articulação textual (coesão e coerência).

Palavras relacionais: a preposição e a conjunção.

Regência verbal.

Regência nominal.

Classe de palavras (morfossintaxe).

Ambiguidade normalidade e adequação de textos a diversas circunstâncias de:

- tipologia textual: expositivo e argumentativo.

Estudos de textos técnicos/ comerciais pertinentes à área de *Marketing*:

- carta comercial (informativos promocionais, cartas de cobrança, etc.);
- gêneros da *web* (*e-mails* profissionais);
- relatórios;
- mala direta;
- comunicados;
- literatura:



- Romantismo;
- Realismo;
- Naturalismo;
- Parnasianismo;
- Simbolismo.

### **3ª Série – 4 aulas**

Expressar-se com autonomia, clareza e precisão, adequando-se ao contexto de produção do discurso.

Revisão gramatical.

Revisão literária (linha literária do tempo).

Articulação textual (coesão e coerência).

Período composto por subordinação.

Tipologia textual: argumentativo (tipos de argumentos).

Atos de fala.

Carta persuasiva.

Editorial.

Intertextualidade.

Leitura de implícitos: pressuposto e subentendido.

Estudos de textos técnicos/ comerciais pertinentes à área de *Marketing*:

- contrato.

Gêneros da *web* (*blogs*).

Princípios de terminologia aplicados à área de *Marketing*:

- glossário técnico da área de *Marketing*.

Orientações e normas linguísticas para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso.

Literatura:

- Pré-Modernismo;
- Modernismo;
- produções contemporâneas.

## **FÍSICA**

### **1ª Série – 2 aulas**

**Objetivo/ Perfil**

Observar criticamente para assegurar que a competência investigativa resgate o espírito questionador, o desejo de conhecer o mundo que habita.

### **Proposta de conhecimento**

- Universo – terra e vida:
  - o universo:
    - ◆ sua origem – o sistema Solar e a Terra.
  - compreensão humana do Universo.
- Movimentos – variações e conservações de quantidade de movimento:
  - fenomenologia cotidiana;
  - deslocamentos;
  - rotações;
  - modelo atômico;
  - equilíbrio e desequilíbrio;
  - Leis de Newton;
  - energia.

### **2ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- Som, imagem, luz, informação:
  - fontes sonoras;
  - formação, detecção e criação de imagem;
  - princípios da luz;
  - gravação:
    - ◆ reprodução e transmissão de sons e imagens.
- Equipamentos elétricos e telecomunicações:
  - eletromagnetismo;
  - aparelhos e motores elétricos:
    - ◆ micro-ondas.
  - geradores:
    - ◆ emissores e receptores.
  - evolução dos computadores.
- Calor – ambiente e usos de energia:
  - fontes e trocas de calor;
  - tecnologias que usam calor:

- ◆ motores e refrigerações.
- calor na vida e no ambiente;
- energia térmica, termodinâmica e produção para uso social;
- eletrônica e informática.
- Equipamentos elétricos e telecomunicações:
  - eletromagnetismo;
  - aparelhos e motores elétricos:
    - ◆ micro-ondas.
  - geradores:
    - ◆ emissores e receptores.
  - evolução dos computadores.

### **3ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- Matéria e radiação:
  - matéria e suas propriedades;
  - radiação e suas aplicações:
    - ◆ micro-ondas.
  - energia nuclear – radioatividade:
    - ◆ aplicações e consequências.
  - eletrônica e informática.
- Equipamentos elétricos e telecomunicações:
  - eletromagnetismo;
  - aparelhos e motores elétricos:
    - ◆ micro-ondas.
  - geradores:
    - ◆ emissores e receptores.
  - evolução dos computadores.

## **QUÍMICA**

### **1ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Observar criticamente e questionar processos naturais, socioculturais e tecnológicos. Ter noções básicas da aplicação de ideias sobre arranjos atômicos e moleculares para compreender a formação de cadeias e funções orgânicas.

- **Química Geral e Inorgânica**

- **Litosfera:**

- tipos de substâncias e propriedades gerais das substâncias;
- materiais da natureza – extraído sal do mar – combustíveis do petróleo – metais dos minerais, entre outros;
- elementos químicos – descoberta dos elementos químicos.

- **Construção da matéria:**

- átomo:
  - ◆ linguagem química.
- símbolos;
- número atômico;
- massa atômica;
- modelos atômicos;
- estrutura atômica.
- modelo atômico de Bohr.

- **Propriedades das substâncias e ligações químicas:**

- Tabela Periódica e suas propriedades;
- Tabela do Octeto;
- ligações químicas.

- **Reconhecimento e caracterização de transformação química:**

- comportamento das substâncias;
- funções inorgânicas;
- reações químicas – classificação – balanceamento;
- cálculos químicos – estequiometria;
- medidas de grandeza;
- conversão de unidades.

## **2ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Perceber e articular as relações entre desenvolvimento científico e transformações sociais.

- **Eletroquímica:**

- pilhas;
- eletrólise.
- **Aspectos dinâmicos das transformações:**
  - cinética química;
  - velocidade das reações químicas;
  - equilíbrio:
    - ◆ reversibilidade de uma reação química.
- **Soluções – aspecto quantitativo das soluções:**
  - concentração das soluções;
  - densidade;
  - molaridade.
- **Termoquímica:**
  - calor das reações químicas (reações exotérmicas e endotérmicas).

### **3ª Série – Química Orgânica – 2 aulas**

**Objetivo:** Propor ações de intervenção solidária na realidade.

- **Química e biosfera:**
  - química e vida;
  - alimentos e funções orgânicas;
  - polímeros e propriedades das substâncias orgânicas;
  - indústria química e síntese orgânica.

## **EDUCAÇÃO FÍSICA**

### **1ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Compreender a organização do sistema esquelético muscular. Perceber e propor ações de hábitos saudáveis nos movimentos corporais e na alimentação. Pesquisar e sistematizar informações sobre saúde/ doenças do sistema cardiorrespiratório.

#### **Proposta de conhecimento**

- **Movimentos e qualidade de vida:**
  - hábitos saudáveis;
  - impactos da hereditariedade;
  - trabalho;

- lazer;
- recreação;
- ócio.
- **Sistema esquelético e muscular:**
  - articulações – tendões;
  - causas das principais doenças ligadas aos ossos e músculos;
  - alongamento.
- **Sistema cardiorrespiratório:**
  - saúde;
  - doenças;
  - tabagismo;
  - alcoolismo;
  - drogas;
  - respiração.
- **Repertório de comunicação não verbal:**
  - corpo, a cultura os signos e símbolos sociais.
- **Parte prática:**
  - exame ergométrico e avaliação de postura corporal;
  - jogos cooperativos e recreativos;
  - gincana interdisciplinar;
  - ginástica laboral;
  - campeonatos;
  - ginástica;
  - maratona.

## **2ª série – 2 aulas**

### **Proposta de conhecimento**

- **Mídia e cultura corporal:**
  - ética;
  - estética;
  - saúde.
- **Consumo, mercado e oportunidade de trabalho com as atividades corporais:**
  - monitoria de eventos;
  - adequação alimentar;

- atividades recreacionistas;
- academias;
- perfis profissionais.
- **Parte prática:**
  - exame ergométrico e avaliação de postura corporal;
  - jogos cooperativos e recreativos;
  - gincana interdisciplinar;
  - ginástica laboral;
  - campeonatos;
  - ginástica;
  - maratona.

### **3ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Desvios comportamentais:**
  - anorexia;
  - esteroides anabolizantes;
  - bulimia.
- **Expressão corporal e comunicação interpessoal:**
  - liderança;
  - trabalho em grupo;
  - *status* e papel social;
  - gestual.
- **Projetos, execução e gerenciamento de torneios entre as turmas:**
  - organizar gincanas esportivas, recreativas e culturais;
  - responsabilidade social com jogos cooperativos.
- **Parte prática:**
  - exame ergométrico e avaliação de postura corporal;
  - jogos cooperativos e recreativos;
  - gincana interdisciplinar;
  - ginástica laboral;
  - campeonatos;
  - ginástica;
  - maratona.

## **BIOLOGIA**

### **1ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Identidade dos seres vivos:**
  - a organização celular da vida e as funções vitais básicas;
  - DNA:
    - ◆ a receita da vida e seu código.
  - o avanço científico e tecnológico:
    - ◆ consequências na sociedade contemporânea.
  - tecnologia de manipulação do DNA.
- **Diversidade da vida:**
  - os reinos que regem as diferenças genéticas e ambiente;
  - origem da diversidade;
  - processos vitais;
  - organização da diversidade;
  - diversidade brasileira.
- **Interação entre os seres vivos:**
  - verificação dos princípios que regem a vida:
    - ◆ reações químicas e enzimas.

### **2ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **A interação entre os seres vivos:**
  - a interdependência da vida;
  - matéria e energia:
    - ◆ os movimentos dos materiais e da energia na natureza.
  - desorganização dos fluxos da matéria e da energia:
    - ◆ a intervenção humana e outros desequilíbrios ambientais.
  - problemas ambientais brasileiros e desenvolvimento sustentável.
- **As teias da vida, seu desequilíbrio e seu difícil reequilíbrio:**
  - fotossíntese e respiração;
  - taxas de fotossíntese e de respiração para diagnóstico ambiental;



- micronutrientes:
  - ◆ adequação da composição do solo para cada tipo de cultura.
- técnicas utilizadas para determinar o pH e a composição do solo.

### **3ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Origem e evolução da vida:**
  - o que é vida?
  - hipóteses sobre a origem da vida e a vida primitiva;
  - ideias evolucionistas e a evolução biológica;
  - a origem do ser humano e a evolução cultural.
- **Diversidade da vida:**
  - perpetuação das espécies;
  - a diversidade ameaçada:
    - ◆ principais problemas ambientais brasileiros.
  - ética do cuidado com a natureza:
    - ◆ prioridades e ações estratégicas.
- **Qualidade de vida das populações humanas:**
  - o que é saúde e distribuição desigual da saúde pelas populações;
  - agressões à saúde das populações, saúde ambiental e saúde alimentar.
- **Transmissão da vida, ética e manipulação genética:**
  - os fundamentos da hereditariedade;
  - genética humana e saúde;
  - aplicações da engenharia genética:
    - ◆ um debate técnico.

## **GEOGRAFIA**

### **1ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Introdução ao estudo da Geografia:**
  - espaço, lugar, paisagem, natureza, cultura e técnica;
  - localização e representação;
  - mapas, gráficos, localização:

- ◆ latitude e longitude.
- **O homem cria seu espaço:**
  - o espaço como resultado da oposição diversidade-padrão;
  - o papel da técnica e do trabalho na criação do espaço;
  - a contradição:
    - ◆ humanização-desumanização.
- **A natureza, a técnica e o homem:**
  - os diferentes ecossistemas da terra e o homem;
  - a relação do homem dentro da biodiversidade e da homodiversidade;
  - uma diversidade técnica para uma natureza diversa.
- **Os espaços e os homens:**
  - o progresso das técnicas e os problemas socioambientais de ontem e de hoje;
  - as realizações e problemas sociais do homem no espaço do capitalismo e do socialismo.
- **Ações em defesa do substrato natural e da qualidade de vida:**
  - a fisionomia da superfície terrestre;
  - tempo geológico;
  - dinâmica da litosfera, da superfície hídrica e da biosfera;
  - os interesses econômicos e a degradação ambiental;
  - os problemas, catástrofes e consciência ambiental;
  - conferências internacionais;
  - recursos disponíveis;
  - informações sobre recursos naturais e teledetecção;
  - produção cartográfica sobre a questão ambiental.

## 2ª Série – 2 aulas

### **Proposta de conhecimento**

- **O espaço nas modernas sociedades industriais:**
  - o espaço de antes da Revolução Industrial;
  - diferenças da técnica anterior e no período entre a 1ª e 2ª Revolução Industrial;
  - o espaço brasileiro no momento da sua arrancada industrial.
- **A formação e mundialização do espaço das sociedades contemporâneas:**
  - a tecnologia industrial e as transformações demográficas;

- a integração dos espaços pela cidade, pelas relações de mercado e pelas comunicações;
- a dominação e aglutinação dos espaços numa só divisão internacional do trabalho;
- a urbano-industrialização e as transformações do espaço brasileiro.
- **Os problemas do espaço mundializado:**
  - a uniformização técnica e a desarrumação socioambiental;
  - a globalização econômica e a fragmentação cultural e política do mundo;
  - o contraste norte-sul e a nova migração internacional;
  - a globalização e a desarrumação socioambiental do espaço brasileiro.
- **A 3ª Revolução Industrial e o novo do homem:**
  - as inovações tecnológicas e do trabalho na 3ª Revolução Industrial;
  - a biorrevolução e a nova forma de percepção da natureza e seus recursos;
  - o ciberespaço e a interligação do mundo pela informatização.

### **3ª Série – 2 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Construção espacial das sociedades pelo homem:**
  - a organização da sociedade pelo modo de produção;
  - as formas do espaço no tempo:
    - ◆ das sociedades indígenas às sociedades atuais.
  - as formas de sociedade e espaço no mundo do capitalismo e do socialismo.
- **A distribuição da população, da riqueza e da pobreza em nível mundial:**
  - países centrais e países periféricos;
  - blocos econômicos;
  - produção, concentração de renda e fome;
  - migrações regionais e internacionais;
  - metrópoles, metropolização e problemas urbanos;
  - acesso aos bens produzidos, consumismo e consumo responsável.
- **As relações internacionais em tempos de globalização:**
  - o Pós-Guerra Fria e os tempos da globalização;
  - movimentos nacionalistas africanos e asiáticos;
  - os movimentos de minorias:
    - ◆ étnicas;
    - ◆ raciais;

- ◆ nacionais;
- ◆ sociais.
- movimentos e manifestações nacionais e internacionais em defesa:
  - ◆ dos direitos humanos;
  - ◆ da natureza;
  - ◆ da paz;
  - ◆ da identidade cultural.
- movimentos e manifestações nacionais e internacionais contra:
  - ◆ a globalização;
  - ◆ a violência;
  - ◆ a hegemonia norte-americana;
  - ◆ a guerra;
  - ◆ a manipulação da informação.
- a América no contexto mundial;
- o Brasil no contexto americano e no contexto internacional.

## **MATEMÁTICA**

### **1ª Série – 4 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Álgebra I:**
  - conjuntos e conjuntos numéricos;
  - noção de conjunto;
  - propriedades;
  - operações entre conjuntos;
  - conjuntos numéricos:
    - ◆ intervalos.
- **Funções:**
  - noção intuitiva de função;
  - definição e reconhecimento de uma função;
  - domínio, contradomínio e imagem de uma função;
  - gráfico de uma função;
  - classificação de uma função;
  - função composta;

- função inversa;
- **Função Afim:**
  - definição de uma função afim;
  - casos particulares da função afim;
  - taxa de variação de uma função afim;
  - gráfico de uma função afim;
  - inequações:
    - ◆ produto;
    - ◆ quociente.
  - sistemas de inequações;
  - função quadrática;
  - definição de uma função quadrática;
  - situações em que aparece uma função quadrática;
  - zeros de uma função quadrática;
  - gráficos de uma função quadrática;
  - vértice da parábola, valor máximo e mínimo;
  - estudo do sinal de uma função quadrática;
  - inequações do 2º grau.
- **Função Modular:**
  - módulo de um número real;
  - distância entre dois pontos na reta real;
  - definição de função modular;
  - gráficos;
  - equações modulares:
    - ◆ tipos.
  - inequações modulares.
- **Função Exponencial:**
  - revisão de propriedades básicas de potenciação;
  - equações exponenciais;
  - reconhecimento de uma função exponencial;
  - equações exponenciais:
    - ◆ tipos.
  - inequações exponenciais.
- **Função Logarítmica:**

- definição de logaritmo e consequências da definição;
- cálculo do logaritmo pela definição;
- propriedades dos logaritmos;
- equações logarítmicas;
- inequações logarítmicas;
- função logarítmica:
  - ◆ gráficos

## **2ª Série – 4 aulas**

### **Proposta de conhecimento**

#### **• Trigonometria:**

- trigonometria no triângulo retângulo;
- medidas de arcos e ângulos;
- seno e cosseno de um arco;
- função seno e função cosseno;
- tangente e cotangente de um arco;
- funções tangente, cotangente, secante e cossecante;
- relações trigonométricas;
- redução e identidades;
- transformações;
- equações trigonométricas;
- triângulos quaisquer.

#### **• Progressões:**

- sequências;
- progressão aritmética (PA);
- progressão geométrica (PG);
- problemas.

#### **• Matrizes:**

- definição e representação genérica de uma matriz;
- classificação de matrizes;
- operações;
- matriz inversa;
- equações matriciais;
- aplicações de matrizes.

- **Determinantes:**
  - definição;
  - cálculo de determinantes;
  - propriedades;
  - Regra de Sarrus;
  - Regra de Chio;
  - Determinantes de Vandermond;
  - Teorema de Laplace.
- **Sistemas Lineares:**
  - equações lineares;
  - sistema de equações lineares;
  - sistemas lineares equivalentes;
  - sistemas lineares homogêneos;
  - resolução por escalonamento;
  - resolução pela Regra de Cramer;
  - discussão de um sistema;
  - aplicações.

### **3ª Série – 4 aulas**

#### **Proposta de conhecimento**

- **Geometria analítica:**
  - estudo do ponto;
  - estudo da reta;
  - estudo da circunferência;
  - estudo das cônicas.
- **Análise combinatória:**
  - princípio fundamental da contagem;
  - permutações simples e fatorial de um número;
  - arranjos simples;
  - combinações simples;
  - permutações com repetição;
  - problemas envolvendo os vários tipos de agrupamento;
  - Binômio de Newton;
  - Triângulo de Pascal.

- **Probabilidades:**
  - espaço amostral;
  - eventos certos, impossível e mutuamente exclusivos;
  - cálculo de probabilidades;
  - definição teórica de probabilidade e consequências;
  - aplicações;
  - o método binomial.
- **Números complexos:**
  - introdução;
  - forma algébrica;
  - representação geométrica;
  - operações;
  - forma trigonométrica ou polar;
  - transformações de polar para trigonométrica e vice-versa.
- **Polinômios:**
  - definição;
  - função polinomial;
  - operações;
  - Método de Briott Ruffini;
  - equações polinomiais ou algébricas;
  - teorema fundamental da álgebra;
  - resolução de equações;
  - Relações de Girard;
  - pesquisas de raízes;
  - raízes complexas.

## HISTÓRIA

### 1ª Série – 2 aulas

**Objetivo:** Ter noções básicas de como se desenvolvem as sociedades e as relações sociais.

- **Introdução ao estudo da história temática:**
  - tempo, memória, documento e monumento;
  - realidade, leituras da realidade e ideologia.
- **Trabalho:**



- os diversos significados do trabalho;
  - o trabalho na sociedade tecnológica, de consumo e de massa;
  - trabalho, emprego e desemprego na sociedade atual;
  - o trabalho como produtor de cultura e a cultura do trabalho;
  - modalidades de trabalho compulsório: escravidão, escravismo, servidão;
  - resistência dos trabalhadores à exploração e opressão;
  - permanência e influência de elementos culturais originários da Antiguidade Clássica e da Idade Média até os dias de hoje;
  - modalidades de trabalho livre;
  - trabalho livre nas sociedades comunais;
  - artesanato doméstico e corporativo na Idade Média;
  - manufatura e assalariamento na Modernidade;
  - Revolução Industrial: sistema fabril e classe operária;
  - tempo da natureza e tempo do relógio: mecanização e fragmentação do tempo, do trabalho e do homem;
  - trabalho livre no Brasil durante a Colônia e o Império;
  - permanência e influência de elementos culturais originários de comunidades indígenas, africanas, europeias e asiáticas protagonistas da história do Brasil nesse período.
- **As origens da sociedade tecnológica atual:**
    - o Liberalismo;
    - a 2ª e a 3ª Revoluções Industriais;
    - o Fordismo e o Taylorismo;
    - movimentos operários e camponeses (fundamentação teórica, organização e luta).
  - **Sugestão de filme: Tempos Modernos.**

## 2ª Série – 2 aulas

**Objetivo:** Perceber e articular as relações entre desenvolvimento científico e transformações sociais.

- **O Brasil na Era das Máquinas:**
  - abolição da escravidão e imigração;
  - formação da classe operária: condições, organização e luta;
  - propriedade da terra, poder, transformações nas relações de trabalho no campo;
  - lutas camponesas e experiências coletivas de apropriação e exploração da terra.

- **Ditaduras – Vargas e Militar:**
  - características comuns e peculiaridades dos dois períodos;
  - os contextos nacionais e internacionais em cada um dos períodos;
  - industrialização, trabalho;
  - atuação política: repressão e resistência.
- **Características da sociedade global:**
  - novas tecnologias de informação, comunicação e transporte;
  - economia globalizada, cultura mundializada e novas formas de dominação imperialista;
  - hábitos, estilos de vida, mentalidades: mudanças, rupturas e permanências;
  - o trabalho na cidade e no campo: mudanças, rupturas e permanências;
  - contrastes econômicos e sociais.

### **3ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Compreender e avaliar o papel histórico dos diferentes atores sociais.

- **Os períodos democráticos:**
  - características comuns e peculiaridades;
  - constituições, partidos políticos, características dos processos eleitorais e do exercício dos três poderes;
  - modelos econômicos, questões sociais, participação política e luta pela cidadania.
- **Cidadania:**
  - cidadania hoje e as transformações históricas do conceito;
  - origem, transformação e características do Estado hoje;
  - lutas pela cidadania: perspectiva nacional e internacional;
  - as lutas contra as ditaduras contemporâneas;
  - perspectivas de luta e de conquistas futuras.
- **Movimentos:**
  - liberalismo e nacionalismo;
  - fascismo e nazismo;
  - anarquismo, socialismo e comunismo;
  - as Guerras Mundiais;
  - a Guerra Fria;
  - as lutas contra o colonialismo e o imperialismo na África e Ásia e a constituição de novas nações;

- nacional e/ ou étnico versus estrangeiro e/ ou globalizado.

## ARTE

### 1ª Série – 3 aulas

#### **Proposta de conhecimento**

- **História da arte:**

- estilos artísticos da pré-história à contemporaneidade:
  - ◆ estética e arte como elemento de representação, expressão e comunicação;
  - ◆ leitura e apreciação de produtos artísticos (leitura de imagens; características artísticas; produtores e produções artísticas – pintura, escultura, arquitetura, música, teatro, dança etc.);
  - ◆ a arte em diversos tempos (pré-história, antiguidade clássica, realismo, impressionismo, expressionismo, pós-modernismo e tendências artísticas do século 20 para o 21).

- **Elementos expressivos:**

- linha, forma, cor, textura, volume, perspectiva, equilíbrio, ritmo, simetria, proporção, plano, espaço etc.

- **Técnicas e materiais expressivos:**

- pintura (lápiz de cor, lápis 6B, guache, giz de cera etc.);
- colagem (materiais variados);
- escultura (sucata, argila);
- desenho (grafite, carvão, canetas etc.).

- **Produções artísticas:**

- dança:
  - ◆ exercícios corporais, exploração do espaço, jogos.
- teatro:
  - ◆ exercícios corporais, exploração de espaço, jogos.
- música:
  - ◆ sons, parâmetros, estilos, instrumentos musicais, composições, paródias etc.
- artes visuais:
  - ◆ releituras, criações, vídeo, fotografia, performances, instalações, exposições, apresentações.

- **Cultura artística:**

- tipos de cultura:
  - ◆ erudita, popular, de massa e espontânea.
- manifestações culturais brasileiras;
- manifestações culturais de outros povos.

## SOCIOLOGIA

### 1ª Série – 1 aula

#### **Introdução à Sociologia: Origem histórica.**

- **As instituições sociais, a organização da sociedade e a formação da identidade individual:**
  - família;
  - religião;
  - estado;
  - meios de comunicação em massa.
- **A cultura religiosa:**
  - a diversidade religiosa (budismo, hinduísmo, judaísmo, islamismo, cristianismo, religiões tradicionais, afro-brasileiras).
- **Diálogo Inter-religioso.**
- **Política:**
  - conceitos a partir dos filósofos políticos: Marx e Engels, etc.
- **Max Weber.**
- **Emile Durkheim.**
- **Estratificação e mobilidade social:**
  - tipos de estratificação social;
  - divisão da sociedade;
  - mobilidade social.

### 2ª Série – 1 aula

- **O trabalho como fundamento da construção da sociedade:**
  - o trabalho em diferentes tempos e sociedades;
  - repercussões das mudanças sociais no mundo do trabalho;
- **A identidade cultural – conceitos e elementos da cultura popular, erudita, de elite e de massa:**

- aculturação;
- contracultura;
- formação da cultura brasileira em identidade nacional.
- **Ideologia e representações mentais – preconceito, segregação e movimentos por mudanças sociais:**
  - inclusão e exclusão.

### **3ª Série – 1 aula**

A identidade cultural – Escola de Frankfurt análise dos conceitos e elementos da cultura popular, erudita e de massa.

- **Aculturação.**
- **Contracultura.**
- **Formação da cultura brasileira em identidade nacional.**
- **As sociedades indígenas (se este conteúdo for trabalhado pela geografia deverá ser no sentido espacial, dentro da sociologia se trabalha a cultura e a estratificação social. O enfoque é etnográfico).**
- **Os espaços e os homens:**
  - o progresso das técnicas e os problemas causados pelas Revoluções Industriais;
  - realizações e problemas sociais do homem no espaço do capitalismo e do socialismo;
  - as diferenças entre os desenvolvimentos nos países centrais e periféricos:
    - ◆ origens do colonialismo;
    - ◆ neocolonialismo;
    - ◆ processo de globalização (deve ser trabalhado em conjunto com a filosofia, geografia e história).

## **FILOSOFIA**

### **1ª, 2ª e 3ª Séries – 1 aula**

**Objetivo:** O aluno de *marketing* precisa desenvolver a habilidade da argumentação com base nas escolas filosóficas socráticas e apreender conceitos políticos e analisar filosoficamente os textos de diferentes estruturas.

#### **Conhecimentos 1º ano**

- **Filosofia Clássica – Sócrates, Platão, Aristóteles e os sofistas:**

- lógica;
- política: democracia e cidadania;
- ética e moral: especificidades.

### **Conhecimentos 2º ano**

- **Filosofia Moderna – conceitos de filosofia política: democracia e cidadania, formas de governo e de poder:**
  - Filósofos modernistas: Descartes, Bacon, Kant, Nicolau Maquiavel, John Locke, Thomas Hobbes, Diderot, Montesquieu, Voltaire, Rousseau e David Hume;
  - A dialética Hegeliana.

### **Conhecimentos 3ºano**

- **Filosofia Contemporânea e o projeto da Pós-modernidade.**
- **A fenomenologia: Edmund Husserl, Soren Kierkegaard.**
- **Existencialismo: Nietzsche, Heidegger, Hannah Arendt.**
- **O Utilitarismo: John Stuart Mill.**
- **Filosofia da ciência: ciência e valores, o método científico, a investigação.**

**Estética – conceito, arte como forma de pensamento, funções e significados da arte, concepções estéticas.**

- **Grécia clássica, estética medieval, naturalismo renascentista, estética romântica, modernismo e pós-modernismo.**

## **LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – INGLÊS E COMUNICAÇÃO PROFISSIONAL**

### **1ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Utilizar línguas estrangeiras para informa-se, comunicar-se e conhecer outras culturas.

Pronomes: pessoais/ oblíquos/ possessivos/ reflexivos.

Substantivos: plural dos substantivos/ substantivos contáveis e incontáveis/ *some-any/ how much/ how many.*

Adjetivos.

Artigos .

Advérbios (de frequência, de modo, de tempo).

Numerais.

*Modal Verbs (can, may, could, must, should, would).*

Caso Genitivo (possessivo).

Verbos *to be* – *to have*.

Presente contínuo.

Passado contínuo.

Presente simples.

Verbos regulares e irregulares.

Passado simples.

Futuro e futuro próximo.

Falsos cognatos.

Parâmetros de níveis de formalidade e adequação de textos a diversas circunstâncias de comunicação.

Formas de comunicação cotidiana.

Interpretação de textos simples.

Primeira condicional (possibilidades – *if + simple present + will + infinitive*).

## **2ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Articular, entre si, diferentes linguagens, códigos e tecnologias de informação e comunicação.

Pronomes (reflexivos).

Pronomes indefinidos (*compounds*).

Sufixos – prefixos.

Infinitivo – gerúndio.

Segunda condicional (*imaginative* – *if + simple past + would + infinitive*).

*Tag questions* (perguntas de confirmação).

Verbos modais de tempo passado (modal + *have* + participípio).

Presente perfeito.

Passado perfeito.

Presente perfeito contínuo.

Passado perfeito contínuo.

Leitura rápida (*skimming*).

Leitura com objetivo (*scanning*).

Leitura seletiva (*prediction*).

Textos publicitários.

Classificados.

Propagandas.

Formas de comunicação oral voltada à área de *Marketing* (apresentação de propagandas, etc.).

Elaboração de textos como: textos publicitários/ classificados.

Interpretação de textos técnicos voltados à área de *Marketing*.

### **3ª Série – 2 aulas**

**Objetivo:** Expressar-se com autonomia, clareza, precisão e adequadamente conforme o contexto em que se dá a comunicação.

Discurso direto – discurso indireto.

Terceira condicional – *if + past perfect + would have + participle*.

Voz passiva.

Campos semânticos da área de *Marketing*.

Gramática e vocabulário aplicados à compreensão de textos.

Glossário de termos técnicos aplicados à área de *Marketing*.

Leitura e Interpretação de textos.

Formas de comunicação cotidiana e técnica.

Elaboração de textos técnicos direcionados à área de *Marketing*.

## **ESPAÑHOL**

### **2ª Série – 2 aulas**

**Objetivos:** Identificar estruturas básicas da língua espanhola. Ler e interpretar textos de diferentes tipos. Identificar a língua espanhola como instrumento de acesso à informação, a outras culturas e grupos sociais.

#### **Proposta de conhecimento**

- **Alfabeto – nome das letras, pronúncia e soletração.**
- **Comunicação:**
  - saudações, apresentações pessoais e de terceiros, com informações como: idade, nacionalidade, origem, ocupação, endereço, despedidas;
  - atendimento telefônico com termos relacionados à venda (*telemarketing*);
  - leitura de números e horas;
  - descrever e contar a rotina.
- **Gramática:**



- formação do plural de adjetivos e substantivos;
- possessivos (adjetivos e pronomes);
- expressões adverbiais (lugar);
- preposições;
- verbos (regulares e irregulares), presente do indicativo e noções dos pretéritos e do futuro;
- pronomes: interrogativos, pessoais, demonstrativos;
- artigos, preposições e contrações.
- **Técnica de leitura instrumental, identificando a estrutura da língua e suas pronúncias.**
- **Técnicas de elaboração de texto simples.**
- **Vocabulário:**
  - dias da semana, meses, estações do ano;
  - específico do *Marketing*, como produtos e suas características.

**Objetivos:** Escolher o registro adequado à situação na qual se processa a comunicação e o vocábulo que melhor reflita a ideia pretendida. Distinguir as variantes linguísticas da língua espanhola. Analisar e interpretar textos técnicos em espanhol.

### **Proposta de conhecimento**

- **Comunicação:**
  - desenvolvimento de textos para o plano de comunicação em *marketing*;
  - caracterização do público a partir da cultura e do comportamento de diferentes povos/ consumidor;
  - caracterização de pessoas;
  - pedindo informações na cidade e caracterização da cidade.
- **Gramática:**
  - classes de palavras (advérbios, conjunções, pronomes);
  - verbos e pronomes reflexivos, verbos no pretérito simples (“indefinido”) e no composto, noções do presente do subjuntivo e uso do imperativo na linguagem do *marketing*, e o futuro;
  - expressões adverbiais de tempo e uso das conjunções na persuasão, tempo condicional do verbo;
  - diferença de uso entre *Muy* e *Mucho*.

- **Técnicas de elaboração de diferentes gêneros textuais a partir de diferentes tipos de peças publicitárias.**
- **Estratégias de tradução textual.**
- **Vocabulário:**
  - falsos cognatos (*palabras heterosemánticas*);
  - *heterogénicos y heterotónicos*;
  - glossário mercadológico;
  - partes da cidade.

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

#### 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 aqueles 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 dos 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 orientadas 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, 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 lhe foram oferecidos de acordo com suas possibilidades, necessidades e preferências, mobilizando suas capacidades pessoais e relacionando-se entre si 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, devem ser oferecidos e disponibilizados aos alunos uma variedade de materiais, recursos didáticos, tecnologias,

linguagens e contatos interpessoais que poderão atender as 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, reconhecimento dos direitos humanos, equidade no acesso à educação, saúde, emprego e combate ao preconceito e 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, deve-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 (os professores e alunos), indiretamente (a 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/currículos/EnsinoMédio>>. Acesso em 31mar.2015.

#### 4.5.2. Procedimentos Didáticos

Proposta de atividades a serem desenvolvidas:

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



#### **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 tem 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 com as 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 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, na organização da Feira Tecnológica do Centro Paula Souza (com projetos interdisciplinares), 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.

A partir de 2015, uma crescente atenção foi dada ao desenvolvimento dos professores orientadores de projetos, assim como aos professores avaliadores.

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 e das ferramentas e etapas de avaliação que constitui os Critérios de Avaliação utilizados para a Feteps.

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.

Em 2016, houve a 10ª edição da Feteps, na qual foram expostos 210 projetos de Etecs e Fatecs, 6 projetos de outros países (Chile, Colômbia, México, Peru) e 3 de instituições do Amazonas, organizados nos eixos temáticos: Artes, Cultura e Design, Gestão e Ciências Econômicas, Ciências Biológicas e Agrárias, Informática e Ciências da Computação, Tecnologia Industrial Mecânica, Tecnologia Industrial Elétrica, Saúde e Segurança, Tecnologia Química dos Alimentos, da Agroindústria e da Bioenergia, Infraestrutura, Hospitalidade e Lazer. Nesta oportunidade, foram premiados projetos relacionados à inclusão de pessoas com deficiência, economia criativa, além daqueles desenvolvidos pelas unidades escolares voltados a ações sociais.



#### 4.7.9. Fortalecimento das competências relacionadas a Gestão de Energia, Eficiência Energética e Energias Renováveis

Os temas “gestão de energia” “eficiência energética” e “energias renováveis” são desenvolvidos em cursos técnicos do Centro Paula Souza visando a competências-chave relacionadas à interpretação e aplicação da legislação e das normas técnicas referentes ao fornecimento, à qualidade e à eficiência de energia e impactos ambientais; elaboração de planos de uso racional e de conservação de energia; instalação e manutenção de equipamentos dos respectivos sistemas.

Esses temas são recorrentes em habilitações profissionais dos eixos tecnológicos de Controle e Processos Industriais e Produção Industrial.

#### 4.7.10. 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,

#### 4.7.11. 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.

Em 2017, estão sendo desenvolvidos 28 projetos de Padronização, relacionados aos eixos tecnológicos: Recursos Naturais; Produção Cultural e Design; Controle e Processos Industriais; Turismo, Hospitalidade e Lazer; Ambiente e Saúde.

Os resultados esperados para o projeto em 2017 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.

#### 4.7.12. 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 os habilita 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 sobre 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 final – Trabalho de Conclusão de Curso – TCC.

Caberá a cada escola definir, por meio de regulamento específico, 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, em número de 120 (cento e vinte) 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, podendo exprimir-se por meio de um trabalho escrito ou de uma proposta de projeto. Caso seja adotada a forma de proposta de projeto, os produtos poderão ser compostos por elementos gráficos e/ ou volumétricos (maquetes ou protótipos) necessários à apresentação do trabalho, devidamente acompanhados pelas respectivas especificações técnicas; memorial descritivo, memórias de cálculos e demais reflexões de caráter teórico e metodológico pertinentes ao tema.

A temática a ser abordada deve estar contida no âmbito das atribuições profissionais da categoria, sendo de livre escolha do aluno.

#### **4.8.1. Orientação**

Ficará a orientação do desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso por conta do professor responsável pelo componente curricular do Planejamento e Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em *MARKETING*, na 3ª SÉRIE.

#### **4.8. 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 em Laboratório" no campo específico de cada componente curricular, no final de cada quadro, em que há a divisão entre "teoria" 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, áreas de atendimento 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 Técnica de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO não exige o cumprimento de estágio supervisionado em sua organização curricular, contando com 520 horas-aula de práticas profissionais, que poderão ser desenvolvidas integralmente na escola ou em empresas da região, por meio de simulações, experiências, ensaios e demais técnicas de ensino que permitam a vivência dos alunos em situações próximas da realidade do mercado de trabalho. O desenvolvimento de projetos, estudos de casos, realização de visitas técnicas monitoradas, pesquisas de campo e aulas práticas desenvolvidas em laboratórios, oficinas e salas-ambiente garantirão 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 através de 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 três séries anuais com um total de 3.925 horas ou 4.440 horas-aula.

A Unidade Escolar, para dar atendimento às demandas individuais, sociais e do mercado de trabalho, poderá propor nova organização curricular, alterando os componentes curriculares e a distribuição das aulas. A organização curricular proposta levará em conta, contudo, o perfil de conclusão da habilitação, das qualificações e a carga horária prevista para a o curso.

A nova organização curricular proposta entrará em vigor após a homologação pelo Grupo 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 a 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, relativos a ética e cidadania organizacional, empreendedorismo, uso de tecnologias informatizadas, comunicação profissional em língua materna e em línguas estrangeiras (como Inglês e Espanhol), com o uso das respectivas terminologias técnico-científicas, que 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;
- colher;
- compilar;
- conduzir;
- conferir;
- cortar;
- digitar;
- enumerar;
- 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.

Citamos a definição de “competência” que traz o artigo 6º da Resolução CNE/CEB n.º 4/99:

“As competências requeridas pela educação profissional, consideradas a natureza do trabalho, são:

I - competências básicas, constituídas no ensino fundamental e médio;

II - competências profissionais gerais, comuns aos técnicos de cada área;

III - competências profissionais específicas de cada qualificação ou habilitação”. (Resolução CNE/CEB 4/99)

Em relação aos conceitos de competências, de habilidade, de conhecimento e de valor, transcrevemos trecho do Parecer CNE/CEB n.º 16/99:

“O conhecimento é entendido como o que muitos denominam simplesmente saber. A habilidade refere-se ao saber fazer relacionado com a prática do trabalho, transcendendo a mera ação motora. O valor se expressa no saber ser, na atitude relacionada com o julgamento da pertinência da ação, com a qualidade do trabalho, a ética do comportamento, a convivência participativa e solidária e outros atributos humanos, tais como a iniciativa e a criatividade”.

Pode-se dizer, portanto, que alguém desenvolveu competência profissional quando constitui, articula e mobiliza valores, conhecimentos e habilidades para a resolução de problemas não só rotineiros, mas também inusitados em seu campo de atuação profissional. Assim, age eficazmente diante do inesperado e do inabitual, superando a experiência acumulada transformada em hábito, mobilização também da criatividade e para uma atuação transformadora.

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

imediate (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**

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 módulos 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 07/2011.



## CAPÍTULO 6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

A avaliação, elemento fundamental para acompanhamento e redirecionamento do processo de desenvolvimento de competências estará voltado 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, etc. – 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.

E permite orientar/ reorientar os processos de:

- recuperação contínua;
- recuperação paralela;
- progressão parcial.

Estes três 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 inviabilizam o desenvolvimento das competências visadas.

Acresce-se 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 série diversa daquela 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 módulos das habilitações profissionais de nível técnico, ou do Ensino Médio ou as adquiridas no trabalho.

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

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

Será considerado concluinte do curso ou classificado para a série 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 série 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 as séries correspondentes.

## CAPÍTULO 7

## INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

### FORMAÇÃO GERAL

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.
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 8 bocas, dimensões p x l x a: 340 x 540 x 280 mm
1	Capela para exaustão de gases c x p x a: 1200 x 750 x 230 mm
1	Estufa de secagem, ajustável até 300 °C, aproximadamente 600 x 500 x 500 mm
1	Lava-olhos de Segurança, tipo chuveiro e lava olhos
1	Medidor de pH digital, microprocessado, para amostras de 5 ml, faixa – 2 a 20 pH
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.
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 fotovotaico, 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
<b>Equipamentos de BIOLOGIA</b>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
10	Cronômetros digitais, relógio marcador de tempo, contador de tempo digital com cronômetro e relógio (timer digital)
1	Estufa bacteriológica, capacidade para até 3 prateleiras, dimensões: interna 35,5 x 45,0 x 45,0 cm, e, externa: 51,0 x 71,0 x 60,5 cm
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
<b>Mobiliário</b>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
1	Conjunto de mesa e cadeira para professor;

1	Quadro branco
<b>Acessórios de FÍSICA</b>	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
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
<b>Acessórios de BIOLOGIA</b>	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
Quantidade	Identificação
1	Estojo para pinça – caixa metálica
1	Kit de laminas preparadas para microscopia
2	Pinça relojoeiro inox ponta fina e reta 12 cm.
<b>Vidrarias</b>	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
Quantidade	Identificação
10	Balão volumétrico 1000 mL;
10	Balão volumétrico 250 mL;
10	Balão volumétrico 500 mL;
20	Balão volumétrico de 100 mL;
4	Barrilete em PVC;
20	Bastão de vidro;
10	Béquer de vidro 1000 mL;
20	Béquer de vidro de 150 mL;
20	Béquer de vidro de 250 mL;
10	Béquer de vidro de 500 mL;
12	Bico de Bunsen;
10	Bureta
12	Cadinho de porcelana;
10	Cápsula de porcelana;
2	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;
4 caixas	Lamina;
4 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;
1	Termômetro clínico;
2	Termômetro de máximo e mínimo
100	Tubo de ensaio 15cmX 2cm
20	Vidro relógio
<b>SALA DE APOIO - EQUIPAMENTOS</b>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
1	Forno de micro-ondas – padrão CPS – Sala de apoio
1	Refrigerador doméstico – padrão CPS – Sala de apoio

<b>LABORATÓRIO DE INTEGRAÇÃO CRIATIVA – ROBÓTICA</b>	
<b>EQUIPAMENTOS</b>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
20	Notebooks
01	Carrinho para carregamento de Notebooks
01	Microcomputador
01	Projektor Multimedia ou Projektor Interativo
01	Condicionador de Ar
01	Caixa de Som amplificada
01	Maleta de Metrologia: de aluminio finamente acabada com inserto de espuma, incluso instrumentos e ferramentas, sendo: 1 paquimetro inox fosco 150 x 0,05mm c/ titânio; 1 paquimetro universal digital 150mm/6" s/saída; 1 micrometro externo c/ isoladores no arco 0-25 x 0,01mm; 1 micrometro externo digital 0-25mm (0-1") s/saída; 1 relógio 57x10x0,01mm grad.0-100/100-0 haste 8mm; 1 relógio apalpador 40 x 0,01mm c/6 acessórios; 1 relógio digital basico 58x12,5x0,01mm - 0,0005"; 1 base magnetica 63x55x50mm p/relogios comp/apalp; 1 calibrador de folga 20 laminas 100mm - 0,05-1,00mm; 1 esquadro de precisao s/fio e s/base 75x50mm
01	Impressora 3D. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Equipamento multifuncional de bancada para práticas em manufatura aditiva tendo pelo menos os seguintes sistemas intercambiáveis: gravação a laser, mini-fresadora e impressão 3D
11	Kits Educacional Robótica - STEM – Plataforma para montagem de robô e acessórios. CONJUNTO DIDÁTICO PARA ESTUDOS EM PROGRAMAÇÃO ROBÓTICA BÁSICA
01	SMART TV LED 55"
1	SISTEMA SOL-TERRA-LUA. Material: EQUIPAMENTO PARA FINS DIDÁTICOS. Equipamento de bancada para estudos relacionados ao sistema Sol-Terra Lua com aplicações tanto em Ciências quanto em Geografia. Deverá cobrir pelo menos os seguintes tópicos: Estações do



	ano, Fases da Lua, Eclipses e movimentos do Planeta Terra, Satélite Geoestacionário e dias e noites polares.
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.
<b>Acessórios</b>	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
	Filamento para a Impressora 3D

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

<b>Softwares Específicos</b>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
21	Licenças de Software – Coderz / STEM – Simulações realísticas; programação de robôs virtuais e reais.

## FORMAÇÃO PROFISSIONAL

<b>Softwares</b>	
<b>Quantidade</b>	<b>Identificação</b>
21	SOFOLHA INFORMÁTICA – Contabilidade, escrita fiscal, departamento pessoal e administrador de empresas
21	CUCA-FRESCA INFORMÁTICA – Contabilidade, escrita fiscal, departamento pessoal e administrador de empresas
21	CONTIMATIC – Contabilidade, escrita fiscal, departamento pessoal e administrador de empresas
21	FOLHAMATIC – Contabilidade, escrita fiscal, departamento pessoal e administrador de empresas
21	MULTICOPAN contabilidade, escrita fiscal, departamento pessoal e administrador de empresas

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

## BIBLIOGRAFIA

Eixo Tecnológico	Bibliografia	Autor 1 /SOBRENOME	Autor 1 /NOME	Autor 2 /SOBRENOME	Autor 2 /NOME	Autor 3 /SOBRENOME	Autor 3 /NOME	Coordenador /Sobrenome	Coordenador /Nome	Organizador/ Sobrenome	Organizador/ Nome	Editor/Sobrenome	Editor/ Nome	Título	Subtítulo	Edição	Coleção	Cidade	Editora	ISBN	Ano
Formação Geral	Básica	ACUNZO	Cristina Mayer	LÚCIO	Denise Delega	PINTO	Marcia Veirano	SOUZA	Renata Conti					What's on: aprenda inglês com filmes e séries		1ª		São Paulo	SENAC São Paulo	9788539608324	2014
Formação Geral	Básica	ALTMANN	Helena											EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR		1ª	EDUCAÇÃO & SAÚDE	São Paulo	Cortez	9788524923401	2015
Formação Geral	Básica	BARSANO	Paulo Roberto	BARBOSA	Rildo Pereira	VIANA	Viviane Japiassú							Biologia Ambiental		1ª	Eixos	São Paulo	Érica	9788536506524	2014
Formação Geral	Básica	BECHARA	Evanildo											Moderna Gramática Portuguesa		38ª		São Paulo	Nova Fronteira	9788520939390	2015
Formação Geral	Básica	BIRCH	Hayley						LONDRES		Helena			50 ideias de química que você precisa conhecer		1ª		São Paulo	Planeta	9788542213621	2018
Formação Geral	Básica	BLAINEY	Geoffrey											Uma Breve História do Mundo		3ª		Curitiba	Fundamento	9788539507672	2015
Formação Geral	Básica	COLLINS	CS COLLINS SONS											COLLINS DICIONÁRIO PRÁTICO INGLÊS / PORTUGUÊS - PORTUGUÊS / INGLÊS - NOVA EDIÇÃO		1ª		São Paulo	Disal	9780007970704	2018
Formação Geral	Básica	COTRIM	Gilberto											Fundamentos da Filosofia		4ª		São Paulo	Saraiva	9788547205348	2016
Formação Geral	Básica	CRILLY	Tony											50 Ideias de Matemática que Você Precisa Conhecer		1ª		São Paulo	Planeta	9788542208863	2017
Formação Geral	Básica	DARIDO	Suraya Cristina											EDUCAÇÃO FÍSICA NO ENSINO MÉDIO: DIAGNÓSTICO, PRINCÍPIOS E PRÁTICAS		1ª	Educação Física e Ensino	Ijuí - Rio Grande do Sul	UNIUI	9788541902397	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	Básica	DEMAI	Fernanda Mello										Português Instrumental		1ª		São Paulo	Érica	9788536507583	2014	
Formação Geral	Básica	FANJUL	Adrán Pablo	GONZÁLES	Neide Maia								Espanhol e Português Brasileiro: Estudos Comparados		1ª		São Paulo	Parábola Editorial	9788579340826	2014	
Formação Geral	Básica	GROPPO	Luis Antonio										Introdução à sociologia da juventude		1ª		Jundiaí	Paco Editorial	9788546210763	2017	
Formação Geral	Básica	HARARI	Yuval Noah						MARCOANTONIO	Janaina			Sapiens	Uma Breve História da Humanidade	1ª		Porto Alegre - RS	L&PM	9788525432186	2015	
Formação Geral	Básica	KOCH	Ingedor e V.										Introdução a Linguística Textual	Trajetória e Grandes Temas	1ª		São Paulo	Contexto	9788572448819	2015	
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	Básica	MARQUES	Isabel A.	BRAZIL	Fábio								Arte em Questões		2ª		São Paulo	Cortez	9788524921933	2014	
Formação Geral	Básica	MIODOWNIK	Mark						BARBÃO	Marcelo			De que São Feitas as Coisas: 10 Materiais que Constroem o Nosso Mundo		1ª		São Paulo	Blucher	9788521209652	2015	
Formação Geral	Básica	NGEDORE	Villaça Koch	VANDA	Maria Elias								Escrever e Argumentar		1ª		São Paulo	Contexto	9788572449502	2016	
Formação Geral	Básica	REECE	Jane B.	WASSERMAN	Steven A.	URRY	Lisa A.	CAIN	Michael L.			MACHADO; RENARD; OLIVEIRA	Denise Cantarelli; Gaby; Paulo Luiz de	Biologia de Campbell		10ª			Artmed	9788582712160	2015
Formação Geral	Básica	RIBEIRO	Ana Elisa										Textos Multimodais	Leitura e Produção	1ª	Linguagens e Tecnologias	São Paulo	Parábola Editorial	9788579341106	2016	
Formação Geral	Básica	ROVELLI	Carlo						Melo	Joana Angélica d			Sete breves lições de física		1ª		Rio de Janeiro	Objetiva	9788539007097	2015	
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	Básica	SANTOS	Vandeir Vioti dos										Calcule Mais	Nunca é Tarde para Aprender Matemática	1ª		Rio de Janeiro	Alta Books	9788550802527	2018	
Formação Geral	Básica	SCHUMACHER	Cristina A.										O INGLÊS NA TECNOLOGIA DA		1ª		São Paulo	Disal	9788578440282	2018	

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

Formação Geral	Nível	Nome do Livro	Autor 1 / SOBRENOME		Autor 2 / SOBRENOME		Autor 3 / SOBRENOME		Organizador / Nome	Título	Subtítulo	Edição	Cidade	Editora	ISBN	Ano	
Formação Geral	Básica	SHITSUKA	Caleb D. W. M.	SHITSUKA	Dorivete M.	SHITSUKA	Rabbith I. C. M.	SHITSUKA	Ricardo	Matemática Aplicada		1ª	Eixos	São Paulo	Érica	9788536507613	2017
Formação Geral	Básica	STEWART	lan							O fantástico mundo dos números	A matemática do zero ao infinito	1ª	Rio de Janeiro	Zahar	9788537815526	2016	
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	Básica	STROGATZ	Steven							A matemática do dia a dia		1ª	Rio de Janeiro	Alta Books	9788550801407	2017	
Formação Geral	Básica	TIPLER	Paul A.	LLEWELLYN	Ralph A.					Física Moderna		6ª	Rio de Janeiro	LTC	9788521626077	2014	
Formação Geral	Básica	VILLAR	Bruno							Matemática Facilitada		1ª	Porto Alegre - RS	Método	9788530972783	2016	
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	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	Marketing	Básica	ANDRADE	Marcos Serafim de							Adobe Photoshop CC		3	São Paulo	Senac	9788539619993	2018
Gestão e Negócios	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	Marketing	Básica	BERNARDI	Luíz Antonio							Formação de Preços	Estratégias, Custos e Resultados	5	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597010657	2017
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	BIZELLI	Maria Helena S. Sahao	MILANELO	Cassio Henrique					Aulas Práticas De Corel Draw X5		1	São Paulo	Ciência Moderna	9788539902286	2012

**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	Marketing	Básica	CASTRO	Luciano Thomé e	NEVES	Marcos Fava	CÔNSO LI	Matheus Alberto										Administração de Vendas		2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597016239	2018
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	CHIAVENATO	Idalberto														Gestão de Vendas	Uma Abordagem Introdutória	3	São Paulo	Manole	9788520439210	2014
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	CHURCHILL	Gilbert A.	PETER	J. Paul												Marketing: criando valor para os clientes		3	São Paulo	Saraiva	9788502183599	2013
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	CROCCO	Luciano														Marketing: Perspectivas e tendências		1	São Paulo	Saraiva	9788502098275	2010
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	CRUZ	André Santa														Direito Empresarial		8	Rio de Janeiro	Forense	9788530979720	2018
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	DEMETRES CU	Sylvia														Vitrinas e Exposições	Arte e Técnica do Visual Merchandising	1	São Paulo	Saraiva	9788536508559	2014
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	FARIAS	Cláudio	DUSCHITZ	Caroline	DE CARVALHO	Gustavo Meneghetti										Marketing Aplicado		1	Porto Alegre	Grupo A	9788582602775	2015
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	GRANT	David B.														Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos		1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	GRANT	David B.														Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos		1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013
Gestão e Negócios	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	Marketing	Básica	KOTLER	Philip	KELLER	Kevin Lane												Administração de Marketing		14	São Paulo	Pearson	9788581430003	2012
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	LADEIRA	Wagner	SANTINI	Fernando												Merchandising & Promoção de Vendas		1	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597015478	2018
Gestão e Negócios	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	Marketing	Básica	MARCONI	Marina de Andrade	LAKATOS	Eva Maria												Técnicas de Pesquisa		8	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012811	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**

Gestão e Negócios	Marketing	Básica	MCDONALD	Malcolm	WILSON	Hugh					Planos de Marketing	7	São Paulo	Elsevier	9788535256352	2013
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	MCQUAIL	Denis							Teorias da Comunicação de Massa	6	Porto Alegre	Grupo A	9788565848275	2013
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	NIQUE	Walter	LADEIRA	Wagner					Pesquisa de Marketing	2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012583	2017
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	NOGUEIRA	Amarildo de Souza							Logística empresarial	2	Rio de Janeiro	Atlas	9788597013634	2017
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	READE	Dennis Vincent	ROCHA	Marcos	OLIVEIRA	Sérgio Luis Ignácio de			Marketing estratégico	1	São Paulo	Saraiva	9788502638761	2016
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	RIBEIRO	Osni Moura							Contabilidade de Custos	4	São Paulo	Saraiva	9788502621800	2015
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	SOLOMON	Michael R.							O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo	11	Porto Alegre	Grupo A	9788582603673	2016
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	Wood	Marian Burk							Planejamento de Marketing	1	São Paulo	Saraiva	9788502629868	2015
Gestão e Negócios	Marketing	Básica	ZENONE	Luiz Claudio							Fundamentos de Marketing de Relacionamento	2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597013047	2017

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

## CAPÍTULO 8

## PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A contratação dos docentes que irão atuar no Curso de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO será feita por meio de Concurso Público, como determinam as normas próprias do Ceeteps, obedecendo à ordem abaixo discriminada:

- ✓ Licenciados na Área relativa à disciplina para o Ensino Médio;
- ✓ Licenciados na Área Profissional relativa à disciplina;
- ✓ Graduados na Área Profissional da disciplina.

O Ceeteps proporcionará cursos de capacitação para docentes voltados para o desenvolvimento de competências diretamente ligadas ao exercício do magistério, além do conhecimento da filosofia e das políticas da educação profissional.

### Titulações Docentes por Componente Curricular

COMPONENTE CURRICULAR	TITULAÇÃO
<b>INTRODUÇÃO AO <i>MARKETING</i></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Marketing</i></li><li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li><li>• Publicidade</li><li>• Publicidade (EII)</li><li>• Publicidade e Propaganda</li><li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li><li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li><li>• Comunicação Mercadológica</li><li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li><li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li><li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li><li>• Administração</li><li>• Ciências Administrativas</li><li>• Comercialização e Mercadologia (EII)</li></ul>
<b>APLICATIVOS INFORMATIZADOS EM <i>MARKETING</i></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Administração de Sistemas de Informação</li><li>• Análise de Sistemas/ Sistemas de</li></ul>



	<p>Informação</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise de Sistemas Administrativos em Processamento de Dados</li> <li>• Análise de Sistemas de Informação</li> <li>• Ciências da Computação</li> <li>• Computação</li> <li>• Computação (LP)</li> <li>• Computação Científica</li> <li>• Engenharia da Computação</li> <li>• Informática/ Processamento de Dados</li> <li>• Informática/ Processamento de Dados (EII)</li> <li>• Matemática Aplicada às Ciências da Computação</li> <li>• Matemática Aplicada e Computação Científica</li> <li>• Matemática Aplicada e Computacional</li> <li>• Matemática com Informática</li> <li>• Matemática Computacional/ Física Computacional/ Física – Opção Informática</li> <li>• Programação de Sistemas (EII)</li> <li>• Sistemas de Informação/ Análise de Sistemas</li> <li>• Sistemas e Tecnologia da Informação (LP)</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de Informática)</li> <li>• Tecnologia da Informação e Comunicação</li> <li>• Tecnologia em Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação</li> <li>• Tecnologia em Desenvolvimento de Sistemas</li> <li>• Tecnologia em Projetos de Sistemas de Informações</li> <li>• Tecnologia em Sistemas da Informação</li> </ul>
<p><b>COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área</li> </ul>

<p><b>PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM <i>MARKETING</i></b></p>	<p>de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração/ Ciências Administrativas</li> <li>• Administração em <i>Marketing</i></li> <li>• Ciências Administrativas</li> <li>• Comercialização e Mercadologia (EII)</li> <li>• Comunicação Mercadológica</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> </ul>
<p><b>LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – ESPANHOL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letras – Neolatinas (G e LP)</li> <li>• Letras com Habilitação em Espanhol</li> <li>• Letras com Habilitação em Secretariado Executivo Bilíngue/ Espanhol</li> <li>• Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Espanhol</li> <li>• Secretário/ Secretariado Executivo com Habilitação em Espanhol</li> <li>• Tecnologia em Automação de Escritório e Secretariado/ Espanhol</li> <li>• Tecnologia em Formação de Secretário/ Espanhol</li> <li>• Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue/ Espanhol</li> <li>• Tradutor e Intérprete com Habilitação em Espanhol</li> </ul>
<p><b>CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração/ Ciências Administrativas (qualquer modalidade)</li> <li>• Administração de Sistemas de Informação</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Ciências Administrativas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologia em Gestão de Logística</li> <li>• Tecnologia em Logística (qualquer modalidade)</li> </ul>
<p><b>ESTRATÉGIAS DE <i>MARKETING</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Mercadológica</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> <li>• Administração em <i>Marketing</i></li> <li>• Comercialização e Mercadologia (EII)</li> </ul>
<p><b>ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração (qualquer modalidade)</li> <li>• Bacharel em Ciências Atuarias</li> <li>• Ciências Administrativas</li> <li>• Ciências Contábeis</li> <li>• Ciências Econômicas/ Economia</li> <li>• Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis</li> <li>• Ciências Jurídicas</li> <li>• Ciências Jurídicas e Sociais</li> <li>• Ciências Sociais (LP)/ Sociologia e Política (LP)/ Sociologia (LP)</li> <li>• Ciências Sociais/ Sociologia e Política/ Sociologia</li> <li>• Direito</li> <li>• Estudos Sociais com Habilitação em História (LP)</li> <li>• Filosofia</li> <li>• Filosofia (LP)</li> <li>• História</li> <li>• História (LP)</li> <li>• Pedagogia (G ou LP)</li> <li>• Psicologia</li> <li>• Psicologia (LP)</li> <li>• Relações Internacionais</li> <li>• Sociologia/ Ciências Sociais/ Sociologia e</li> </ul>

	<p>Política</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologia em Gestão (qualquer modalidade)</li> <li>• Tecnologia em Planejamento Administrativo</li> <li>• Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica</li> <li>• Tecnologia em Processos Gerenciais</li> </ul>
<b>GESTÃO DE VENDAS I E II</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Mercadológica</li> <li>• Comunicação Mercadológica (EII)</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> <li>• Administração em <i>Marketing</i></li> <li>• Comercialização e Mercadologia (EII)</li> </ul>
<b>LÍNGUA ESTRANGEIRA MODERNA – INGLÊS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letras com Habilitação em Inglês (LP)</li> <li>• Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Inglês</li> <li>• Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Inglês</li> <li>• Língua Inglesa – Modalidade Secretariado Bilíngue</li> <li>• Secretário/ Secretariado Executivo com Habilitação em Inglês</li> <li>• Tecnologia em Automação de Escritório e Secretariado/ Inglês</li> <li>• Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue/ Inglês</li> <li>• Tradutor e Intérprete com Habilitação em Inglês</li> </ul>
<b>LEGISLAÇÃO DE MERCADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direito</li> <li>• Ciências Jurídicas</li> <li>• Ciências Jurídicas e Sociais</li> </ul>
<b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Mercadológica</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Mercadológica (EII)</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> <li>• Administração em <i>Marketing</i></li> <li>• Comercialização e Mercadologia (EII)</li> </ul>
<p><b>COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em <i>Marketing</i></li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Psicologia</li> <li>• Psicologia (LP)</li> </ul>
<p><b>PESQUISA DE MERCADO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Mercadológica</li> <li>• Comunicação Mercadológica (EII)</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> <li>• Administração em <i>Marketing</i></li> <li>• Comercialização e Mercadologia (EII)</li> </ul>
<p><b>TÉCNICAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> <li>• Comunicação Mercadológica</li> <li>• Comunicação Mercadológica (EII)</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• Administração em <i>Marketing</i></li> </ul>
<p><b>ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração (EII)</li> <li>• Administração/ Ciências Administrativas (qualquer modalidade)</li> <li>• Ciências Administrativas</li> <li>• Ciências Contábeis</li> <li>• Ciências Econômicas/ Economia</li> <li>• Ciências Gerenciais e Orçamentárias</li> <li>• Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis</li> <li>• Contabilidade (EII)</li> <li>• Tecnologia em Gestão de Finanças</li> <li>• Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios</li> <li>• Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica</li> <li>• Tecnologia em Planejamento e Programação Econômica</li> <li>• Tecnologia em Programação Econômica</li> </ul>
<p><b>EMPREENDEDORISMO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração</li> <li>• Administração (EII)</li> <li>• Administração/ Ciências Administrativas</li> </ul>

	<p>(qualquer modalidade)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciências Administrativas</li> <li>• Ciências Contábeis</li> <li>• Ciências Econômicas/ Economia</li> <li>• Ciências Gerenciais</li> <li>• Ciências Gerenciais e Orçamentárias</li> <li>• Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis</li> <li>• Engenharia de Produção (qualquer modalidade)</li> <li>• Relações Internacionais</li> <li>• Tecnologia – modalidade Tecnólogo Executivo</li> <li>• Tecnologia em Gestão de Logística</li> <li>• Tecnologia em Gestão de Serviços</li> <li>• Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios</li> <li>• Tecnologia em Gestão Empresarial</li> <li>• Tecnologia em Logística (qualquer modalidade)</li> <li>• Tecnologia em Planejamento Administrativo</li> <li>• Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica</li> </ul>
<p><b>MARKETING INSTITUCIONAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Marketing</i></li> <li>• Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Publicidade</li> <li>• Publicidade (EII)</li> <li>• Publicidade e Propaganda</li> <li>• Publicidade, Propaganda e Criação/ Publicidade, Propaganda, Criação e Produção</li> <li>• Tecnologia (qualquer modalidade na área de <i>Marketing</i>, Propaganda ou Publicidade)</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e <i>Marketing</i></li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda</li> <li>• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas</li> <li>• Administração</li> <li>• Ciências Administrativas</li> </ul>

O quadro acima apresenta a indicação da formação e qualificação para a função docente. Para a organização dos concursos públicos, 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





## PARECER TÉCNICO

Análise dos Itens do Plano de Curso

### 1.1. Identificação da Instituição

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Os Planos de Curso das Habilitações Profissionais Técnicas de Nível Médio, das Especializações, das Habilitações Profissionais Técnicas de Nível Médio Integradas ao Ensino Médio são autorizadas para a Instituição “Centro Paula Souza”.

As Unidades Escolares para implantar o curso, já autorizado, deverão fazer solicitação ao Diretor Superintendente, em até 120 dias antes do início do curso, demonstrando que possuem todas as condições para a implantação do mesmo, de acordo com as determinações da Portaria Ceeteps ou seja:

- justificativa: relevância do curso para a região;
- objetivos: impacto social resultante da oferta do curso;
- infraestrutura: espaço físico, instalações, equipamentos, acervo bibliográfico, recursos humanos.

O grupo de supervisão, juntamente com o especialista da área do curso, visitam a Unidade Escolar e emitem parecer acerca do pedido, subsidiando o parecer do Coordenador de Ensino Médio e Técnico oferecido à decisão do Diretor-Superintendente a respeito da autorização da implantação.

### 1.2. Identificação do Curso

- Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de **TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**.
- Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios.

O Eixo Tecnológico propõe uma carga horária de 800 horas. O curso apresentado propõe um total de 3922 horas distribuídas em três séries anuais, com 1343 horas na primeira série, 1343 horas na segunda série e 1236 horas na terceira série, ou 4440 horas-aula com 1520 horas-aula na primeira série, 1520 horas-aula na segunda série e 1400 horas-aula na terceira série.

### 1.3. Justificativa e Objetivos

*Marketing* está relacionado às práticas que buscam compreender e satisfazer as necessidades e desejos dos indivíduos, de forma que se desenvolva um relacionamento a longo prazo cuja principal característica seja a relação do tipo ganha-ganha, onde tanto o consumidor/ cliente quanto a empresa saem beneficiados, dentro de um processo de vendas, e que tenham suas necessidades e desejos atendidas de forma satisfatória. O *marketing* surgiu para atender a essas necessidades de mercado e não estão limitadas a bens de consumo ou serviços, mas hoje admitti-se amplamente sua atuação e preocupação com as relações do indivíduo em seu ambiente social, político, econômico, virtual e também natural, de forma com que suas ações preservem a ética e a sustentabilidade tão viva em nosso dia-a-dia.

Apesar de encontrarmos suas raízes ao longo da história da humanidade, na própria gênese do comércio o *marketing* é um campo de estudo novo se comparado com os demais campos do saber. O estudo do mercado surgiu da necessidade dos industriais administrarem a nova realidade, oriunda Pós-Revolução Industrial que causou a transformação de um mercado de vendedores para um mercado de compradores. Neste estágio o *marketing* ainda é inseparável da economia e da administração clássica, pois inicialmente sua preocupação era puramente de logística e produtividade para a maximização dos lucros. Os consumidores/ clientes não tinham qualquer poder de escolha e a concorrência era praticamente inexistente. Tal realidade manteve-se inalterada até fins da Segunda Guerra Mundial quando então, reagindo ao crescimento da concorrência, marketeiros começaram a refletir e planejar sobre como atrair e lidar com seus consumidores.

Desta maneira, no curso de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO, a forma integrada foi elaborada de maneira consistente, alinhando a formação geral e a formação profissional com o mesmo foco e com os mesmos objetivos, permitindo que o aluno seja conduzido à formação profissional de maneira conjunta com o Ensino Médio na mesma instituição de ensino, com uma única matrícula. A Unidade Escolar deverá assegurar, simultaneamente, o cumprimento das finalidades determinadas para a formação geral e as condições de preparação para o exercício de profissões técnicas.

O TÉCNICO EM *MARKETING* é o profissional ético que colabora na elaboração do plano de *marketing* da empresa, de acordo com seu ramo ou porte, tendo a competência aliada ao domínio técnico e no planejamento e implementação de ações de vendas e ações de mercado. Executa tarefa de análise das vendas, preços e produtos. Operacionaliza as políticas de comunicação da empresa: fidelização de clientes, relação com fornecedores ou outras entidades. Operacionaliza políticas de apresentação dos produtos no ponto de venda. Executa o controle, estatísticas e operações de telemarketing. Participa na elaboração e na realização de estudos de mercado, interpreta e aplica a legislação da área.

A montagem do curso foi feita com a assessoria de profissionais graduados em Administração, Administração em *Marketing*, Comunicação Social, Letras, Pedagogia e Filosofia; especialistas em Recursos Humanos, Educação Pública, Espanhol, Publicidade e Propaganda; especialistas e mestres em Língua Portuguesa.

O objetivo do curso é formar o profissional para aplicar e formular estratégias de *marketing*, de armazenamento e distribuição de produtos, de compra, pré-venda, venda e pós-venda; identificar e interpretar a legislação que regule as atividades de comercialização; utilizar técnicas mercadológicas, de atração de clientes e de atendimento pessoal e por meios eletrônicos; acompanhar as entregas e analisar mapas de controle de estoques e produtos; interpretar resultados de estudos de mercado, econômicos ou tecnológicos utilizando-os no processo de gestão; criar e desenvolver técnicas para o relacionamento entre empresa e consumidor.

#### **1.4. Perfil Profissional**

O perfil profissional proposto define a identidade do curso e está descrito de acordo com o proposto no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios.

As competências gerais, atribuições e atividades estão baseadas na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO):

Títulos
<b>2531 – Profissionais de Relações Públicas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2531-10 – Redator de Publicidade;</li><li>• 2531-15 – Agente Publicitário;</li><li>• 2531-20 – Analista de Negócios;</li><li>• 2531-25 – Analista de Pesquisa de Mercado.</li></ul>
<b>1423 – Gerentes de Comercialização, Marketing e Comunicação:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 1423-10 – Gerente de Comunicação;</li><li>• 1423-15 – Gerente de Marketing;</li><li>• 1423-20 – Gerente de Vendas.</li></ul>

O mercado de trabalho proposto está coerente com o proposto no C.N.C.T. e com as áreas de atuação.

## 1.5. Organização Curricular

**1.5.1.** O curso foi organizado dando atendimento ao que determina a Resolução CNE/CEB nº 04/99 atualizada pela Resolução CNE/CEB nº 01/2005, Resolução CNE/CEB 03/98, Resolução CNE/CEB 04/2010, a Resolução CNE/CEB nº 03/2008, a Deliberação CEE nº 105/2011 e as Indicações CEE nº 08/2000 e 108/2011, assim como as competências profissionais identificadas pelo Ceeteps, com a participação da comunidade escolar.

O curso é estruturado em três séries, articuladas com 1343 horas na primeira série, 1343 horas na segunda série e 1236 na terceira série.

O itinerário formativo propõe que a 1ª SÉRIE do curso não comporta terminalidade e será destinada à construção de um conjunto de competências que subsidiarão o desenvolvimento de competências mais complexas, previstas para as séries subsequentes. A conclusão da 1ª e 2ª SÉRIES possibilitará a Qualificação Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS, que é o profissional que assessora nos processos de pré-venda e pós-venda da empresa, na elaboração de estratégias de *marketing* e comunicação com o mercado de forma ética, buscando sempre identificar o público-alvo e as suas necessidades. Acompanha os processos de distribuição e armazenamento de produtos para garantir resultados à empresa. Utiliza tecnologias nas relações de compra e venda, assegurando o desenvolvimento de um relacionamento duradouro com o cliente.

A formação profissional é organizada por componentes curriculares que indicam as competências e habilidades a serem construídas e bases tecnológicas, que são conhecimentos a serem adquiridos e sua carga horária, tanto teórica com a carga horária da parte prática desenvolvida em laboratórios.

O proposto nos componentes curriculares está coerente e suficiente para atingir o perfil proposto para o perfil profissional de conclusão.

O perfil profissional de conclusão está coerente com o perfil proposto ao C.N.C.T., assim como os temas propostos estão incluídos em todos os componentes curriculares do curso.

A organização curricular do Ensino Médio está plenamente aderente às competências requeridas pelo perfil de conclusão proposto e com as determinações emanadas da Lei nº 9394/96, do Decreto Federal nº 5154/2004, da Resolução CNE/CEB nº 04/99 atualizada pela Resolução CNE/CEB nº 01/2005, do Parecer CNB/CEB nº 11/2008, Resolução CNE/CEB nº 03/2008, da Deliberação CEE 105/2011, das Indicações CEE 08/2000 e 108/2011.

As instalações e equipamentos e a habilitação do corpo docente são adequados ao desenvolvimento da proposta curricular.

### **1.5.2. A Metodologia Proposta**

O currículo organizado por competências propõe aprendizagem focada no aluno, enquanto sujeito de seu próprio desenvolvimento. O processo de aprendizagem propõe a definição de projeto, problemas e/ ou questões geradoras que orientam e estimulam a investigação, o pensamento e as ações e a solução de problemas.

A problematização, a interdisciplinaridade, a contextualização e os ambientes de formação se constituem em ferramentas básicas para a construção de competências, habilidades, atitudes e informações.

### **1.5.3. Trabalho de Conclusão de Curso**

O Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo a sistematização do conhecimento pertinente à profissão e será desenvolvido mediante controle, orientação e avaliação docente; permitirá aos alunos o conhecimento do campo de atuação profissional, com suas peculiaridades, demandas e desafios.

O Trabalho de Conclusão de Curso envolverá necessariamente uma pesquisa empírica, que será somada à pesquisa bibliográfica e dará embasamento prático e teórico ao trabalho.

A atividade, em número de 120 (cento e vinte) horas, destinadas ao desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, será acrescentada às aulas previstas para o curso e constarão do histórico escolar.

### **1.5.4. O Estágio Supervisionado**

O curso não exige o cumprimento do estágio supervisionado e sua matriz curricular conta com, aproximadamente, 760 horas-aula de práticas profissionais, que serão desenvolvidas na escola ou em empresas da região, por meio de simulações, experiências, ensaios e demais técnicas de ensino que permitam a vivência dos alunos em situações próximas da realidade do mercado de trabalho.

O aluno, a seu critério, poderá realizar, enquanto estiver cursando, o estágio supervisionado. Quando realizado, as horas efetivamente cumpridas deverão constar do histórico escolar. A escola acompanhará as atividades de estágio definido no “Plano de Estágio Supervisionado”.

**1.6.** Os critérios de “Aproveitamento de Estudos” e os critérios de “Avaliação de Aprendizagem” estão propostos de acordo com a legislação vigente e o contido no Regimento Comum das Escolas Técnicas Estaduais do Centro Estadual de Educação Tecnológica do Centro Paula Souza.

### **1.7. Instalações, Materiais, Equipamentos, Acervo Bibliográfico**

As instalações propostas para as aulas teóricas e aulas práticas correspondem às necessidades de cada componente curricular a ser desenvolvido, assim como atendem às propostas estabelecidas para o desenvolvimento do curso, as referências bibliográficas e os materiais e equipamentos.

### **1.8. Pessoal Docente e Técnico**

Toda Unidade Escolar conta com:

- Diretor de Escola;
- Diretor de Serviço Administrativo;
- Diretor de Serviço Acadêmico;
- Coordenador Pedagógico;
- Coordenador de Área;
- Grupo de Apoio;
- Docentes.

A habilitação dos docentes está organizada de acordo com o componente curricular que o mesmo deverá desenvolver. Esta relação regulamenta, também, os concursos públicos e a atribuição de aulas.

São Paulo, 05 de outubro de 2011.

Marcelo Augusto Mira Pugim  
RG 40.436.444-5

Marcelo Augusto Mira Pugim é graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e especialista em *Marketing* e Vendas, bem como colabora em projetos da Unidade de Ensino Médio e Técnico do Centro Paula Souza.

## PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 03-10-2011

O Coordenador de Ensino Médio e Técnico do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza designa **Sabrina Rodero Ferreira Gomes**, R.G. 19.328.301, **Ivone Marchi Lainetti Ramos**, R.G. 12.308.925-6 e **Sônia Regina Corrêa Fernandes**, R.G. 9.630.740-7, para procederem à análise e emitirem aprovação do Plano de Curso da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO, incluindo a Qualificação Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps.

São Paulo, 03 de outubro de 2011.

**ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO**  
*Coordenador de 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, aprova o Plano de Curso do Eixo Tecnológico de “Gestão e Negócios”, referente à Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO, incluindo a Qualificação Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 17-10-2011.

São Paulo, 17 de outubro de 2011.

---

**Sabrina Rodero Ferreira  
Gomes**

**R.G. 19.328.301**

**Supervisor Educacional**

---

**Ivone Marchi Lainetti  
Ramos**

**R.G. 12.308.925-6**

**Supervisor Educacional**

---

**Sônia Regina C. Fernandes**

**R.G. 9.630.740-7**

**Diretor de Departamento  
Supervisor Educacional**



## PORTARIA CETEC Nº 99, DE 17-10-2011

O Coordenador de Ensino Médio e Técnico, no uso de suas atribuições, com fundamento na Resolução SE nº 78, de 07/11/2008, e nos termos da Lei Federal 9394/96, Decreto Federal nº 5154/04, Parecer CNE/CEB 39/2004, Resolução CNE/CEB 04/99 atualizada pela Resolução CNE/CEB 01/2005, Resolução CNE/CEB 03/98, Resolução CNE/CEB 04/2010, Parecer CNE/CEB nº 11, de 12/06/2008, Resolução CNE/CEB nº 03, de 09/07/08, Deliberação CEE 105/2011, das Indicações CEE 08/2000 e 108/2011 e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, expede a presente Portaria:

**Artigo 1º** – Fica aprovado, nos termos da Deliberação CEE nº 105/2011 e do item 14.5 da Indicação CEE 08/2000, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Gestão e Negócios”, da seguinte Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio:

- a) TÉCNICO EM *MARKETING* INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO, incluindo a Qualificação Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS.

**Artigo 2º** – O curso referido no artigo anterior está autorizado a ser implantado na Rede de Escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 17-10-2011.

**Artigo 3º** – Esta portaria entrará em vigor na data de sua publicação, retroagindo seus efeitos a 17-10-2011.

São Paulo, 17 de outubro de 2011.

**ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO**

*Coordenador de Ensino Médio e Técnico*

Publicada no Diário Oficial de 18-10-2011 – Poder Executivo – Seção I – Página 88.

## PORTARIA CETEC Nº 134, DE 4-10-2012

O Coordenador de Ensino Médio e Técnico, com fundamento na Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008, e nos termos da Lei Federal n.º 9394/96, Decreto Federal n.º 5154/2004, Parecer CNE/CEB n.º 39/2004, Lei Federal n.º 11741/2008, Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012, Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012, Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010, Parecer CNE/CEB n.º 5, de 4-5-2011, Parecer CNE/CEB n.º 11, de 12-6-2008, Resolução CNE/CEB n.º 3, de 9-7-2008, alterada pela Resolução CNE/CEB n.º 4, de 6-6-2012, Deliberação CEE n.º 105/2011, das Indicações CEE n.º 8/2000 e n.º 108/2011 e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, expede a presente Portaria:

**Artigo 1º** - Fica aprovado, nos termos da Deliberação CEE n.º 105/2011 e do item 14.5 da Indicação CEE n.º 08/2000, o Plano de Curso do Eixo Tecnológico “Gestão e Negócios”, da seguinte Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio:

- a) Técnico em Marketing Integrado ao Ensino Médio, incluindo a Qualificação Técnica de Nível Médio de Assistente de Vendas.

**Artigo 2º** - O curso referido no artigo anterior está autorizado a ser implantado na Rede de Escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 4-10-2012.

**Artigo 3º** - Esta portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

São Paulo, 04 de outubro de 2012.

**ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO**

*Coordenador de Ensino Médio e Técnico*

**Publicada no Diário Oficial de 05-10-2012 – Poder Executivo – Seção I – Página 38.**

## **Portaria Cetec – 735, de 10-9-2015**

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico, no uso de suas atribuições, com fundamento nos termos da Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996 (e suas respectivas atualizações), na Resolução CNE/CEB n.º 1, de 5-12-2014, na Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012, na Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012, na Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010, na Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008, no Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004, no Parecer CNE/CEB n.º 5, de 4-5-2011, no Parecer CNE/CEB n.º 39/2004, no Parecer CNE/CEB n.º 11, de 12-6-2008, na Deliberação CEE N.º 105/2011, na Indicação CEE n.º 108/2011, na Indicação CEE 8/2000 e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, expede a presente Portaria:

Artigo 1º - Ficam aprovados, nos termos da seção IV-A da Lei Federal n.º 9394/96, do item 14.5 da Indicação CEE n.º 8/2000, os Planos de Curso do Eixo Tecnológico “Gestão e Negócios”, das seguintes Habilitações Profissionais:

- a) Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar Administrativo e de Assistente Administrativo;
- b) Técnico em Marketing Integrado ao Ensino Médio, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Vendas;
- c) Técnico em Secretariado Integrado ao Ensino Médio, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Secretaria e de Assessor Empresarial e de Eventos;
- d) Técnico em Serviços Jurídicos Integrado ao Ensino Médio. Artigo 2º - Os cursos referidos no artigo anterior estão autorizados a serem implantados na Rede de Escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 10-9-2015.

Artigo 3º - Esta portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

**ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO**

*Coordenador de Ensino Médio e Técnico*

**Publicada no DOE de 11-09-2015, seção I, página 53.**

**ANEXO I**

**MATRIZES CURRICULARES ANTERIORES**

**EIXO TECNOLÓGICO: GESTÃO E NEGÓCIOS**

**Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO (PERÍODO DIURNO)**

Lei Federal n.º 9394/96, Decreto Federal n.º 5154/2004, Resolução CNE/CEB 4/99 atualizada pela Resolução CNE/CEB 1/2005, Resolução CNE/CEB 3/98, Resolução CNE/CEB 4/2010, Parecer CNE/CEB n.º 11, de 12-6-2008, Resolução CNE/CEB n.º 03, de 9-7-2008, Deliberação CEE 105/2011, das Indicações CEE 08/2000 e 108/2011.

Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec n.º 99, de 17-10-2011, publicada no DOE de 18-10-2011, seção I, página 88.

	Áreas de Conhecimento	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-Aula				Carga Horária em Horas	
			1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total		
Ensino Médio	Base Nacional Comum	Língua Portuguesa e Literatura	160	160	160	480	424	
		Arte	80	-	-	80	71	
		Educação Física	80	80	80	240	212	
	Ciências Humanas e Suas Tecnologias	História	80	80	80	240	212	
		Geografia	80	80	80	240	212	
		Filosofia	40	40	40	120	106	
	Ciências da Natureza, Matemática e suas Tecnologias	Sociologia	40	40	40	120	106	
		Matemática	120	120	120	360	318	
		Física	80	80	80	240	212	
		Química	80	80	80	240	212	
			Biologia	80	80	80	240	212
	<b>Total da Base Nacional Comum</b>			<b>920</b>	<b>840</b>	<b>840</b>	<b>2600</b>	<b>2297</b>
	Parte Diversificada	Língua Estrangeira Moderna – Inglês	80	80	80	240	212	
		Língua Estrangeira Moderna – Espanhol	-	80	80	160	141	
	<b>Total da Parte Diversificada</b>			<b>80</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>400</b>	<b>353</b>
	<b>Total do Ensino Médio</b>			<b>1000</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>	<b>3000</b>	<b>2650</b>
Formação Profissional	Introdução ao Marketing	120	-	-	120	106		
	Legislação de Mercado	80	-	-	80	71		
	Comunicação Mercadológica	80	-	-	80	71		
	Comportamento do Consumidor	80	-	-	80	71		
	Aplicativos Informatizados em Marketing	80	-	-	80	71		
	Gestão de Vendas I e II	80	80	-	160	141		
	Ética e Cidadania Organizacional	-	40	-	40	35		
	Administração Financeira	-	80	-	80	71		
	Pesquisa de Mercado	-	80	-	80	71		
	Estratégias de Marketing	-	120	-	120	106		
	Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	-	120	-	120	106		
	Canais de Distribuição	-	-	80	80	71		
	Marketing Institucional	-	-	80	80	71		
	Empreendedorismo	-	-	80	80	71		
	Plano de Comunicação	-	-	80	80	71		
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	-	-	80	80	71		
<b>Total da Formação Profissional</b>			<b>520</b>	<b>520</b>	<b>400</b>	<b>1440</b>	<b>1272</b>	
<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>			<b>1520</b>	<b>1520</b>	<b>1400</b>	<b>4440</b>	<b>3922</b>	

1ª série: SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA  
 1ª + 2ª séries: Qualificação Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS  
 1ª + 2ª + 3ª séries: Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM MARKETING

Carga Horária Semanal: 40 horas-aula (horas-aula de 50 minutos).

a) Sem espanhol:

MATRIZ CURRICULAR							
Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	CURSO	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO (PERÍODO DIURNO)				
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Resolução CNE/CEB n.º 4, de 6-6-2012, Resolução n.º 6, de 20-9-2012, Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012 e Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004; Parecer CNE/CEB n.º 5, de 4-5-2011; Indicação CEE 8/2000. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 134, de 4-10-2012, publicada no Diário Oficial de 5-10-2012 – Poder Executivo – Seção I – página 38.							
Ensino Médio (Base Nacional Comum e Parte Diversificada) e Formação Profissional	Componentes Curriculares		Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
			1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional		160	160	160	480	424
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional		80	80	80	240	212
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol		-	*	*	*	*
	Arte		80	-	-	80	71
	Educação Física		80	80	80	240	212
	Aplicativos Informatizados em Marketing		80	-	-	80	71
	História		80	80	80	240	212
	Geografia		80	80	80	240	212
	Filosofia		40	40	40	120	106
	Sociologia		40	40	40	120	106
	Física		80	80	80	240	212
	Química		80	80	80	240	212
	Biologia		80	80	80	240	212
	Matemática		120	120	120	360	318
	Introdução ao Marketing		120	-	-	120	106
	Legislação de Mercado		80	-	-	80	71
	Comunicação Mercadológica		80	-	-	80	71
	Comportamento do Consumidor		80	-	-	80	71
	Gestão de Vendas I e II		80	80	-	160	141
	Ética e Cidadania Organizacional		-	40	-	40	35
	Administração Financeira		-	80	-	80	71
	Pesquisa de Mercado		-	80	-	80	71
	Estratégias de Marketing		-	120	-	120	106
	Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica		-	120	-	120	106
	Canais de Distribuição		-	-	80	80	71
Marketing Institucional		-	-	80	80	71	
Empreendedorismo		-	-	80	80	71	
Plano de Comunicação		-	-	80	80	71	
Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing		-	-	80	80	71	
<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>			<b>1520</b>	<b>1440</b>	<b>1320</b>	<b>4280</b>	<b>3784</b>
<b>Observação</b>							
* – Os conhecimentos da “Língua Estrangeira Moderna – Espanhol” serão desenvolvidos a critério da Unidade Escolar.							
<b>1ª série: SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA</b>							
<b>1ª + 2ª séries: Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS</b>							
<b>1ª + 2ª + 3ª séries: Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING</b>							
A distribuição de Componentes Curriculares da Base Nacional Comum, da Parte Diversificada e da Formação Profissional está estipulada no Plano de Curso e atende à legislação. Carga Horária Semanal Máxima: 40 horas-aula semanais (horas-aula de 50 minutos). Os componentes curriculares Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional e Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional pertencem à Base Nacional Comum do Ensino Médio e seguem o mesmo Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência dos componentes curriculares Língua Portuguesa e Literatura e Língua Estrangeira Moderna – Inglês, respectivamente, bem como as diretrizes legais do Ensino Médio.							

b) Com espanhol:

MATRIZ CURRICULAR						
Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	CURSO	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO</b> (PERÍODO DIURNO)			
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Resolução CNE/CEB n.º 4, de 6-6-2012, Resolução n.º 6, de 20-9-2012, Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012 e Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004; Parecer CNE/CEB n.º 5, de 4-5-2011; Indicação CEE 8/2000. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 134, de 4-10-2012, publicada no Diário Oficial de 5-10-2012 – Poder Executivo – Seção I – página 38.						
	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
		1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
Ensino Médio (Base Nacional Comum e Parte Diversificada) e Formação Profissional	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional	160	160	160	480	424
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional	80	80	80	240	212
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol	-	80	80	160	141
	Arte	80	-	-	80	71
	Educação Física	80	80	80	240	212
	Aplicativos Informatizados em <i>Marketing</i>	80	-	-	80	71
	História	80	80	80	240	212
	Geografia	80	80	80	240	212
	Filosofia	40	40	40	120	106
	Sociologia	40	40	40	120	106
	Física	80	80	80	240	212
	Química	80	80	80	240	212
	Biologia	80	80	80	240	212
	Matemática	120	120	120	360	318
	Introdução ao <i>Marketing</i>	120	-	-	120	106
	Legislação de Mercado	80	-	-	80	71
	Comunicação Mercadológica	80	-	-	80	71
	Comportamento do Consumidor	80	-	-	80	71
	Gestão de Vendas I e II	80	80	-	160	141
	Ética e Cidadania Organizacional	-	40	-	40	35
	Administração Financeira	-	80	-	80	71
	Pesquisa de Mercado	-	80	-	80	71
	Estratégias de <i>Marketing</i>	-	120	-	120	106
	Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	-	120	-	120	106
	Canais de Distribuição	-	-	80	80	71
	<i>Marketing</i> Institucional	-	-	80	80	71
	Empreendedorismo	-	-	80	80	71
	Plano de Comunicação	-	-	80	80	71
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em <i>Marketing</i>	-	-	80	80	71
	<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>		<b>1520</b>	<b>1520</b>	<b>1400</b>	<b>4440</b>
<b>1ª série: SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA</b> <b>1ª + 2ª séries: Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE VENDAS</b> <b>1ª + 2ª + 3ª séries: Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING</b>						
A distribuição de Componentes Curriculares da Base Nacional Comum, da Parte Diversificada e da Formação Profissional está estipulada no Plano de Curso e atende à legislação. Carga Horária Semanal Máxima: 40 horas-aula semanais (horas-aula de 50 minutos). Os componentes curriculares Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional e Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional pertencem à Base Nacional Comum do Ensino Médio e seguem o mesmo Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência dos componentes curriculares Língua Portuguesa e Literatura e Língua Estrangeira Moderna – Inglês, respectivamente, bem como as diretrizes legais do Ensino Médio.						

### C) Sem Espanhol

MATRIZ CURRICULAR						
Eixo Tecnológico	<b>GESTÃO E NEGÓCIOS</b>					
Curso	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO</b> (Período Diurno)					
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Lei Federal n.º 11741/2008; Resolução CNE/CEB n.º 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012; Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012; Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 735, de 10-9-2015, publicada no Diário Oficial de 11-9-2015 – Poder Executivo – Seção I – página 53.						
	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
		1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
Ensino Médio (Base Nacional Comum e Parte Diversificada) e Formação Profissional	Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional	160	160	160	480	424
	Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional	80	80	80	240	212
	Língua Estrangeira Moderna – Espanhol	*	-	-	*	*
	Arte	120	-	-	120	106
	Educação Física	80	80	80	240	212
	Aplicativos Informatizados em Marketing	80	-	-	80	71
	História	80	80	80	240	212
	Geografia	80	80	80	240	212
	Filosofia	40	40	40	120	106
	Sociologia	40	40	40	120	106
	Física	80	80	80	240	212
	Química	80	80	80	240	212
	Biologia	80	80	80	240	212
	Matemática	160	160	160	480	424
	Introdução ao Marketing	120	-	-	120	106
	Legislação de Mercado	80	-	-	80	71
	Comunicação Mercadológica	80	-	-	80	71
	Comportamento do Consumidor	80	-	-	80	71
	Gestão de Vendas I e II	80	80	-	160	141
	Ética e Cidadania Organizacional	-	40	-	40	35
	Administração Financeira	-	80	-	80	71
	Pesquisa de Mercado	-	80	-	80	71
	Estratégias de Marketing	-	120	-	120	106
	Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	-	120	-	120	106
	Canais de Distribuição	-	-	80	80	71
	Marketing Institucional	-	-	80	80	71
	Empreendedorismo	-	-	80	80	71
	Plano de Comunicação	-	-	80	80	71
Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	-	-	80	80	71	
<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>		<b>1600</b>	<b>1480</b>	<b>1360</b>	<b>4440</b>	<b>3925</b>
Componentes curriculares da Formação Profissional com aulas integralmente práticas (100% da carga horária prática)	1ª Série	Aplicativos Informatizados em Marketing; Comunicação Mercadológica.				
	2ª Série	Administração Financeira; Pesquisa de Mercado; Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica.				
	3ª Série	Marketing Institucional; Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing (divisão de classes em turmas).				
Certificados e Diploma	1ª Série	Sem certificação técnica				
	1ª + 2ª Série	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de <b>ASSISTENTE DE VENDAS</b>				
	1ª + 2ª + 3ª Série	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING</b>				
Observações	* – Os conhecimentos da “Língua Estrangeira Moderna – Espanhol” serão desenvolvidos por meio do Centro de Estudo de Línguas – CEL – ou de projeto HAE (conforme matriz curricular homologada). Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. A distribuição de Componentes Curriculares da Base Nacional Comum, da Parte Diversificada e da Formação Profissional consta do Plano de Curso e atende à legislação. Carga Horária Semanal Máxima: 40 horas-aula semanais (horas-aula de 50 minutos).					

### D) Com Espanhol

<b>MATRIZ CURRICULAR</b>						
Eixo Tecnológico	<b>GESTÃO E NEGÓCIOS</b>					
Curso	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO</b> (Período Diurno)					
Lei Federal n.º 9394, de 20-12-1996; Lei Federal n.º 11741/2008; Resolução CNE/CEB n.º 1, de 5-12-2014; Resolução CNE/CEB n.º 6, de 20-9-2012; Resolução CNE/CEB n.º 2, de 30-1-2012; Resolução CNE/CEB n.º 4, de 13-7-2010; Resolução SE n.º 78, de 7-11-2008; Decreto Federal n.º 5154, de 23-7-2004. Plano de Curso aprovado pela Portaria Cetec – 735, de 10-9-2015, publicada no Diário Oficial de 11-9-2015 – Poder Executivo – Seção I – página 53.						
Ensino Médio (Base Nacional Comum e Parte Diversificada) e Formação Profissional	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
		1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
		2016	2017	2018		
Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Profissional	160	160	160	480	424	
Língua Estrangeira Moderna – Inglês e Comunicação Profissional	80	80	80	240	212	
Língua Estrangeira Moderna – Espanhol	80	-	-	80	71	
Arte	120	-	-	120	106	
Educação Física	80	80	80	240	212	
Aplicativos Informatizados em Marketing	80	-	-	80	71	
História	80	80	80	240	212	
Geografia	80	80	80	240	212	
Filosofia	40	40	40	120	106	
Sociologia	40	40	40	120	106	
Física	80	80	80	240	212	
Química	80	80	80	240	212	
Biologia	80	80	80	240	212	
Matemática	160	160	160	480	424	
Introdução ao Marketing	120	-	-	120	106	
Legislação de Mercado	80	-	-	80	71	
Comunicação Mercadológica	80	-	-	80	71	
Comportamento do Consumidor	80	-	-	80	71	
Gestão de Vendas I e II	80	80	-	160	141	
Ética e Cidadania Organizacional	-	40	-	40	35	
Administração Financeira	-	80	-	80	71	
Pesquisa de Mercado	-	80	-	80	71	
Estratégias de Marketing	-	120	-	120	106	
Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	-	120	-	120	106	
Canais de Distribuição	-	-	80	80	71	
Marketing Institucional	-	-	80	80	71	
Empreendedorismo	-	-	80	80	71	
Plano de Comunicação	-	-	80	80	71	
Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	-	-	80	80	71	
<b>TOTAL GERAL DO CURSO</b>		<b>1680</b>	<b>1480</b>	<b>1360</b>	<b>4520</b>	<b>3996</b>
<b>Componentes curriculares da Formação Profissional com aulas integralmente práticas (100% da carga horária prática)</b>	<b>1ª Série</b>	Aplicativos Informatizados em Marketing; Comunicação Mercadológica.				
	<b>2ª Série</b>	Administração Financeira; Pesquisa de Mercado; Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica.				
	<b>3ª Série</b>	Marketing Institucional; Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing (divisão de classes em turmas).				
<b>Certificados e Diploma</b>	<b>1ª Série</b>	Sem certificação técnica				
	<b>1ª + 2ª Série</b>	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de <b>ASSISTENTE DE VENDAS</b>				
	<b>1ª + 2ª + 3ª Série</b>	Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING</b>				
<b>Observações</b>	Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. A distribuição de Componentes Curriculares da Base Nacional Comum, da Parte Diversificada e da Formação Profissional consta do Plano de Curso e atende à legislação.					