

Nome da Instituição	Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
CNPJ	62823257/0001-09
Data	01-08-2022 Plano de Curso atualizado em 03-02-2023
Número do Plano	858
Eixo Tecnológico	Gestão e Negócios

Plano de Curso para	
01. Habilitação 2ª + 3ª SÉRIES	ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM <i>MARKETING</i> – PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)
Carga Horária	3870 horas
Estágio	0000 horas
TCC	120 horas
02. Qualificação 2ª SÉRIE	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE <i>MARKETING</i>
Carga Horária	2580 horas

- ✓ Presidente do Conselho Deliberativo
Laura M. J. Laganá
- ✓ Diretora Superintendente
Laura M. J. Laganá
- ✓ Vice-diretora Superintendente
Emilena Lorezon Bianco
- ✓ Chefe de Gabinete
Armando Natal Maurício
- ✓ Coordenador do Ensino Médio e Técnico
Almério Melquíades de Araújo

Coordenação

Almério Melquíades de Araújo

Mestre em Educação

Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Organização:

Gilson Rede

Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional

Especialista em Gestão Empresarial e em Gestão de Negócios

Bacharel em Administração

Diretor de Departamento

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

Maicon Henrique de Oliveira

Especialista em Gestão Empresarial

Tecnólogo em Logística

Coordenador de Projetos do Eixo Tecnológico Gestão e Negócios

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

Colaboração

Equipe Pedagógico – Administrativa

Adriano Paulo Sasaki

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

Amanda Neves Pinto Ferreira Pellicari

Mestra em Educação
Pós-graduada em Docência do Ensino Superior
Licenciada em Construção Civil e em Artes
Arquiteta e Urbanista
Coordenadora de Projetos – Infraestrutura e Área de Linguagens
e suas Tecnologias
Etec Vasco Antonio Menchiarutti

Andréa Marquezini

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

Dayse Victoria da Silva Assumpção

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

Elaine Cristina Cendretti

Especialista em Administração Escolar, Supervisão e Orientação
Licenciada em Matemática e Mecânica
Tecnóloga em Projetos Mecânicos

Coordenadora de Projetos - Gestão Documental
Área de Matemática e suas Tecnologias
Área de Ciências da Natureza e suas Tecnologias
Etec Prof. José Sant'Ana de Castro

Joyce Maria de Sylva Tavares Bartelega

Mestra em Física
Especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho
Especialista em Gestão Ambiental
Licenciada em Engenharia Elétrica
Coordenadora de Projetos - Área Segurança do Trabalho
Etec Alfredo de Barros Santos

Luciano Carvalho Cardoso

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

Marcio Prata

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

Meiry Aparecida de Campos

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

Talita Trejo Silva Gomes

Tecnóloga em Gestão Financeira
Assessora Administrativa

Ceeteps

Equipe de Professores Especialistas

David Ferreira Afonso

Especialista em Propaganda e Marketing
Licenciado em Marketing
Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Etec Professor Camargo Aranha

Kelly Luana Miranda Rouge Arruda

Especialista em Logística
Especialista em RII – Matemática
Especialista em Neuropsicopedagogia
Bacharela em Administração
Bacharela em Engenharia de Produção
Etec Fernando Prestes

Matheus Pereira Graciano

Especialista em Marketing
Tecnólogo em Gestão Empresarial
Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda
Etec Doutor Francisco Nogueira de Lima

Maria da Conceição Medeiros

Mestra em Administração
Especialista em Logística Empresarial e Supply Chain
Bacharela em Administração
Licenciada em Pedagogia
Etec Professora Maria Cristina Medeiros

Raimundo Donizete de Camargo

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

Parceiros

Like Up Comunicações Ltda.

CNPJ: 31.444.285/0001-83

Cintia Gales Tasca Dantas

Graduada em Administração

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS.....	8
CAPÍTULO 2	REQUISITOS DE ACESSO	16
CAPÍTULO 3	PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....	17
CAPÍTULO 4	ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	28
CAPÍTULO 5	CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES	106
CAPÍTULO 6	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM.....	107
CAPÍTULO 7	INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	109
CAPÍTULO 8	PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	127
CAPÍTULO 9	CERTIFICADO E DIPLOMA.....	162
	PARECER TÉCNICO	163
	PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 15-08-2022	164
	APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO.....	165
	PORTARIA CETEC Nº 2477, DE 05-12-2022.....	166
	ANEXO - SUGESTÃO METODOLÓGICA.....	169

CAPÍTULO 1 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

1.1. Justificativa

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Fontes de Consulta:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.2. Objetivos

O curso de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** tem como objetivos capacitar o aluno para:

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

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

1.3. Organização do Curso

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

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

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

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

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

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

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

Fontes de Consulta:

1. **BRASIL** Ministério da Educação. **Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos**. Brasília: MEC - 4ª Edição - 2020. Eixo Tecnológico: “Gestão e Negócios” Disponível em: <https://www.crt03.gov.br/wp-content/uploads/2021/06/CNCT-CRT-03.pdf>. Acesso em: 28 set. 2022.
2. **BRASIL** Ministério do Trabalho e do Emprego – Classificação Brasileira de Ocupações – CBO 2010 – Síntese das ocupações profissionais. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/home.jsf>. Acesso em: 28 set. 2022.

Títulos
1423 – GERENTES DE COMERCIALIZAÇÃO, MARKETING E COMUNICAÇÃO
1423-10 - Gerente de Comunicação
1423-15 - Gerente de Marketing
1423-20 - Gerente de Vendas
1423-25 - Relações Públicas

1423-30 - Analista de Negócios

1423-35 - Analista de Pesquisa de Mercado

1423-40 – Ouvidor

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

CAPÍTULO 2 REQUISITOS DE ACESSO

O ingresso no Curso **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** dar-se-á por meio de processo classificatório para alunos que tenham concluído o nono ano do Ensino Fundamental – Anos Finais ou equivalente.

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

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

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

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

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

CAPÍTULO 3

PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

3ª SÉRIE

ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)

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

Perfil empreendedor

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

Formação Técnica e Profissional relacionada ao Eixo Estruturante de Empreendedorismo

O presente curso encontra-se em convergência com a proposta de Itinerários Formativos prevista pela Lei 13.415/17, Base Nacional Comum Curricular, Currículo Paulista e as Diretrizes Curriculares do Ensino Médio. Dessa forma, é prerrogativa da modalidade de oferta do Ensino Médio Técnico e Profissional a composição de itinerário para esse fim.

Em conformidade com a Resolução nº3, de 2018, atenta-se para o fato de que a organização curricular de itinerários formativos deve ser orientada por, pelo menos, um Eixo

Estruturante, que direciona o itinerário para uma perspectiva de ação, práticas e pesquisas que abrem o horizonte profissionalizante e de projeto de vida (conforme Resolução nº 3, Art. 12, §2º). Ainda em conformidade com os referidos documentos, a adoção do Eixo Estruturante não implica a constituição de componente curricular, desde que as Habilidades Específicas associadas ao Eixo Estruturante de Empreendedorismo e as Habilidades relacionadas às Competências Gerais do Ensino Médio e ao Eixo Estruturante de Empreendedorismo estejam preservadas.

Considerando essas características, para o Ensino Médio Técnico e Profissional foi mantida a sistematização do Empreendedorismo como Eixo Estruturante, organizado por Atribuições Empreendedoras aplicadas às nomenclaturas funcionais de Planejamento, Execução e Controle, bem como às Áreas de Ação Empreendedora de Análise e Planejamento, Ações Comportamentais e Atitudinais, Liderança, Integração Social, Criatividade e Inovação, estruturadas em alinhamento direto com as habilidades da Formação Técnica e Profissional relacionadas ao Eixo Estruturante de Empreendedorismo, como segue:

Habilidades relacionadas às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidades específicas associadas ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional.
(EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.	(EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios.

(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
--	---

A distribuição das habilidades indicadas acima ocorre em conformidade com a correlação entre estas habilidades e as atribuições empreendedoras, apresentada nos Componentes Curriculares em que as atribuições correlatas forem alocadas, cumprindo, dessa forma, a função prevista pelos Eixos Estruturantes.

MERCADO DE TRABALHO

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

COMPETÊNCIAS PESSOAIS/SOCIOEMOCIONAIS

- ❖ Demonstrar habilidade na resolução de conflitos.
- ❖ Comprometer-se com projetos e metas atribuídos.
- ❖ Contribuir para o alcance de objetivos organizacionais.
- ❖ Demonstrar capacidade de análise e tomada de decisão.
- ❖ Desenvolver relações interpessoais no ambiente de trabalho.
- ❖ Estar atento às novas tendências sociais, mercadológicas e tecnológicas.
- ❖ Demonstrar capacidade de propor soluções aos problemas existentes no âmbito organizacional.

Ao concluir o **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)**, o aluno deverá ter construído as seguintes competências:

2ª SÉRIE

- Identificar sistema de informação marketing.
- Analisar perfil e comportamento do consumidor.
- Analisar e avaliar os ambientes externos e internos.
- Elaborar, aplicar e interpretar pesquisas mercadológicas
- Identificar os parâmetros mercadológicos da nova economia.
- Identificar a organização e seus processos de comercialização.
- Identificar e analisar, os efeitos e influências no composto de marketing.
- Atuar de maneira autônoma com responsabilidade e ética profissional.
- Avaliar e analisar os dados de pesquisas de mercado para a tomada de decisão.
- Gerenciar o relacionamento com os clientes, empregando as tecnologias da informação e comunicação.
- Reconhecer e analisar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisões.

3ª SÉRIE

- 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.
- Elaborar e interpretar relatórios financeiros.
- 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.
- Participar na elaboração do plano de marketing.
- Relacionar as estratégias de marketing com a estratégia empresarial.

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

3ª SÉRIE

- ❖ Elaborar plano de mídia.
- ❖ Criar identidade visual para organizações.
- ❖ Realizar a formação de preço de vendas.
- ❖ Utilizar ferramentas de marketing digital.
- ❖ Elaborar planos de fidelização de clientes.
- ❖ Efetuar orçamentos de campanha (budget).
- ❖ Operacionalizar etapas do plano de comunicação.
- ❖ Desenvolver visão holística e sistêmica da organização.
- ❖ Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor.
- ❖ Pesquisar tipos de mídias aplicáveis ao plano de comunicação.
- ❖ Implementar ações que viabilizem o posicionamento da marca.
- ❖ Elaborar relatórios sobre custos e formatos de mídias disponíveis.
- ❖ Monitorar ações de melhoria com base em pesquisas e indicadores.
- ❖ Atualizar sistemas de CRM para estabelecer relacionamento com clientes.
- ❖ Criar campanhas de marketing digital alinhadas ao plano de comunicação.
- ❖ Auxiliar na escolha de canais de distribuição aplicáveis ao modelo de negócio.
- ❖ Elaborar peças de comunicação mercadológica e institucional por meio de softwares específicos.
- ❖ Aplicar conceitos de merchandising para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.
- ❖ Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.
- ❖ Elaborar textos comerciais, conteúdo para blogs, sites, mídias sociais e roteiros para vídeos corporativos.
- ❖ Desenvolver peças de comunicação de produtos e serviços em atendimento a normas, regulamentos e legislação.
- ❖ Elaborar peças de comunicação institucional para marcas, associando-as a valores sociais, ambientais e culturais.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Analisar resultados.
- ❖ Organizar projetos.
- ❖ Planejar ações mais eficazes.
- ❖ Reconhecer cenários vigentes.

- ❖ Elaborar comparativos de metas e resultados.
- ❖ Analisar métodos de execução mais econômicos.
- ❖ Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.
- ❖ Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.
- ❖ Elaborar novas práticas para otimização de resultados.
- ❖ Mapear problemas e dificuldades nas etapas dos processos.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – GERENCIAR MÍDIAS DIGITAIS

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

B – 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.

C – AUXILIAR NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

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

D – 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.

E – AUXILIAR NO DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS

- Participar de reuniões de criação.

- Auxiliar na elaboração de cronograma de ações.
- Sugerir melhorias e aperfeiçoar campanhas em desenvolvimento.
- Auxiliar no desenvolvimento de campanhas e comunicação institucionais.
- Propor ações mercadológicas para o alcance de objetivos organizacionais.

F – ELABORAR PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

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

G – PESQUISAR MÍDIAS DISPONÍVEIS

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

H – AVALIAR RESULTADOS DAS AÇÕES DE MARKETING DIGITAL

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

I – ELABORAR ORÇAMENTO DE CAMPANHA (BUDGET)

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

PERFIL PROFISSIONAL DA QUALIFICAÇÃO

2ª SÉRIE

Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING

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

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

- ❖ Realizar pesquisa de mercado.
- ❖ Aplicar estratégias de marketing.
- ❖ Auxiliar no leiaute do ponto de venda.
- ❖ Interpretar resultados de pesquisas de mercado.
- ❖ Elaborar *briefing* com informações estratégicas.
- ❖ Aplicar novas formas de exposição de produtos.
- ❖ Auxiliar no desenvolvimento de modelos de negócios.
- ❖ Desenvolver visão holística e sistêmica da organização.
- ❖ Utilizar preceitos éticos como balizadores da tomada de decisão.
- ❖ Monitorar ações de melhoria com base em pesquisas e indicadores.
- ❖ Contextualizar dados e informações para resolver situações-problema.
- ❖ Auxiliar no processo de produção e criação de materiais de comunicação.
- ❖ Elaborar registros e planilhas de acompanhamento e controle de atividades.
- ❖ Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações.
- ❖ Aplicar conceitos de *merchandising* para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Estruturar modelos de negócios.
- ❖ Explorar novos nichos ou tendências.
- ❖ Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.
- ❖ Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.
- ❖ Identificar problemas e necessidades que geram demandas.
- ❖ Sugerir a criação de novos produtos, serviços ou processos.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – ATUAR COMO FACILITADOR DAS ÁREAS DA EMPRESA

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

B – 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.

C – UTILIZAR APLICATIVOS INFORMATIZADOS NAS ROTINAS DE MARKETING

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

D – UTILIZAR FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

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

E – PESQUISAR CARACTERÍSTICAS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

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

F – ELABORAR FERRAMENTAS DE MIX MARKETING

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

G – REALIZAR MAPEAMENTO DE AMBIENTE DE MARKETING

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

H – APLICAR TÉCNICAS E AÇÕES DE *MERCHANDISING*

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

I – REALIZAR FORMAÇÃO DE PREÇO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

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

J – ELABORAR MATRIZ DE MODELOS DE NEGÓCIOS

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

CAPÍTULO 4 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

4.1. Estrutura Seriada

O currículo do **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DO TÉCNICO EM MARKETING – PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** foi organizado dando atendimento ao que determinam as legislações: Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Lei 13415, de 16-2-2017; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução CNE/CEB 3, de 21-11-2018; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Parecer CNE/CEB 11, de 12-6-2008; Deliberação CEE 162/2018 e Indicação CEE 169/2018 (alteradas pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 177/2019); Resolução Seduc 74, de 15-9-2022, assim como as competências profissionais identificadas pelo Ceeteps, com a participação da comunidade escolar e de representantes do mundo do trabalho.

A organização curricular do **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** está de acordo com o Eixo Tecnológico “Gestão e Negócios” e estruturada em séries articuladas, com terminalidade correspondente à qualificação profissional de nível técnico identificada no mercado de trabalho.

Com a integração do Ensino Médio e Técnico, o currículo do **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)**, estruturado na forma de oferecimento Integrada ao Ensino Médio é constituído por:

- Componentes curriculares da Formação Geral Básica - Base Nacional Comum Curricular (BNCC);
- Componentes curriculares da Formação Técnica e Profissional - FTP.

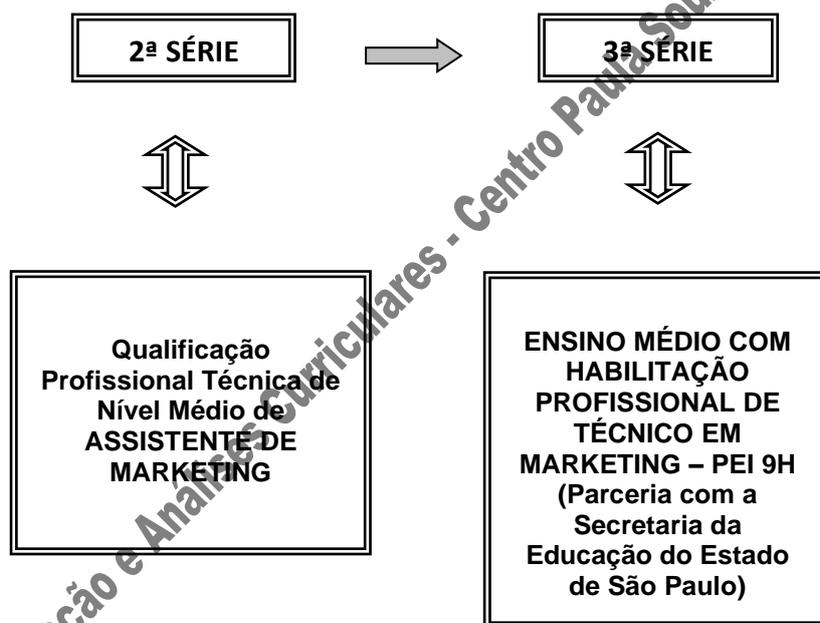
4.2. Itinerário Formativo

O **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** é composto

por três séries anuais articuladas, com terminalidade correspondente à ocupação (ou conjunto de cargos/ocupações) identificada no mercado de trabalho.

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

Ao completar as três séries, com aproveitamento em todos os componentes curriculares, o aluno receberá o Diploma de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** que lhe dará o direito de exercer a profissão de Técnico (Habilitação Profissional) e o prosseguimento de estudos (Ensino Médio) em nível de Educação Superior.



4.3. Matriz Curricular

MATRIZ CURRICULAR – ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL (PARCERIA COM A SECRETARIA DA EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO) - Escolas PEI 9 horas iniciando o curso do Novotec Integrado na 2ª série em 2023							
Eixo Tecnológico		GESTÃO E NEGÓCIOS					
Habilitação Profissional		TÉCNICO EM MARKETING (Programa de Ensino Integral)			Plano de Curso	858	
Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Lei 13415, de 16-2-2017; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução CNE/CEB 3, de 21-11-2018, Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Parecer CNE/CEB 11, de 12-6-2008; Deliberação CEE 207/2022 e Indicação CEE 215/202; Resolução Seduc 74, de 15-9-2022. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2477, de 5-12-2022, publicada no Diário Oficial de 7-12-2022 – Poder Executivo – Seção I – páginas 111-112.							
	Áreas do Conhecimento	Componentes Curriculares	Carga Horária em Horas-aula				Carga Horária em Horas
			1ª SÉRIE	2ª SÉRIE	3ª SÉRIE	Total	
Formação Geral Básica	Linguagens e suas Tecnologias	Língua Portuguesa	200	120	80	400	300
		Arte	80	-	80	160	120
		Educação Física	80	-	80	160	120
		Língua Inglesa	80	-	80	160	120
	Matemática e suas Tecnologias	Matemática	200	120	80	400	300
	Ciências da Natureza e suas Tecnologias	Biologia	80	80	-	160	120
		Física	80	80	-	160	120
		Química	80	80	-	160	120
	Ciências Humanas e Sociais Aplicadas	Filosofia	80	80	-	160	120
		Geografia	80	80	-	160	120
		História	80	80	-	160	120
		Sociologia	80	80	-	160	120
	Total da Formação Geral Básica*			1200	800	400	2400
Itinerário Formativo	Projeto de Vida		80	80	80	240	180
	Eletivas		80	80	80	240	180
	Tecnologia e Inovação		40	40	40	120	90
	Práticas Experimentais		200	-	-	200	150
	Orientação de Estudos		120	-	120	240	180
	Língua Inglesa		-	80	-	80	60
	Educação Física		-	40	-	40	30
Total do Itinerário Formativo*			520	320	320	1160	870
Itinerário Formativo – Formação Técnica e Profissional	Aplicativos Informatizados	Prática	-	80	-	80	60
	Introdução ao Marketing e Comunicação Integrada	Teoria	-	80	-	80	60
	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor	Teoria	-	80	-	80	60
	Projeto Integrador I e II	Prática	-	80	80	160	120
	Estratégias de Marketing e Modelos de Negócios	Teoria	-	80	-	80	60
	Ética e Cidadania Organizacional	Teoria	-	80	-	80	60
	Promoção de Vendas e <i>Merchandising</i>	Teoria	-	120	-	120	90
	Informática Aplicada ao Marketing	Prática	-	-	120	120	90
	Administração Financeira Aplicada ao Marketing	Teoria	-	-	80	80	60
	Canais de Distribuição	Teoria	-	-	80	80	60
	Legislação de Mercado	Teoria	-	-	120	120	90
	Marketing de Relacionamento	Teoria	-	-	80	80	60
	Marketing Digital e <i>E-Commerce</i>	Prática	-	-	120	120	90
	Marketing Institucional	Teoria	-	-	80	80	60
	Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	Prática	-	-	120	120	90
Plano de Marketing	Prática	-	-	120	120	90	
Total do Itinerário Formativo – Formação Técnica e Profissional**			00	600	1000	1600	1200
TOTAL GERAL DO CURSO			1720	1720	1720	5160	3870
Aulas semanais			43	43	43	-	-
Certificados e Diploma	2ª Série	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING					
	2ª + 3ª Séries	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING					
Observações	* A carga horária e a distribuição dos componentes curriculares da Formação Geral Básica e Itinerário Formativo, nesta Matriz Curricular, são determinadas pela Secretaria de Estado da Educação de São Paulo, e sua execução é por intermédio de plano de curso próprio. ** Os componentes curriculares do Itinerário Formativo - Formação Técnica e Profissional são estruturados nos termos dos Art. 26 e 35-A da Lei nº 9394 de 20/12/1996, e têm sua organização e aplicação sob responsabilidade do Centro Paula Souza. 1. Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Neste documento, para fins de organização da unidade escolar, os componentes curriculares com a carga horária descrita como "Prática", são aqueles a serem desenvolvidos em laboratórios (com previsão de divisão de classes em turmas). 2. Trabalho de Conclusão de Curso: 120 horas. 3. Horas-aula de 45 minutos. 4. Matriz Curricular nos termos do art. 3º, inciso III, da Resolução Seduc 74, de 15-9-2022.						

4.4. Formação Técnica e Profissional

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

II.1 APLICATIVOS INFORMATIZADOS	
Função: Operação de computadores e de sistemas operacionais Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Elaborar registros e planilhas de acompanhamento e controle de atividades.	
Valores e Atitudes	
Estimular a organização. Incentivar atitudes de autonomia. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar sistemas operacionais e programas de aplicação necessários à realização de atividades na área profissional.	1.1 Identificar sistemas operacionais, <i>softwares</i> e aplicativos úteis para a área. 1.2 Operar sistemas operacionais básicos. 1.3 Utilizar aplicativos de informática gerais e específicos para desenvolvimento das atividades na área. 1.4 Pesquisar novas ferramentas e aplicativos de informática para a área.
2. Selecionar plataformas para publicação de conteúdo na <i>internet</i> e gerenciamento de dados e informações.	2.1 Utilizar plataformas de desenvolvimento de <i>websites</i> , <i>blogs</i> e redes sociais para publicação de conteúdo na <i>internet</i> . 2.2 Identificar e utilizar ferramentas de armazenamento de dados na nuvem.
Bases Tecnológicas	
Fundamentos de Sistemas Operacionais <ul style="list-style-type: none"> • Tipos; • Características; • Funções básicas. Fundamentos de aplicativos de Escritório <ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas de processamento e edição de textos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ formatação básica; ✓ organogramas; ✓ desenhos; ✓ figuras; ✓ mala direta; ✓ etiquetas. • Ferramentas para elaboração e gerenciamento de planilhas eletrônicas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ formatação; ✓ fórmulas; ✓ funções; 	

<ul style="list-style-type: none">✓ gráficos.• Ferramentas de apresentações:<ul style="list-style-type: none">✓ elaboração de <i>slides</i> e técnicas de apresentação. <p>Conceitos básicos de gerenciamento eletrônico das informações, atividades e arquivos</p> <ul style="list-style-type: none">• Armazenamento em nuvem:<ul style="list-style-type: none">✓ sincronização, <i>backup</i> e restauração de arquivos;✓ segurança de dados.• Aplicativos de produtividade em nuvem:<ul style="list-style-type: none">✓ <i>webmail</i>, agenda, localização, pesquisa, notícias, fotos/vídeos, outros. <p>Noções básicas de redes de comunicação de dados</p> <ul style="list-style-type: none">• Conceitos básicos de redes;• <i>Softwares</i>, equipamentos e acessórios. <p>Técnicas de pesquisa avançada na <i>web</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Pesquisa através de parâmetros;• Validação de informações através de ferramentas disponíveis na <i>internet</i>. <p>Conhecimentos básicos para publicação de informações na <i>internet</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Elementos para construção de um <i>site</i> ou <i>blog</i>;• Técnicas para publicação de informações em redes sociais:<ul style="list-style-type: none">✓ privacidade e segurança;✓ produtividade em redes sociais;✓ ferramentas de análise de resultados.					
Carga horária (horas-aula)					
Teórica	00	Prática Profissional	80	Total	80 Horas-aula
<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>					
<p>Para ter acesso às titulações dos Profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php.</p>					

Grupo de Formulação de Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

II.2 INTRODUÇÃO AO MARKETING E COMUNICAÇÃO INTEGRADA	
Função: Planejamento de ações mercadológicas	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Auxiliar no processo de produção e criação de materiais de comunicação. Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações.	
Atribuições Empreendedoras	
Reconhecer cenários vigentes. Explorar novos nichos ou tendências. Identificar problemas e necessidades que geram demandas.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional.
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Desenvolver a criticidade. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Correlacionar aspectos fundamentais do Marketing com suas funções, práticas e princípios.	1.1 Identificar o <i>Mix</i> de Marketing em organizações de diversos segmentos. 1.2 Pesquisar como as empresas realizam as ações de marketing. 1.3 Identificar as funções de marketing no desenvolvimento das ações organizacionais.
2. Analisar ambientes de marketing e suas variáveis.	2.1 Identificar ambiente interno e suas variáveis controláveis e incontroláveis. 2.2 Identificar ambiente externo e suas variáveis controláveis e incontroláveis. 2.3 Definir ações de marketing, considerando a análise de ambientes interno e externo.
3. Desenvolver critérios para segmentação de mercado.	3.1 Identificar os níveis e critérios de segmentação de mercado. 3.2 Executar pesquisa para identificação de potencial de viabilidade de mercado.
4. Identificar ciclo de vida de produtos e serviços.	4.1 Caracterizar as etapas de ciclo de vida de produtos e serviços. 4.2 Classificar o estágio de ciclo de vida de produtos e serviços, considerando a demanda de mercado. 4.3 Monitorar o desempenho dos produtos e serviços no mercado de atuação.

<p>5. Analisar o processo de evolução da comunicação e suas relações com o contexto organizacional.</p> <p>6. Analisar os recursos para produção e desenvolvimento da comunicação da organização.</p>	<p>5.1 Caracterizar o processo evolutivo da comunicação.</p> <p>5.2 Utilizar conceitos estéticos e visuais no desenvolvimento da comunicação organizacional.</p> <p>5.3 Pesquisar as diversas ferramentas de comunicação para estruturar ações de mercado.</p> <p>5.4 Utilizar as ferramentas da comunicação correspondentes ao público de interesse.</p> <p>5.5 Elaborar material de comunicação da organização.</p> <p>6.1 Identificar a mídia apropriada à estratégia de comunicação organizacional.</p> <p>6.2 Selecionar fornecedores para o desenvolvimento do <i>briefing</i> para a campanha de comunicação.</p> <p>6.3 Acompanhar o processo de produção de peças de comunicação.</p>
Orientações	
<p>Para o desenvolvimento das atribuições empreendedoras, sugere-se estudo de casos de empresas que utilizaram o planejamento de marketing para consolidação no mercado.</p>	
Bases Tecnológicas	
<p>Conceito de Marketing</p> <p>Mix de Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produto; • Preço; • Praça; • Promoção. <p>Ambientes de Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variáveis controláveis e incontroláveis; • Microambiente; • Macroambiente: <ul style="list-style-type: none"> ✓ demográfico; ✓ econômico; ✓ sociocultural; ✓ natural; ✓ tecnológico; ✓ político-legal. <p>Conceitos de oferta e demanda</p> <p>Tipos de demanda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda inexistente; • Demanda latente; • Demanda declinante; • Demanda irregular; • Demanda plena; • Demanda excessiva; • Demanda indesejada. 	

Segmentação de mercado

- Conceito e importância;
- Níveis de segmentação de mercado:
 - ✓ mercado;
 - ✓ segmento;
 - ✓ nicho;
 - ✓ customização.
- Critérios de segmentação de mercados:
 - ✓ geográfica;
 - ✓ demográfica;
 - ✓ psicográfica;
 - ✓ comportamental.

Ciclo de vida do produto

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

Teoria da comunicação:

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

Estética, identidade visual e *design*

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

Ferramentas de comunicação – Mercadológicas e de *Endomarketing*

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

Mídias de Comunicação

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

II.3 PESQUISA DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
Função: Planejamento e execução de pesquisas de mercado	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Realizar pesquisa de mercado. Interpretar resultados de pesquisas de mercado.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Desenvolver pesquisas de marketing.	1.1 Identificar tipo de pesquisa mais adequado ao problema e objetivo da empresa. 1.2 Selecionar métodos de pesquisa adequados aos objetivos da organização. 1.3 Elaborar modelos de pesquisa de marketing. 1.4 Definir amostra de pesquisa. 1.5 Selecionar recursos diversos para aplicação da pesquisa. 1.6 Executar pesquisa de mercado.
2. Analisar dados de pesquisa de mercado.	2.1 Tabular dados coletados em pesquisas de mercado. 2.2 Elaborar gráficos, tabelas e infográficos para apresentar resultados das pesquisas.
3. Identificar os fatores que influenciam o comportamento.	3.1 Utilizar a Teoria de <i>Maslow</i> para compreender o comportamento do consumidor. 3.2 Pesquisar fatores comportamentais e as influências no consumo. 3.3 Diferenciar desejos de necessidades de consumo. 3.4 Caracterizar comportamentos de consumo.
4. Analisar o processo de decisão de compra.	4.1 Identificar as etapas do processo de decisão de compra. 4.2 Acompanhar o grau de envolvimento do consumidor no processo de compra.
Bases Tecnológicas	
Pesquisa de mercado <ul style="list-style-type: none"> • Conceito, importância e aplicação; • Definição dos objetivos da pesquisa de marketing. Tipos de pesquisas <ul style="list-style-type: none"> • Quantitativa; • Qualitativa. Tipos de questões <ul style="list-style-type: none"> • Fechadas; 	

- Abertas.

Métodos de coleta de dados

- Dados primários;
- Dados secundários.

Universo, população e amostra

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

Análise e interpretação de dados

Comportamento do consumidor

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

Processo de compra

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

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

II.4 PROJETO INTEGRADOR I	
Função: Planejamento e execução de projetos Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver visão holística e sistêmica da organização. Monitorar ações de melhoria com base em pesquisas e indicadores. Contextualizar dados e informações para resolver situações-problema.	
Atribuição Empreendedora	
Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar os aspectos estruturais do projeto no processo de identificação das demandas ou situações-problema presentes na área de atuação. 2. Estruturar o projeto, relacionando-o ao tema proposto.	1.1 Identificar necessidades ou situações-problema no ambiente proposto. 1.2 Identificar possibilidades de interrelação entre os componentes curriculares. 1.3 Indicar os aspectos estruturais para a elaboração de projeto. 1.4 Definir as etapas do projeto. 2.1 Enumerar as hipóteses para o desenvolvimento do projeto. 2.2 Pesquisar dados e informações acerca do tema escolhido. 2.3 Selecionar informações relevantes para a elaboração do projeto. 2.4 Relacionar as hipóteses aos resultados obtidos na pesquisa. 2.5 Apresentar a proposta para o projeto.
Orientações	
O contexto de pesquisa e intervenção amplia-se no espaço (mundo) e no tempo (história), e complementa-se com o autoconhecimento e desenvolvimento de projetos de vida e de sociedade. Os aspectos mais relevantes envolvem carreira profissional, encaminhamentos de vida e perspectivas de engajamento em ações que envolvam a sociedade, em curto, médio ou longo prazos; o projeto deve integrar os conhecimentos dos componentes curriculares da primeira série.	

É necessário que o aluno seja estimulado a pesquisar sobre a realidade que o cerca, de modo a propor soluções em situações-problema envolvendo realidades do cotidiano, ampliando-se para o mundo do trabalho, conforme o nível de maturidade dos educandos.

Bases Tecnológicas

Estrutura e características de projeto

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

Estruturação do Projeto

- Experimentação e reconhecimento:
 - ✓ Investigação do espaço proposto para estudo;
 - ✓ Enumeração das hipóteses:
 - identificar problemas ou variáveis de investigação:
 - organização escolar (participação na gestão escolar; programas de aprendizagem; criação de jornal, *blog*, 5S; entre outros);
 - contexto familiar: ocupação principal dos familiares, divisão de tarefas no contexto familiar, histórico das profissões no contexto familiar, entre outras;
 - aspectos físicos e culturais do entorno escola-moradia (manifestações culturais e esportivas; campanhas voltadas à saúde e à alimentação, entre outros);
- Exercício
 - ✓ Alternativas de organização:
 - propostas de condução do trabalho;
 - diário de bordo (manual ou eletrônico).
 - ✓ Divisão:
 - formação de grupos de trabalho.

- ✓ Relações das hipóteses/temas propostos, considerando componentes curriculares técnicos e da BNCC;
- ✓ Condições e oportunidades de trabalho.
- Prototipação
 - ✓ Desenvolvimento de propostas das ações transformadoras:
 - soluções para os problemas levantados.
 - ✓ Organização dos trabalhos de pesquisa em formato-padrão estabelecido com a turma:
 - portfólio;
 - painel de ideias;
 - relatórios;
 - maquetes ou protótipos;
 - revista;
 - entre outros.

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

II.5 ESTRATÉGIAS DE MARKETING E MODELOS DE NEGÓCIOS	
Função: Estratégias de Marketing e desenvolvimento de modelos de negócios	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Aplicar estratégias de marketing. Elaborar <i>briefing</i> com informações estratégicas. Auxiliar no desenvolvimento de modelos de negócios.	
Atribuições Empreendedoras	
Reconhecer cenários vigentes. Estruturar modelos de negócios. Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora. Sugerir a criação de novos produtos, serviços ou processos.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade. (EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade. (EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional. (EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios. (EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Incentivar ações que promovam a cooperação. Estimular a comunicação nas relações interpessoais.	
Competências	Habilidades
1. Analisar os contextos mercadológicos tendo em vista a prática empreendedora.	1.1 Identificar os conceitos de empreendedorismo e visão empreendedora. 1.2 Interpretar as variáveis socioeconômicas e políticas do mercado. 1.3 Aplicar os princípios de empreendedorismo e intraempreendedorismo.

<p>2. Analisar estratégias competitivas para o desenvolvimento de modelos de negócios, interpretando o processo de inovação, sua organização e gerenciamento.</p> <p>3. Executar o planejamento, monitoramento e avaliação de projetos na estruturação de um negócio, identificando oportunidades.</p> <p>4. Analisar a viabilidade mercadológica e social de novos modelos de negócios e oportunidades.</p> <p>5. Analisar os níveis de planejamento e suas características.</p> <p>6. Distinguir estratégias de marketing B2B (<i>business to business</i>) e B2C (<i>business to consumer</i>).</p> <p>7. Analisar tipos de estratégias de marketing e suas implicações no mercado consumidor.</p>	<p>2.1 Aplicar métodos de geração de novas ideias.</p> <p>2.2 Realizar levantamento de recursos materiais e humanos.</p> <p>2.3 Aplicar ferramentas, técnicas e mecanismos para o processo de inovação.</p> <p>2.4 Integrar valores socioambientais a modelos de negócios.</p> <p>2.5 Identificar classificações da inovação e aplicar ferramentas, técnicas e mecanismos para o processo de inovação e criatividade.</p> <p>3.1 Investigar as tendências de mercado e oportunidades para novos projetos/ negócios.</p> <p>3.2. Articular e desenvolver o plano de negócio.</p> <p>4.1 Identificar oportunidades empreendedoras.</p> <p>5.1 Identificar as variáveis que condicionam o planejamento estratégico, tático e operacional.</p> <p>5.2 Verificar cenários para definir metas e prioridades.</p> <p>5.3 Identificar as estratégias e táticas no marketing.</p> <p>6.1 Identificar orientação das empresas para o mercado e os reflexos nas estratégias adotadas.</p> <p>6.2 Verificar agentes e forças mercadológicas envolvidas no contexto de atuação do negócio.</p> <p>6.3 Utilizar estratégias voltadas aos mercados B2B e B2C.</p> <p>7.1 Selecionar estratégias de marketing adequadas ao segmento de atuação do negócio.</p> <p>7.2 Aplicar estratégias de marketing com foco no planejamento estratégico estabelecido.</p> <p>7.3 Acompanhar os resultados alcançados por meio das estratégias implementadas.</p>
Orientações	
<p>Para identificar tendências, nichos e desenvolver ações inovadoras, sugere-se projetos que proponham a implementação de uma ou mais estratégias de marketing em marcas, produtos ou serviços existentes no mercado.</p> <p>Para desenvolver modelos de negócios sustentáveis, sugere-se projetos que estimulem a criatividade por meio do desenvolvimento de produtos, serviços ou processos, validando-os por intermédio da aplicação de ferramentas estudadas neste componente curricular.</p>	
Bases Tecnológicas	
<p>Conceito de empreendedorismo e visão empreendedora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição das principais características empreendedoras; • Tipos de empreendedores; • Diferenças entre empreendedorismo corporativo e empreendedorismo de <i>start up</i>. 	

Conceito e etapas de um processo de valor

- Descrição das diferentes tipologias e classificações de inovação;
- Ambiente inovador;
- Estruturação e planejamento de um processo inovação;
- Inovação para a sustentabilidade.

Inovação e competitividade

- Inovação do processo;
- Inovação de produto/serviço;
- Inovação de gestão.

Ferramentas de criação e desenvolvimento de modelos de negócios

- *Business Model Canvas*;
- *Design Thinking*;
- 5W2H;
- Análise SWOT.

Plano de Negócio

- Conceito e finalidade;
- Elaboração de um plano de negócio;
- Planejamento e abertura de empresa;
- Definição do negócio, produto e mercado;
- Constituição de empresas;
- Buscar oportunidades de novos negócios.

Níveis de Planejamento Organizacional

- Estratégico;
- Tático;
- Operacional.

Análise de *stakeholders*

Estratégias competitivas genéricas

- Liderança no custo;
- Diferenciação;
- Enfoque.

Cinco forças de *Michael Porter*

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

Posicionamento de mercado

Ações baseadas em estratégias de Marketing

- Licenciamento de marca/franquias;
- Lealdade;
- Marcas próprias;

- Marcas múltiplas;
- Marketing de ativação;
- Marketing de guerrilha;
- Marketing viral.

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

II.6 ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL	
Função: Procedimentos éticos no ambiente de trabalho	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar preceitos éticos como balizadores da tomada de decisão.	
Valores e Atitudes	
Incentivar comportamentos éticos. Incentivar o diálogo e a interlocução. Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.	
Competências	Habilidades
1. Interpretar as ações comportamentais orientadas para a realização do bem comum.	1.1 Identificar os princípios de liberdade e responsabilidade nas ações cotidianas. 1.2 Diferenciar valores éticos de valores morais exercidos na comunidade local. 1.3 Aplicar princípios e valores sociais a práticas trabalhistas. 1.4 Identificar o papel da legislação no exercício do trabalho voluntário.
2. Analisar as ações comportamentais no contexto das relações trabalhistas e de consumo.	2.1 Detectar aspectos estruturais e princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor. 2.2 Identificar os fundamentos dos códigos de ética e normas de conduta. 2.3 Respeitar as diferenças individuais e regionais dos colaboradores no âmbito organizacional.
3. Contextualizar a aplicação das ações éticas aos campos do direito constitucional e legislação ambiental.	3.1 Identificar as implicações da legislação ambiental no desenvolvimento do bem estar comum e na sustentabilidade.
4. Utilizar os princípios da ética e responsabilidade na prática do marketing.	4.1 Executar rotinas e procedimentos conforme responsabilidade técnica do profissional da área de Marketing.
Bases Tecnológicas	
Noções gerais sobre as concepções clássicas da Ética Ética, moral <ul style="list-style-type: none"> • Reflexão sobre os limites e responsabilidades nas condutas sociais. Cidadania, trabalho e condições do cotidiano <ul style="list-style-type: none"> • Mobilidade; • Acessibilidade; • Inclusão social e econômica; • Estudos de caso. Relações sociais no contexto do trabalho e desenvolvimento de ética regulatória Códigos de ética nas relações profissionais	

Consumo consciente sob a ótica do consumidor e do fornecedor

Códigos de ética e normas de conduta

- Princípios éticos.

Direito Constitucional na formação da cidadania

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

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

Responsabilidade social como parte do desenvolvimento da cidadania

Definições de trabalho voluntário

Código de ética nas organizações públicas e privadas

Princípios éticos na área de Marketing

Cidadania, relações pessoais e do trabalho

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

II.9 PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING	
Função: Estratégias de <i>merchandising</i> no ponto de venda	
Classificação: Planejamento e Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Auxiliar no leiaute do ponto de venda Aplicar novas formas de exposição de produtos. Aplicar conceitos de <i>merchandising</i> para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.	
Atribuições Empreendedoras	
Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Incentivar o diálogo e a interlocução. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Identificar as teorias e princípios de vendas. 2. Analisar as etapas do processo de vendas e suas características nos setores da economia. 3. Analisar a importância das ações de marketing e de <i>merchandising</i> no varejo e no marketing de serviços. 4. Analisar tipos de ações promocionais para aplicação no PDV.	1.1 Aplicar as teorias e princípios de vendas. 1.2 Contextualizar os tipos e processo de vendas. 1.3 Diferenciar as etapas do processo de venda de um produto ou serviço. 2.1 Acompanhar e avaliar o produto/serviço durante as etapas de pré-venda, venda e pós-venda. 2.2 Adequar o processo de vendas ao ramo de atuação dos compradores. 3.1 Identificar a função do marketing de serviços e de varejo. 3.2 Especificar o papel do <i>merchandising</i> no ponto de venda. 3.3 Correlacionar a função do marketing de varejo à do <i>merchandising</i> como estratégia de ponto de venda (PDV). 3.4 Diferenciar os tipos de <i>merchandising</i> . 4.1 Aplicar os materiais de <i>merchandising</i> no PDV. 4.2 Coletar dados sobre as características do PDV para indicar as necessidades. 4.3 Selecionar as necessidades do PDV para a criação de estratégias de composição e gerenciamento do PDV.

5. Selecionar métodos eficientes para estimular as compras por impulso em um PDV.	5.1 Selecionar o tipo de ação promocional mais adequado à ação. 5.2 Criar ação promocional pertinente ao PDV. 5.3 Planejar a execução da ação promocional. 5.4 Aplicar as técnicas de visual <i>merchandising</i> . 5.5 Selecionar métodos que estimulem a compra por impulso.
Orientações	
Para desenvolver a capacidade de identificação de oportunidades de inovação e incentivar a criatividade, sugere-se a realização de visitas técnicas a feiras, eventos e estabelecimentos comerciais. O desenvolvimento de seminários com demonstração das estratégias e técnicas de <i>merchandising</i> também se mostram uma excelente oportunidade de contextualizar conceitos.	
Bases Tecnológicas	
<p>Gestão de vendas</p> <ul style="list-style-type: none">• Contexto histórico;• Evolução;• Princípios e conceitos. <p>O processo e ciclo de venda e suas etapas</p> <ul style="list-style-type: none">• Pré-venda;• Venda;• Pós-venda. <p>Conceito de Marketing de serviço</p> <p>Ações de marketing de varejo e o <i>merchandising</i> no ponto de venda</p> <p>Tipos de <i>merchandising</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Merchandising</i> no ponto de venda;• <i>Merchandising</i> editorial (<i>tie-in</i>). <p>Tipos diversos de materiais de <i>merchandising</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Impressos;• <i>Displays</i>;• Materiais suspensos;• Mídias;• <i>Folders</i>;• Móveis;• <i>Wobbler</i>;• Testeira (pdv);• Eletrônicos. <p>Estratégias de composição e gerenciamento de ponto de venda</p> <p>Ações promocionais</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipos de ações:<ul style="list-style-type: none">✓ brindes, vale descontos, bônus, promoções, concursos culturais, campanha de prêmios.• Planejamento;• Ambientação;• Execução.	

Atmosfera de compra

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

Técnicas de *merchandising*

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

Autosserviço, interatividade, facilidades e novas tecnologias no PDV

Carga horária (horas-aula)

Teórica	120	Prática Profissional	00	Total	120 Horas-aula
----------------	-----	-----------------------------	----	--------------	-----------------------

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

3ª SÉRIE – ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (PARCERIA COM A SECRETARIA DA EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO)

III.10 PROJETO INTEGRADOR II	
Função: Planejamento e execução de projetos Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver visão holística e sistêmica da organização. Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor. Monitorar ações de melhoria com base em pesquisas e indicadores. Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.	
Atribuição Empreendedora	
Demonstrar capacidade de argumentação e persuasão.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar oportunidades e/ou situações-problema presentes em contextos regionais e no mundo do trabalho. 2. Estruturar proposta de intervenção no contexto social e/ou profissional relacionada à área de atuação.	1.1 Identificar oportunidades e/ou situações-problema no ambiente proposto. 1.2 Pesquisar nichos de atuação profissional no mercado de trabalho no âmbito das tendências da área de Gestão. 1.3 Registrar as alternativas para o desenvolvimento do projeto, considerando as pesquisas na área de atuação. 1.4 Definir o tema do projeto. 1.5 Identificar interrelações entre os componentes curriculares e o tema proposto. 2.1 Organizar aspectos estruturais para a elaboração do projeto. 2.2 Selecionar as informações significativas e os recursos apropriados para o desenvolvimento do projeto.

	2.3 Executar as etapas de desenvolvimento do projeto. 2.4 Elaborar a proposta final do projeto. 2.5 Elaborar relatórios, gráficos, tabelas ou outras tipologias para consolidação do projeto.
Orientações	
<p>O contexto de pesquisa e intervenção amplia-se no espaço (mundo) e no tempo (história), e complementa-se com o autoconhecimento e desenvolvimento de projetos de vida e de sociedade.</p> <p>Os aspectos mais relevantes envolvem carreira profissional, encaminhamentos de vida e perspectivas de engajamento em ações que envolvam a sociedade, em curto, médio ou longo prazos; o projeto deve integrar os conhecimentos dos componentes curriculares da segunda série.</p> <p>É necessário que o aluno seja estimulado a pesquisar sobre a realidade que o cerca, de modo a identificar oportunidades e propor soluções em situações-problema, envolvendo cenários de ação comunitária, contextualização regional, mundo do trabalho e plano de carreira, a fim de que seja desenvolvida sua capacidade de argumentação e de competências empreendedoras.</p>	
Bases Tecnológicas	
<p>Gerenciamento de projetos</p> <ul style="list-style-type: none">• Requisitos do projeto:<ul style="list-style-type: none">✓ Vocabulário;✓ metas e objetivos.• Análise das restrições do projeto (Triângulo da Gestão de Projetos):<ul style="list-style-type: none">✓ escopo;✓ custo;✓ tempo;✓ qualidade.• Fatores críticos do sucesso;• Influência da organização;• Avaliação do resultado. <p>Estruturação da proposta de intervenção</p> <ul style="list-style-type: none">• Experimentação e reconhecimento:<ul style="list-style-type: none">✓ vocabulário;✓ metas e objetivos;✓ investigação do espaço proposto para estudo;✓ enumeração das alternativas para o desenvolvimento da proposta:<ul style="list-style-type: none">○ identificar problemas ou variáveis de investigação:<ul style="list-style-type: none">➢ contexto social: aspectos regionais de infraestrutura e serviços públicos; características e formas de organização política, cultural e social; relações e condições de trabalho existentes na comunidade; entre outros.➢ mundo do trabalho: mapeamento socioeconômico; diversidade de tecnologias; sistemas produtivos e de comercialização; utilização de recursos naturais, entre outras.• Exercício:<ul style="list-style-type: none">✓ alternativas de organização:<ul style="list-style-type: none">○ propostas de condução do trabalho;○ diário de bordo (manual ou eletrônico).✓ divisão:<ul style="list-style-type: none">○ formação de grupos de trabalho.	

- ✓ relações das hipóteses/temas propostos, considerando componentes curriculares técnicos e da BNCC;
- ✓ condições e oportunidades de trabalho.
- Prototipação:
 - ✓ ferramentas:
 - Método de Análise e Solução de Problemas;
 - *Design Thinking*;
 - Metodologia *Canvas*;
 - Ciclo PDCA;
 - entre outras.
 - ✓ propostas das ações interventoras:
 - atividades de inclusão social, cultural ou digital;
 - programas de estágio;
 - criação de grupos de dança, música ou teatro na comunidade;
 - campanhas para melhoria do espaço público;
 - planos de carreira;
 - seminários sobre o Dia do Trabalho;
 - parcerias culturais;
 - intercâmbios literários;
 - utilização racional de recursos naturais;
 - mapeamento de tendências tecnológicas e profissionais.
- Apresentação dos trabalhos de pesquisa.

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

III.2 INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING	
Função: Projetos gráficos com uso de aplicativos informatizados Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Criar identidade visual para organizações. Elaborar peças de comunicação mercadológica e institucional por meio de <i>softwares</i> específicos.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações	
Competências	Habilidades
1. Selecionar recursos de informática aplicáveis à criação de peças publicitárias. 2. Conceber elementos ou conjuntos de identidades visual gráfica, eletrônica, digital e audiovisual em diferentes formatos.	1.1 Utilizar diferentes recursos de editoração e arte final para peças impressas em áudio/vídeo e para <i>web</i> . 2.1 Utilizar <i>software</i> para criar peças que acompanham a identidade visual da empresa. 2.2 Efetuar fusão, recorte e tratamento de imagens. 2.3 Elaborar desenhos vetorizados, logotipos e demais elementos de identidade visual. 2.4 Criar páginas impressas, <i>folders</i> , capas, painéis, catálogos, anúncios e demais peças para campanhas publicitárias. 2.5 Executar arte digital para <i>homepages</i> , capa de livros, cadernos de jornais, revistas, e documentos empresariais. 2.6 Utilizar <i>software</i> para a criação e edição de imagens em vídeo, sons, gravações, locuções, comerciais em vídeo, vinhetas, chamadas, <i>spots</i> e <i>jingles</i> . 2.7 Utilizar <i>software</i> para criação de leiaute para <i>sites</i> e/ ou anúncios <i>Web</i> em diferentes formatos, <i>apps</i> e <i>blogs</i> .
Orientações	
Para estimular a capacidade de organização de projetos e identificação de oportunidades de inovações, sugere-se o desenvolvimento de peças de comunicação para marcas existentes ou fictícias que podem ser	

avaliadas de modo interdisciplinar. Para estimular a criatividade, recomenda-se o uso de filmes e documentários que narrem o desenvolvimento e a idealização de produtos.

Bases Tecnológicas

Softwares de editoração e arte final, aplicação e diferenciação

- Tratamentos de imagens;
- Vetorização;
- Edição (áudio e vídeo);
- Produção digital (*sites* e *apps*).

Softwares específicos

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

Carga horária (horas-aula)

Teórica	00	Prática Profissional	120	Total	120 Horas-aula
----------------	----	-----------------------------	-----	--------------	-----------------------

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

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

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

III.3 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA APLICADA AO MARKETING	
Função: Estudo de orçamento para campanhas Classificação: Execução e Controle	
Atribuições e Responsabilidades	
Realizar a formação de preço de vendas. Efetuar orçamentos de campanha (<i>budget</i>).	
Atribuições Empreendedoras	
Planejar ações mais eficazes. Mapear problemas e dificuldades nas etapas dos processos.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade. (EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional. (EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios.
Valores e Atitudes	
Desenvolver a criticidade. Estimular a comunicação nas relações interpessoais. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.	
Competências	Habilidades
1. Correlacionar os pontos essenciais de uma política econômica e sua aplicação no planejamento. 2. Contextualizar fatos históricos e factuais sobre atividades econômicas. 3. Interpretar estudos, relatórios e pesquisas econômicas. 4. Analisar o impacto das finanças para o custeio das estratégias de marketing.	1.1 Aplicar os conhecimentos de Economia nas organizações empresariais e na área mercadológica. 2.1 Pesquisar informações econômicas e financeiras. 2.2 Elaborar planilhas e gráficos que representem o momento econômico. 2.3 Caracterizar os cenários econômicos na área de atuação da organização. 3.1 Coletar dados econômicos de mercado. 3.2 Compilar informações sobre o cenário macroeconômico para a tomada de decisão. 4.1 Interpretar os conceitos e fundamentos financeiros. 4.2 Correlacionar os conceitos e princípios de custos e suas aplicações nos processos mercadológicos.

<p>5. Identificar variáveis mercadológicas e financeiras que interferem na formação de preços.</p> <p>6. Analisar ferramentas de planejamento e controle financeiro voltadas para a área de marketing.</p>	<p>5.1 Efetuar formação de preço de venda de produtos e serviços.</p> <p>5.2 Ajustar preços praticados conforme estratégia empresarial.</p> <p>5.3 Controlar custos, despesas sobre os produtos e serviços comercializados.</p> <p>6.1. Elaborar orçamento de campanha (<i>budget</i>) com o uso de planilhas eletrônicas.</p> <p>6.2. Coletar informações de mercado para o planejamento financeiro.</p> <p>6.3. Interpretar dados financeiros para assessorar nas tomadas de decisões da empresa.</p>
--	---

Orientações

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

Bases Tecnológicas

Introdução à teoria Econômica

- Aspectos econômicos históricos.

Economia do Brasil

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

Microeconomia

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

Macroeconomia

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

A influência das relações preço, oferta e demanda

Instituições financeiras atuantes em âmbito global

Conceitos e fundamentos financeiros

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

Formação de preço

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

Política de créditos nas vendas - características, vantagens e desvantagens

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

Budget: orçamento por departamento

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

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

III.4 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	
Função: Estudo de canais de distribuição de produtos e serviços	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Auxiliar na escolha de canais de distribuição aplicáveis ao modelo de negócio.	
Atribuições Empreendedoras	
Planejar ações mais eficazes. Analisar métodos de execução mais econômicos.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional.
Valores e Atitudes	
Incentivar a pontualidade. Incentivar o diálogo e a interlocução. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Analisar conceitos e decisões de marketing na distribuição.	1.1 Identificar os fundamentos básicos e componentes do canal de marketing. 1.2 Identificar a estrutura e características dos canais de marketing. 1.3 Identificar as funções e níveis dos canais de marketing e seus fluxos.
2. Identificar a configuração e o sistema de distribuição dos canais de marketing.	2.1 Caracterizar os canais de marketing pela natureza do produto e do tipo de mercado. 2.2 Identificar os tipos e características dos intermediários.
3. Aplicar estratégia de gestão de marketing nos canais de distribuição.	3.1 Identificar o processo de administração da distribuição nos canais em relação à estratégia, seleção dos canais e gerenciamento de relações. 3.2 Empregar normas, política e ética nos canais de distribuição.
4. Relacionar os sistemas de distribuição de mercadorias e os canais de marketing.	4.1 Distinguir os tipos de embalagens mais utilizadas na distribuição do produto. 4.2 Caracterizar as condições do sistema de distribuição para cada tipo de embalagem.
Orientações	
Para planejar ações mais eficazes e analisar métodos de execução mais econômicos recomenda-se a análise de estudos de caso que contemplem os desafios das organizações para gerir os canais de distribuição.	

Visitas técnicas em indústrias e centros de distribuição oferecem experiências interessantes para contextualizar informações e conceitos desenvolvidos em sala de aula.

Bases Tecnológicas

Conceito e decisões de distribuição

- Objetivo do canal de distribuição;
- Funções do canal de distribuição.

Tipos de canais de distribuição

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

Canais de distribuição e a logística

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

Tipos de Mercado

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

Níveis de canais de distribuição de produtos e serviços

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

Níveis e distribuição

- Exclusiva;
- Seletiva;
- Intensiva.

Distribuição por canais eletrônicos

Regulamentos de Canais de Distribuição

- Legislação;
- Normas e políticas.

Relação entre distribuição física e canais de distribuição

Tipos e intermediários do canal de distribuição

Canal de distribuição reverso

Tipos de embalagens

- Unitária;
- Distribuição;
- Unitizada.

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

III.5 LEGISLAÇÃO DE MERCADO	
Função: Aplicação de normas e regulamentos na comunicação mercadológica e institucional	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver peças de comunicação de produtos e serviços em atendimento a normas, regulamentos e legislação.	
Valores e Atitudes	
Estimular o interesse na resolução de situações-problema. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Distinguir direitos e deveres das pessoas naturais e jurídicas. 2. Interpretar o negócio jurídico e analisar os tipos de obrigações e contratos, compreendendo suas características. 3. Identificar normas e legislações que regulamentam as atividades de marketing. 4. Analisar os direitos e obrigações de fornecedores e consumidores conforme disposições da Lei. 5. Analisar as diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) para a criação de campanhas e ações de marketing.	1.1 Identificar os direitos de pessoas naturais e jurídicas. 2.1 Identificar as características do negócio jurídico; 2.2 Identificar as espécies de obrigações previstas no Código Civil; 2.3 Identificar as características de contratos de compra, venda e prestação de serviços e outros documentos. 2.4 Redigir contratos de compra e venda de bens e serviços e outros documentos legais. 3.1 Aplicar a legislação que regulamenta as relações e atividades comerciais no país. 3.2 Pesquisar entidades reconhecidas como representantes na área de marketing. 4.1 Identificar direitos e obrigações dos clientes nas relações de consumo. 4.2 Aplicar o Código de Defesa do Consumidor em diversas transações comerciais. 4.3 Zelar pelos direitos do consumidor, inclusive em transações realizadas no comércio eletrônico. 5.1 Identificar tópicos relevantes do Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária para o desenvolvimento de ações e campanhas de marketing. 5.2 Selecionar normas e orientações pertinentes ao ramo de atuação. 5.3 Pesquisar reclamações e decisões do CONAR. 5.4 Contextualizar a ação do CONAR referente à publicidade e propaganda infantil.
Bases Tecnológicas	
Direito Civil <ul style="list-style-type: none"> • Pessoas naturais e jurídicas; • Obrigações; • Noções gerais sobre negócios jurídicos; 	

- Noções e modalidades de contratos.

Técnicas para elaboração de contratos comerciais

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

Entidades que representam a área de Marketing

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

Código de Defesa do Consumidor

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

Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR

- Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária;
- Rito processual.

Publicidade e propaganda infantil

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

Carga horária (horas-aula)

Teórica	120	Prática Profissional	00	Total	120 Horas-aula
----------------	-----	-----------------------------	----	--------------	-----------------------

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

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

III.6 MARKETING DE RELACIONAMENTO	
Função: Ações e estratégias de fortalecimento para o relacionamento com clientes	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Elaborar planos de fidelização de clientes. Atualizar sistemas de CRM para estabelecer relacionamento com clientes.	
Atribuições Empreendedoras	
Analisar resultados. Planejar ações mais eficazes. Elaborar novas práticas para otimização de resultados.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional.
(EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.	(EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios.
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Tratar com cordialidade. Incentivar a pontualidade.	
Competências	Habilidades
1. Elaborar plano de lealdade e relacionamento com o cliente.	1.1 Identificar a função do marketing direto e de relacionamento. 1.2 Caracterizar o perfil e comportamento dos clientes. 1.3 Diferenciar modelos de retenção de clientes. 1.4 Implantar diferentes modelos e programas de lealdade. 1.5 Gerenciar ferramentas de controle e de tangibilização para a lealdade de clientes.

<p>2. Estruturar base de dados para gerenciamento do relacionamento com o cliente.</p> <p>3. Analisar o processo de pós-venda em relação à lealdade ao cliente.</p>	<p>2.1 Coletar dados para acompanhamento de ações e comportamento dos clientes.</p> <p>2.2 Criar um sistema de atendimento cativante que ajude a conquistar o cliente.</p> <p>3.1 Aplicar os conceitos de qualidade e serviços na percepção e satisfação do cliente.</p> <p>3.2 Identificar junto ao cliente no pós-venda qual é a importância do produto no seu dia-a-dia</p> <p>3.4 Elencar as ações da empresa direcionadas aos clientes no pós-vendas</p> <p>3.5 Criar ações de retorno aos clientes para obter o resultado desejado.</p>
Orientações	
<p>Para estimular a capacidade de criação de novas práticas mais eficazes e otimização de resultados nas organizações, sugere-se a análise de estudos de caso. Projetos que simulem a aplicação de práticas e estratégias de marketing de relacionamento também corroboram para o desenvolvimento dessas atribuições empreendedoras.</p> <p>Optou-se por substituir o termo “fidelização do cliente” por “lealdade do cliente”, pois as novas literaturas sobre marketing fazem referência à nova terminologia por esta retratar que o consumidor é leal às empresas e a fidelização indica submissão incondicional à marca.</p>	
Bases Tecnológicas	
<p>Marketing direto</p> <ul style="list-style-type: none">• Contribuição da tecnologia para o desenvolvimento dos contatos;• Comunicação personalizada. <p>Marketing de relacionamento</p> <ul style="list-style-type: none">• Conceito;• Definição. <p>O Cliente</p> <ul style="list-style-type: none">• Definição:<ul style="list-style-type: none">✓ Cliente externo;✓ Cliente pessoal;✓ Cliente da concorrência;✓ Cliente interno. <p>Retenção de clientes</p> <ul style="list-style-type: none">• Cliente fiel x novo cliente implicações gerenciais e financeiras;• Planejamento para retenção do cliente. <p>CRM - <i>Customer Relationship Management</i> (Gerenciamento da Relação com o Cliente)</p> <ul style="list-style-type: none">• Relação entre marketing de relacionamento e CRM. <p>Database</p> <ul style="list-style-type: none">• Importância do banco de dados;• Como implantar um banco de dados;• Big data;• Sim (Sistema de Informação de Marketing).	

Técnicas e programas de lealdade

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

Qualidade, serviços ao cliente e pós-venda

- Componentes-chave do marketing de relacionamento.

Sistema de atendimento ao cliente

- Cativar e conquistar o cliente pelo atendimento eficiente.

Ações direcionadas ao cliente no pós-venda

- Fomentar o feedback dos clientes.

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

III.7 MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE	
Função: Estudos de comunicação digital com públicos de interesse.	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Utilizar ferramentas de marketing digital. Criar campanhas de marketing digital alinhadas ao plano de comunicação. Elaborar textos comerciais, conteúdo para <i>blogs</i> , <i>sites</i> , mídias sociais e roteiros para vídeos corporativos.	
Atribuições Empreendedoras	
Analisar resultados. Planejar ações mais eficazes. Elaborar novas práticas para otimização dos resultados.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade. (EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade. (EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional. (EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios. (EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Estimular a organização. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Distinguir as mídias digitais e suas aplicações na estratégia de comunicação. 2. Produzir campanhas digitais para os diversos tipos de público-alvo.	1.1 Identificar os tipos e formas de mídias digitais. 1.2 Selecionar o tipo de mídia digital relevante ao seu público-alvo. 2.1 Criar ações e campanhas de comunicação digitais em redes sociais, <i>sites</i> e vídeos. 2.2 Utilizar linguagem pertinente ao tipo de mídia social selecionada.

3. Analisar o processo de vendas em mercados eletrônicos e digitais.	3.1 Planejar o desenvolvimento de vendas em plataforma digital – <i>e-commerce</i> . 3.2 Identificar a plataforma adequada para suprir as necessidades de clientes.
Orientações	
Para estimular a capacidade de análise de resultados e aplicação de ações mais eficazes, sugere-se o desenvolvimento de aulas práticas que ofereçam ao aluno a oportunidade de analisar <i>sites</i> e relatórios produzidos pelas redes sociais. A criação de campanhas e a mensuração de resultados também facilitam a contextualização e o desenvolvimento de competências e habilidades pretendidas.	
Bases Tecnológicas	
<p>O mercado de comunicação digital e seus agentes</p> <ul style="list-style-type: none">• Consumidor, vendedores, distribuidores e meios de pagamentos. <p>Comunicação digital em sites e hotsites</p> <p><i>E-commerce</i> - O comércio digital</p> <ul style="list-style-type: none">• Forma de venda;• Distribuição e entrega;• Meios de pagamento;• Segurança;• Pós-Venda e relacionamento;• Certificação SSL (<i>Secure Socket Layer</i>). <p>Ferramentas de buscas e os <i>links</i> patrocinados (SEM - <i>Search Engine Marketing</i>)</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Google ADS</i>;• Busca Orgânica;• SEO - <i>Search Engine Optimization</i>;• Tags e Metatags;• Palavras Chaves;• <i>Google Analytics</i>. <p>Mídia Online - Mídia <i>display</i> no mundo digital</p> <ul style="list-style-type: none">• Conceitos e diferenças da propaganda tradicional. <p><i>Mobile Marketing</i> - a comunicação <i>on-line</i> na mobilidade</p> <p>Mídias sociais (<i>Facebook, Twitter, Instagram, Youtube</i>)</p> <ul style="list-style-type: none">• Conceitos;• Técnicas;• Relevância de conteúdo;• Estratégias de divulgação. <p>Tipos de publicidade digital</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Banners</i>;• Publicidade em <i>blogs</i>;• <i>E-mail Marketing</i>;• <i>Vídeo Advertising</i>;• <i>Remarketing</i>.	

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	00	Prática Profissional	120	Total	120 Horas-aula
<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>					
<p>Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php</p>					

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

III.8 MARKETING INSTITUCIONAL	
Função: Ações de marketing institucional	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Implementar ações que viabilizem o posicionamento da marca. Elaborar peças de comunicação institucional para marcas, associando-as a valores sociais, ambientais e culturais.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Planejar ações mais eficazes. Reconhecer cenários vigentes.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional.
(EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.	(EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios.
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar o diálogo e a interlocução. Estimular o interesse pela realidade que nos cerca. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	Habilidades
1. Distinguir a comunicação institucional e a comunicação publicitária.	1.1 Definir os tipos e formas de comunicação com o ambiente externo. 1.2 Colaborar na criação e desenvolvimento das declarações institucionais.
2. Analisar o posicionamento da imagem da marca no mercado.	2.1. Definir posicionamento da imagem da marca ou empresa.

<p>3. Diagnosticar as ações e estratégias de gestão da imagem corporativa.</p> <p>4. Identificar ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social.</p>	<p>2.2. Avaliar a percepção do posicionamento da marca no mercado.</p> <p>3.1 Definir estratégias de comunicação institucional para a imagem da marca ou empresa.</p> <p>3.2 Definir ações de gestão da imagem corporativa.</p> <p>4.1 Contribuir para o desenvolvimento de estratégias de marketing que atendam aos valores sociais vigentes.</p> <p>4.2 Reconhecer a importância da responsabilidade social para a imagem corporativa.</p>
Orientações	
<p>Para reconhecer cenários e planejar ações e projetos de forma eficaz, recomenda-se análise de estudos de caso de empresas que se destacaram em ações institucionais e alcançaram o posicionamento de mercado previsto em seu planejamento estratégico.</p>	
Bases Tecnológicas	
<p>Comunicação institucional e a comunicação publicitária</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formas e diferenças. <p>Declarações institucionais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Missão; • Visão; • Valores e princípios. <p>Diagnóstico e posicionamento da imagem institucional: imagem interna e externa</p> <p>Gerenciamento da imagem da marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estratégias de escolha da adoção de ações para a comunicação institucional e mercadológica; • Planejamento da comunicação institucional e mercadológica da imagem da marca; • <i>Branding</i>; • <i>Brand equity</i>. <p>Estratégias de comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institucional; • Identidade corporativa; • Imagem corporativa; • Imagem da marca; • Imagem do produto; • Comunicação interna (<i>endomarketing</i>). <p>Tipos de propaganda institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propaganda institucional de propósito comercial; • Propaganda institucional de relações públicas; • Propaganda institucional de interesse público. <p>Gestão de imagem corporativa – governança corporativa</p> <p>Responsabilidade Social, ambiental e o terceiro setor – <i>Marketing Verde</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cidadania empresarial e responsabilidade social; • Gerenciamento de projetos sociais e estruturas organizacionais inovadoras; 	

- *Marketing* social e estratégias de comunicação no contexto das organizações do terceiro setor;
- Desenvolvimento sustentável (meio ambiente);
- *Marketing* cultural.

Carga horária (horas-aula)

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

III.9 PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING	
1º SEMESTRE	
Função: Estudo e Planejamento	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Estimular ações que promovam a cooperação. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	Habilidades
1. Analisar dados e informações obtidas de pesquisas empíricas e bibliográficas. 2. Propor soluções parametrizadas por viabilidade técnica e econômica aos problemas identificados no âmbito da área profissional.	1.1 Identificar demandas e situações-problema no âmbito da área profissional. 1.2 Identificar fontes de pesquisa sobre o objeto em estudo. 1.3 Elaborar instrumentos de pesquisa para desenvolvimento de projetos. 1.4 Constituir amostras para pesquisas técnicas e científicas, de forma criteriosa e explicitada. 1.5 Aplicar instrumentos de pesquisa de campo. 2.1 Consultar Legislação, Normas e Regulamentos relativos ao projeto. 2.2 Registrar as etapas do trabalho. 2.3 Organizar os dados obtidos na forma de textos, planilhas, gráficos e esquemas.
Observação	
O produto a ser apresentado deverá ser constituído de umas das tipologias estabelecidas conforme Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico Nº 354, de 25-02-2015, parágrafo 3º, mencionadas a seguir: Novas técnicas e procedimentos; Preparações de pratos e alimentos; Modelos de Cardápios – Ficha técnica de alimentos e bebidas; Softwares, aplicativos e EULA (End Use License Agreement); Áreas de cultivo; Áudios e vídeos; Resenhas de vídeos; Apresentações musicais, de dança e teatrais; Exposições fotográficas; Memorial fotográfico; Desfiles ou exposições de roupas, calçados e acessórios; Modelo de	

Manuais; Parecer Técnico; Esquemas e diagramas; Diagramação gráfica; Projeto técnico com memorial descritivo; Portfólio; Modelagem de Negócios; Planos de Negócios.

É importante que a **Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico nº 2429, de 23-08-2022** seja consultada para que já o cumprimento das normas e orientações que nortearão a realização do Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientações

Para desenvolver as atribuições empreendedoras propostas sugere-se que os projetos de TCC contemplem ações inovadoras em mercados específicos.

Bases Tecnológicas

Estudo do cenário da área profissional

- Características do setor:
 - ✓ macro e microrregiões.
- Avanços tecnológicos;
- Ciclo de vida do setor;
- Demandas e tendências futuras da área profissional;
- Identificação de lacunas (demandas não atendidas plenamente) e de situações-problema do setor.

Identificação e definição de temas para o TCC

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

Definição do cronograma de trabalho

Técnicas de pesquisa

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

Problematização

Construção de hipóteses

Objetivos

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

Justificativa (por quê?)

2º SEMESTRE	
Função: Desenvolvimento e Gerenciamento de Projetos	
Classificação: Execução	
Atribuições e Responsabilidades	
Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.	
Atribuições Empreendedoras	
Organizar projetos. Analisar resultados. Reconhecer cenários vigentes.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional.
(EMIFCG12) Refletir continuamente sobre seu próprio desenvolvimento e sobre seus objetivos presentes e futuros, identificando aspirações e oportunidades, inclusive relacionadas ao mundo do trabalho, que orientem escolhas, esforços e ações em relação à sua vida pessoal, profissional e cidadã.	(EMIFFTP12) Empreender projetos pessoais ou produtivos, considerando o contexto local, regional, nacional e/ou global, o próprio potencial, as características dos cursos de qualificação e dos cursos técnicos, do domínio de idiomas relevantes para o mundo do trabalho, identificando as oportunidades de formação profissional existentes no mundo do trabalho e o alinhamento das oportunidades ao projeto de vida.
Valores e Atitudes	
Socializar os saberes. Desenvolver a organização. Estimular ações que promovam a cooperação.	
Competências	Habilidades
1. Planejar as fases de execução de projetos com base na natureza e na complexidade das atividades.	1.1 Consultar diversas fontes de pesquisa: catálogos, manuais de fabricantes, glossários técnicos, entre outros. 1.2 Comunicar ideias de forma clara e objetiva por meio de textos escritos e de explanações orais.
2. Avaliar as fontes e recursos necessários para o desenvolvimento de projetos.	2.1 Definir recursos necessários e plano de produção. 2.2 Classificar os recursos necessários para o desenvolvimento do projeto. 2.3 Utilizar de modo racional os recursos destinados ao projeto.
3. Avaliar a execução e os resultados obtidos de forma quantitativa e qualitativa.	3.1 Verificar e acompanhar o desenvolvimento do cronograma físico-financeiro. 3.2 Redigir relatórios sobre o desenvolvimento do projeto. 3.3 Construir gráficos, planilhas, cronogramas e fluxogramas.

	3.4. Organizar as informações, os textos e os dados, conforme formatação definida.
Observação	
<p>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.</p> <p>É importante que a Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico nº 2429, de 23-08-2022 seja consultada para que já o cumprimento das normas e orientações que nortearão a realização do Trabalho de Conclusão de Curso.</p>	
Orientações	
<p>Para desenvolver as atribuições empreendedoras propostas, sugere-se que os projetos de TCC contemplem ações inovadoras em mercados específicos, promovendo a cooperação entre os membros dos grupos e entre a sala.</p>	
Bases Tecnológicas	
<p>Referencial teórico da pesquisa</p> <ul style="list-style-type: none">• Pesquisa e compilação de dados;• Produções científicas, entre outros. <p>Construção de conceitos relativos ao tema do trabalho e definições técnicas</p> <ul style="list-style-type: none">• Definições dos termos técnicos e científicos (enunciados explicativos dos conceitos);• Terminologia (conjuntos de termos técnicos e científicos próprios da área técnica);• Simbologia, entre outros. <p>Escolha dos procedimentos metodológicos</p> <ul style="list-style-type: none">• Cronograma de atividades;• Fluxograma do processo. <p>Dimensionamento dos recursos necessários para execução do trabalho</p> <p>Identificação das fontes de recursos</p> <p>Organização dos dados de pesquisa</p> <ul style="list-style-type: none">• Seleção;• Codificação;• Tabulação. <p>Análise dos dados</p> <ul style="list-style-type: none">• Interpretação;• Explicação;• Especificação. <p>Técnicas para elaboração de relatórios, gráficos, histogramas</p> <p>Sistemas de gerenciamento de projeto</p> <p>Formatação de trabalhos acadêmicos</p>	
Carga horária (horas-aula)	

Teórica	00	Prática Profissional	120	Total	120 Horas-aula
Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.9 do Plano de Curso.					
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, está prevista divisão de classes em turmas.					
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php					

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

III.10 PLANO DE MARKETING	
Função: Estudos para elaboração do plano de marketing	
Classificação: Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Elaborar plano de mídia. Operacionalizar etapas do plano de comunicação. Pesquisar tipos de mídias aplicáveis ao plano de comunicação. Elaborar relatórios sobre custos e formatos de mídias disponíveis.	
Atribuições Empreendedoras	
Analisar resultados. Elaborar comparativos de metas e resultados.	
Habilidade relacionada às competências gerais / Eixo Estruturante	Habilidade específica associada ao Eixo Estruturante
(EMIFCG10) Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade. (EMIFCG11) Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.	(EMIFFTP10) Avaliar as relações entre a formação escolar, geral e profissional, e a construção da carreira profissional, analisando as características do estágio, do programa de aprendizagem profissional, do programa de trainee, para identificar os programas alinhados a cada objetivo profissional. (EMIFFTP11) Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos sobre o mundo do trabalho para desenvolver um projeto pessoal, profissional ou um empreendimento produtivo, estabelecendo objetivos e metas, avaliando as condições e recursos necessários para seu alcance e definindo um modelo de negócios.
Valores e Atitudes	
Incentivar atitudes de autonomia. Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas. Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.	
Competências	Habilidades
1. Desenvolver ações de marketing de acordo com as metas estratégicas da organização. 2. Implantar ações definidas no plano estratégico de marketing. 3. Analisar resultados das ações estratégicas de marketing implantadas.	1.1 Avaliar ambiente interno e externo da organização. 1.2 Interpretar informações coletadas no micro e macroambientes para tomada de decisão. 1.3 Criar ações de marketing com base nas características e objetivos do negócio. 2.1 Mapear recursos disponíveis para ações de marketing. 2.2 Desenvolver o plano e as estratégias de comunicação. 2.3 Aprovar material de comunicação. 2.4 Viabilizar a execução do plano de marketing. 2.5 Contatar agência de publicidade e fornecedores. 3.1 Coletar resultados de indicadores mercadológicos alinhados aos objetivos estratégicos.

	3.2 Comparar indicadores mercadológicos antes e depois da implantação das ações. 3.3 Interpretar resultados e propor aprimoramentos nas ações.
Orientações	
Este componente curricular apresenta conceitos desenvolvidos de modo introdutório em outros módulos e visa à contextualização e articulação dos elementos que compõem o plano de marketing. Recomenda-se o desenvolvimento de projetos que contemplem a criação de um plano de marketing para uma organização (fictícia ou real) de modo que o aluno articule os conhecimentos desenvolvidos ao longo do curso.	
Bases Tecnológicas	
<p>Plano de Marketing – Etapas elementares</p> <ul style="list-style-type: none">• Análise de ambiente;• Definição de público alvo;• Definição de posicionamento de mercado;• Gestão de marcas;• Definição de metas e objetivos:<ul style="list-style-type: none">✓ aumento das vendas;✓ posicionamento;✓ ativação de público;✓ relacionamento;✓ outros.• Seleção de estratégias de marketing;• Elaboração do composto de marketing (<i>Mix marketing</i>):<ul style="list-style-type: none">✓ produto (criação de produtos e serviços);✓ preço (definição do preço de venda);✓ praça (definição de canais de vendas e experiências de consumo);✓ promoção. <p>Plano de comunicação</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipos de Mídia:<ul style="list-style-type: none">✓ tv;✓ rádio;✓ internet;✓ jornal;✓ revista;✓ outros.• Estratégias de mídia;• Desenvolvimento de linguagem, peças e comunicação;• <i>Budget</i> – orçamento do plano. <p> Avaliação e controle dos resultados do Plano de marketing</p> <ul style="list-style-type: none">• Principais metas e métricas:<ul style="list-style-type: none">✓ visualizações;✓ engajamento;✓ <i>market share</i>;✓ volume de vendas;✓ outros.• Análise de resultados;• Desenvolvimento de ações corretivas ou replanejamento.	
Carga horária (horas-aula)	

Teórica	00	Prática Profissional	120	Total	120 Horas-aula
<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>					
<p>Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php</p>					

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

4.5. Fundamentos Pedagógicos para o Ensino Médio com Itinerário Formativo – Formação Técnica e Profissional (FTP)

Os currículos do Centro Paula Souza, voltados ao Ensino Médio com Itinerário Formativo, têm como fundamentos pedagógicos o reconhecimento de que “[...] a educação tem um compromisso com a formação e o desenvolvimento humano global, em suas dimensões intelectual, física, afetiva, social, ética, moral e simbólica.” (BRASIL, 2018, p. 16). Desta forma, entende-se que as equipes gestoras de nossas escolas e, sobretudo, nossos professores têm papel determinante no desenvolvimento da proposta curricular. Nesse sentido, merecem destaques os dois enfoques pedagógicos trazidos pela BNCC: o foco no desenvolvimento de competências e o compromisso com a educação integral.

No Centro Paula Souza, o trabalho com o desenvolvimento das competências, ampliando as dimensões do saber e do saber fazer, é de longa data. Entendendo-se que as competências não são metas possíveis de alcançar da noite para o dia, de maneira isolada e em atividades pontuais, mas exigem planejamento intencional, avanço progressivo, correlação de saberes, oportunidade de aplicação de conhecimentos. Assim sendo, as habilidades situam-se como um meio para que, ao serem colocadas em ação, permitam alcançar as competências almejadas.

Para tanto, busca-se a educação integral, que preconiza:

- o rompimento da fragmentação por componente curricular, propondo um trabalho interdisciplinar por área de conhecimento. No Centro Paula Souza, essa abordagem abrange tanto a Formação Geral, na linha do que propõe a BNCC, como também a Parte Diversificada, na qual orienta-se o diálogo entre os componentes curriculares para a pesquisa, o planejamento, a criação e o desenvolvimento de projetos;
- uma ressignificação da realidade a partir de temas contemporâneos que envolvam o âmbito local, regional e mundial; a Educação deve acompanhar as mudanças do mundo, garantindo um processo de ensino que parte da contextualização para que se chegue ao aprendizado;
- o uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) e de metodologias ativas a fim de que se propicie um aprendizado significativo para o aluno e não apenas uma reprodução mecânica dos conceitos aprendidos. Dentre as metodologias ativas, destacam-se: Estudo de Caso; Aprendizagem Baseada em

Projetos (ABP); Aprendizagem Baseada em Problemas (PBL - *Problem Based Learning*); Método STEM ou STEAM (Ciência, Tecnologia, Engenharia (Artes) e Matemática); Aprendizagem Baseada em Equipes (TBL - *Team Based Learning*) Prototipagem; Simuladores, dentre outras. Desta forma, foca-se o protagonismo do aluno como sujeito do seu conhecimento, com a capacidade de análise crítica, argumentação, expressão do pensamento de maneira criativa e ética. Cabe destacar que as aulas expositivas e dialogadas têm grande valia também como metodologia, pois são oportunidades de orientação e solução de dúvidas, portanto, espera-se que o professor planeje, diversifique e adote a metodologia pertinente a cada conhecimento a ser adquirido pelo aluno;

- os saberes como elementos estruturantes da prática docente, que tem o desafio de definir e organizar a maneira como serão abordados, por meio de metodologias. Nessa perspectiva, o professor assume papel de mediador e indicador de caminhos da aprendizagem, capaz de romper paradigmas cristalizados sobre o fazer docente, mostrando-se disposto a continuar estudando e se aperfeiçoando, pesquisando, interagindo, criando ferramentas e recursos, oferecendo mudanças possíveis e necessárias, tendo em vista o currículo escolar, o projeto de vida do aluno e o contexto que o cerca.

Desta forma, nota-se que os fundamentos pedagógicos não dizem respeito apenas ao currículo escolar, mas também ao lugar que o aluno ocupa no processo de ensino e de aprendizagem, assim como a desconstrução e reconstrução da figura do professor, que tem papel estratégico na transposição da teoria curricular para a prática educacional. Outro ponto crucial diz respeito ao processo avaliativo, podendo ser por meio de:

- Avaliação Diagnóstica: tem o propósito de identificar os saberes adquiridos pelo aluno, bem como as lacunas de aprendizagem, servindo como parâmetro para o planejamento docente, por isso, geralmente ocorre no início do processo de ensino e de aprendizagem. Podem ser utilizados instrumentos como questionários, entrevistas, exercícios, simulações, análise do desempenho anterior do aluno, dentre outros que possibilitem ao professor obter um diagnóstico que permita elaborar ações para atingir os objetivos educacionais esperados.
- Avaliação Formativa: busca acompanhar a construção do conhecimento ao longo do processo formativo, permitindo ao aluno demonstrar seu desenvolvimento e ao professor detectar a adequação das etapas de aprendizagem, dando feedback e

reorientando, quando necessário. Alguns instrumentos contribuem para esse tipo de avaliação, como: observação de entrega de atividades, observação direta do desempenho, aplicação de provas, participação nas etapas de desenvolvimento de projetos, e outros mais.

- Avaliação Cumulativa: é caracterizada pela atribuição de menções ao longo do período letivo (bimestre) e está voltada ao desempenho do aluno em cada etapa avaliativa proposta. O professor trabalha junto ao aluno e faz o acompanhamento individualizado no dia a dia, orientando-o continuamente.
- Avaliação Somativa: visa à promoção do aluno; baseia-se nos resultados parciais alcançados nas avaliações cumulativas.
- Autoavaliação: proposta avaliativa que apresenta uma reflexão a respeito do processo, permitindo ter consciência do ensino ou da aprendizagem ao longo do período. Seu foco é o aperfeiçoamento do processo e a adoção de ações diferenciadas e novas posturas, quando necessárias.

A avaliação no Ensino Médio com Itinerário Formativo – Formação Técnica e Profissional (FTP), como nos demais cursos oferecidos pelo Centro Paula Souza, deve ser continuada e processual, com critérios claros, prezando pela análise individual do aluno em cada etapa. Além de métodos de avaliação diversificados, o professor deve propor a quantidade necessária de avaliações, como parte de um ciclo avaliativo, oferecer a recuperação contínua ao longo do processo, não apenas ao término, a fim de que o estudante possa demonstrar o desenvolvimento das competências e habilidades previstas.

A avaliação escolar, como prevê o Regimento Comum das Escolas Técnicas do Centro Paula Souza, deve ter uma abordagem holística, que considere diferentes variáveis na avaliação global do aluno. Desta forma, o processo avaliativo preza por uma visão mais abrangente, sem a adoção do caráter punitivo. A avaliação escolar não se destina apenas a apreciar o desempenho do aluno, mas também serve como referência para aprimorar o trabalho da escola, uma vez que as aprendizagens se materializam no currículo escolar e se propõem, dentre outros, a “construir e aplicar procedimentos de avaliação formativa de processo ou de resultado que levem em conta os contextos e as condições de aprendizagem, tomando tais registros como referência para melhorar o desempenho da escola, dos professores e dos alunos” (BRASIL, 2018, p.17). Portanto, os resultados da

avaliação escolar fundamentam decisões e possibilitam a atuação estratégica, permitindo, inclusive, adotar novos percursos.

Assim sendo, os fundamentos pedagógicos sucintamente abordados refletem o compromisso do Centro Paula Souza, em sintonia com a BNCC, na busca da promoção de uma educação integral, voltada ao acolhimento, reconhecimento e desenvolvimento pleno dos alunos, fortalecida no enfrentamento à discriminação e ao preconceito, com respeito às diferenças e diversidades (BRASIL, 2018, p. 14). Ainda, externalizam a construção de currículos com propostas pedagógicas voltadas à igualdade, à equidade e à qualidade das aprendizagens (BRASIL, 2018, p. 15) nas escolas técnicas do Estado de São Paulo.

Fonte de Consulta

BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular. Brasília, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base> Acesso 12 abr. 2022.

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

A Resolução CNE/CP 1/2021 evidencia que os Eixos Tecnológicos são possibilidades de organização, podendo também, quando couber, serem segmentados em áreas tecnológicas, com vistas a orientar para melhor organizar os itinerários formativos.

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

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

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

1. Pesquisa dos perfis e atribuições profissionais na Classificação Brasileira de Ocupações – CBO – do Ministério do Trabalho e Emprego e, também, nas descrições de cargos do setor produtivo/mercado de trabalho, preferencialmente em parceria.
2. Seleção de competências, de habilidades e de bases tecnológicas, de acordo com os perfis profissionais e atribuições.
3. Consulta ao Catálogo Nacional de Cursos Técnicos do MEC, para adequação da nomenclatura da habilitação, do perfil profissional, da descrição do mercado de trabalho, da infraestrutura recomendada e da possibilidade de temas a serem desenvolvidos.
4. Estruturação de componentes curriculares e respectivas cargas horárias, de acordo com as funções do processo produtivo. Esses componentes curriculares são construídos a partir da descrição da função profissional subjacente à ideologia curricular, bem como pelas habilidades (capacidades práticas), pelas bases tecnológicas (referencial teórico) e pelas competências profissionais, a mobilização das diretrizes conceituais e das pragmáticas.
5. Mapeamento e catalogação das titulações docentes necessárias para ministrar aulas em cada um dos componentes curriculares de todas as habilitações profissionais.
6. Mapeamento e padronização da infraestrutura necessária para o oferecimento de cursos técnicos: laboratórios, equipamentos, instalações, mobiliário e bibliografia.
7. Estruturação dos planos de curso, documentos legais que organizam e ancoram os currículos na forma de planejamento pedagógico, de acordo com as legislações e fundamentações socioculturais, políticas e históricas, abrangendo justificativas, objetivos, perfil profissional e organização curricular, aproveitamento de experiências, de conhecimentos e avaliação da aprendizagem, bem como infraestrutura e pessoal docente, técnico e administrativo.
8. Validação junto ao público interno (Unidades Escolares) e ao público externo (Mercado de Trabalho/Setor Produtivo) dos currículos desenvolvidos.
9. Estruturação e desenvolvimento de turma-piloto para cursos cujos currículos são totalmente inéditos na instituição e para cursos não contemplados pelo MEC, em seu Catálogo Nacional de Cursos Técnicos.
10. Capacitação docente e administrativa na área de Currículo Escolar.
11. Pesquisa e publicação na área de Currículo Escolar.

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

4.7. Enfoque Pedagógico da Educação Profissional

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, os cursos existentes (98 Habilitações Profissionais – modalidade concomitante ou subsequente ao Ensino Médio, dessas, 37 Ensino Médio com Habilitações Profissionais oferecidas na forma Integrada ao Ensino Médio, 33 Especializações Técnicas e 8 cursos de Qualificação Profissional), abordam transversalmente o tema “Empreendedorismo” ou apresentam explícito o componente curricular “Empreendedorismo” na respectiva matriz curricular.

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

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

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

O Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac) contempla os cursos elaborados e atualizados com uma abordagem temática do Empreendedorismo. Embora em alguns cursos o Empreendedorismo apareça em forma de componente, todos os cursos apresentam competências e atribuições gerais voltadas para a ação empreendedora adequada ao contexto de cada perfil profissional. Essas atribuições e competências gerais

são desenvolvidas transversalmente em componentes específicos dos cursos, a partir do desenvolvimento de competências e de habilidades que contribuem para o desenvolvimento do perfil empreendedor. Além dos componentes de Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (PTCC) e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (DTCC), outros componentes presentes nos cursos também apresentam abordagem do tema Empreendedorismo, por comportarem competências e habilidades que contribuem para a formação integral do perfil técnico e empreendedor.

4.7.2. Fortalecimento das competências relativas à 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.

4.7.3. 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.

4.7.4. 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.

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

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

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

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

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

4.7.6. Fortalecimento das competências relacionadas à 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.

4.7.7. Fortalecimento das competências relacionadas à 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.

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

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

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

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

Os resultados esperados para o projeto são:

- Produção da documentação necessária à Padronização de Laboratórios:
 - ✓ documento completo: contempla a descrição completa dos equipamentos, mobiliário, acessórios e softwares de acordo com o sistema BEC /SIAFISICO e itens de consumo e suas quantidades, bem como a descrição e elaboração dos leiautes dos espaços físicos;
 - ✓ documento resumido: contempla informações básicas como identificação do equipamento, mobiliários e acessórios, softwares e suas quantidades, leiautes e possibilidades de compartilhamento dos laboratórios na unidade com várias habilitações profissionais.
- Subsidiar os setores da Administração Central e Etecs, no que se refere à implantação de novas unidades e novos cursos, utilizando-se como subsídio a documentação produzida pela Padronização de Laboratórios.
- Atualização da publicação eletrônica – site, divulgação da publicação resumida e documento completo.

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

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

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

O CRT é atualizado semestralmente, disponibilizado eletronicamente nos meses de julho e de dezembro, na página da Unidade do Ensino Médio e Técnico e, excepcionalmente, em

outra época, em arquivo separado, no mesmo espaço, nos casos em que houver necessidade, interesse da Instituição ou alteração da legislação.

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

4.8. Trabalho de Conclusão de Curso – TCC

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

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

Caberá a cada escola definir, conforme **Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico nº 2429, de 23-08-2022**, as normas e as orientações que nortearão a realização do Trabalho de Conclusão de Curso, conforme a natureza e o perfil de conclusão da Habilitação Profissional.

O Trabalho de Conclusão de Curso deverá envolver necessariamente uma pesquisa empírica que, somada à pesquisa bibliográfica, dará o embasamento prático e teórico necessário para o desenvolvimento do trabalho. A pesquisa empírica deverá contemplar

uma coleta de dados, que poderá ser realizada no local de estágio supervisionado, quando for o caso, ou por meio de visitas técnicas e entrevistas com profissionais da área. As atividades distribuídas em número de **120** horas, destinadas ao desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, serão acrescentadas às aulas previstas para o curso e constarão do histórico escolar do aluno.

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

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

4.8.1. Orientação

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

4.9. Prática Profissional

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

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

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

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

Os componentes curriculares, organizados por competências, trazem explícitas as habilidades a serem desenvolvidas, relacionadas (inclusive numericamente a cada competência), bem como o aparato teórico, que subsidia o desenvolvimento de competências e de habilidades.

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

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

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

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

4.10. Estágio Supervisionado

A Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING** não exige o cumprimento de estágio supervisionado em sua organização curricular, contando com aproximadamente **680** horas-aula de práticas profissionais, que poderão ser desenvolvidas integralmente na da região. Essas práticas ocorrerão com a utilização de procedimentos didáticos como simulações, experiências, ensaios e demais técnicas de ensino que permitam a vivência dos alunos em situações próximas à realidade do setor produtivo. O trabalho com projetos, estudos de caso, visitas técnicas monitoradas, pesquisas de campo e aulas práticas em laboratórios devem garantir o desenvolvimento de competências específicas da área de formação.

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

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

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

4.11. Novas Organizações Curriculares

O Plano de Curso propõe a organização curricular estruturada em 3 séries, com um total de **3870** horas ou **5160** horas-aula.

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

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

4.12. Glossário Temático do Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac): Educação Profissional Técnica de Nível Médio

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

4.12.1. Currículo de Educação Profissional Técnica de Nível Médio

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

4.12.2. Currículo oculto em Educação Profissional e Tecnológica

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

4.12.3. Perfil profissional

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

Tem fundamentação no Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos do MEC – CNCT – (site: <https://www.crt03.gov.br/wp-content/uploads/2021/06/CNCT-CRT-03.pdf>), na descrição sumária das famílias ocupacionais do Ministério do Trabalho e na descrição de cargos e funções de instituições públicas e privadas.

4.12.4. Competências profissionais

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

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

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

- ✓ criticar, diagnosticar, emitir juízo de valor, discriminar.

4.12.5. Competências gerais

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

4.12.6. Competências pessoais

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

4.12.7. Atribuições e responsabilidades

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

4.12.7.1 Atribuições empreendedoras

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

4.12.8. Áreas de atividades

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

As áreas de atividades inseridas no currículo são baseadas nas ocupações relacionadas ao curso, que podem ser acessadas pelo site da CBO. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>. Acesso em: 28 set. 2022.

4.12.9. Valores e atitudes

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

4.12.10. Componentes curriculares

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

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

4.12.11. Componentes curriculares transversais

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

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

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

4.12.12. Carga horária

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

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

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

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

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

4.12.13. Aula

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

4.12.14. Aula teórica

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

4.12.15. Aula prática

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

4.12.16. Função

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

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

4.12.17. Habilidade Profissional

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

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

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

- coletar;
- 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.

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 imediata (habilidades), de modo racional e planejado, de acordo com os postulados técnicos e científicos (bases tecnológicas).

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

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

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

4.12.21. Plano de Curso

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

Fontes Bibliográficas

- ALVES, Júlia Falivene. **Avaliação educacional: da teoria à prática**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.
- CENTRO PAULA SOUZA. **Missão, Concepções e Práticas do Grupo de Formulação e Análises Curriculares (GFAC)**. Out. 2018. Disponível em: <http://www.cpscetec.com.br/cpscetec/arquivos/2014/missao.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2022.

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (versão provisória)

CAPÍTULO 5 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

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

- ✓ qualificações profissionais e etapas ou 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 aos referenciais constantes de sua proposta pedagógica.

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

CAPÍTULO 6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

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

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

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

- classificação;
- reclassificação;
- aproveitamento de estudos.

Permite também orientar/reorientar os processos de:

- recuperação contínua;
- progressão parcial.

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

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 em que está classificado, expressa em parecer elaborado por Comissão de Professores, fundamentada nos resultados de diferentes avaliações realizadas.

Também por meio de avaliação, o 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 as adquiridas no trabalho.

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

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

Será considerado concluinte do curso ou classificado para a série seguinte o aluno que obtiver 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

As instalações e equipamentos a serem utilizados pelo **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** devem ser os mesmos utilizados na infraestrutura de laboratórios definida na Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**, autorizado e em funcionamento na Unidade Escolar.

Formação Geral Básica

LABORATÓRIO DE CIÊNCIAS	
Sala de Apoio	
Quantidade	Identificação
1	Forno de micro-ondas - Sala de apoio
1	Refrigerador doméstico, Vertical, Uma Porta; Capacidade Total Mínima 260 Litros
Equipamentos de QUÍMICA	
Quantidade	Identificação
1	Agitador Magnético - Placa de Aquecimento com Diâmetro de 14 cm
1	Balança de Precisão; Analítica Digital; Capacidade de 220 Gramas
1	Banho Maria; Capacidade 6 Litros
1	Capela para exaustão de gases 1200 x 750 x 2300mm (cpxa)
1	Conjunto Didático; Kit de Química; para Ensino de Reações Químicas
1	Estufa de Secagem; e Esterilização, Capacidade: 42 Litros
1	Lava-olhos de Segurança; Equipamento do Tipo Chuveiro e lava-olhos;
1	Medidor de pH; Digital de Bancada; para Amostras de Soluções Aquosas
Equipamentos de FÍSICA	
Quantidade	Identificação
2	Anemômetro portátil com visor de cristal líquido digital; medição da velocidade do vento na faixa de 0,3 a 40 m/s.
11	Conjunto Didático; Conjunto de Cinemática e Dinâmica
11	Conjunto Didático; Kit de Física para Calorimetria e Termometria

11	Conjunto Didatico; para Aulas de Fisica; Experimento de Queda Livre
11	Conjunto Didatico; para Aulas de Fisica; Kit Optico Nao Linear
11	Conjunto Didatico; para Experimentos de Eletricidade; Kit de Eletricidade Basico
11	Equipamentos para Fins Didáticos; para Analise Das Condições Ambientais; Possui 4 Parâmetros, Temperatura do Ar, Umidade Relativa, Pressão Sonora e Intensidade Da Luz
11	Equipamentos para Fins Didáticos; Radiômetro de Crookes Ou Light Mill (moinho de Luz) Ou Solar Engine (motor Solar)
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
Equipamentos de BIOLOGIA	
Quantidade	Identificação
11	Conjunto Didatico; para Estudo de Biologia; Observacao de Micro-organismos
10	Cronômetros digitais, relógio marcador de tempo, contador de tempo digital com cronômetro e relógio (timer digital)
11	Estruturas Educativas para Biologia; Modelo de Dna/rna Com Hélice Dupla e Divisões Moleculares
1	Estufa bacteriológica, capacidade para até 3 prateleira
5	Microscópio binocular Campo Claro Ocular 10x Campo 20mm 04 Objetivas
1	Microscópio trilocular com Câmera de no mínimo 1.3 Mp
1	Modelo Anatomico Humano; Anatomia do Olho Em 8 Partes
1	Modelo Anatomico Humano; Modelo de Medula Espinal
1	Modelo Anatomico Humano; Ouvido Ampliado Em 6 Partes
1	Modelo Anatomico Humano; Sistema Digestivo, 3 Partes
Equipamentos Eletrônicos	
Quantidade	Identificação
1	Condicionador de ar

1	Microcomputador
1	SMART TV LED 65"
2	Ventiladores
Mobiliário	
Quantidade	Identificação
	Armários com portas e chaves
	Banquetas
1	Conjunto de mesa e cadeira para professor
1	Quadro branco
1	Suporte para TV
Acessórios de FÍSICA	
<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
Acessórios de BIOLOGIA	
<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.
Vidrarias	
<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
04	Barrilete em PVC
20	Bastão de vidro
10	Bequer de vidro 1000 ml
20	Bequer de vidro de 150 ml

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

12	Tela de amianto
01	Termômetro clínico
02	Termômetro de máximo e mínimo
100	Tubo de ensaio 15cmX 2cm
20	Vidro relógio

SALA DE INTEGRAÇÃO CRIATIVA (SALA MAKER)

Equipamentos

Quantidade	Identificação
15	Notebooks
01	Carrinho para carregamento e recarga de Notebooks - Rack P/equipamento de Informatica; Armazenar, Recarregar e Transportar Notebooks, Netbooks/ Tablets/ Chromebook
01	Condicionador de Ar
01	Caixa de Som amplificada
01	Impressora 3D. Equipamento multifuncional de bancada DESCRIÇÃO: Impressora para Produção de Prototipos Fisicos Tridimensionais para Fins Didaticos
01	<p>KIT ARDUINO - ROBOTICA</p> <p>Característica 1: Conjunto Didático, Tipo Kit Arduino; Contendo 01 Arduino Uno R3 (Microcontrolador Atmega328, Tensão de Operação 5 V).</p> <p>Característica 2: Cabo Usb 2.0 A-B Compativel c/ Saída Arduino comprimento de 1,5 metros.</p> <p>Característica 3: Placa Protoboard c/ 400 Furos. Sendo o diâmetro de cada furo de 0,8mm. Material: ABS (branco).</p> <p>Característica 4: Bateria 9V e Conector de Bateria 9V com cabo e plug tipo P4 (Macho).</p> <p>Característica 5: 40 Kit Jumper de 10 cm, sendo: 20 macho-macho e 20 macho-fêmea.</p> <p>Característica 6: Resistores de 1/8 W, sendo 10 de 330 ohms, 10 de 1 K ohms e 10 de 10 K ohms.</p>

	Característica 7: Leds de 5 mm, sendo 3 de vermelho, 3 de verde e 3 de amarelo Característica 8: Potenciômetro de 10 k ohms Característica 9: Buzzer Ativo 12 mm, 5 V Característica 10: Display Digital 7 Segmentos Catodo Comum Característica 11: Display LCD 16x2 I2C Backlight Azul CARACTERÍSTICA 12: Led tipo RGB Difuso com Cátodo Comum CARACTERÍSTICA 13: Sensor de Luz LDR CARACTERÍSTICA 14: O Sensor ultrassônico HC-SR04 CARACTERÍSTICA 15: Micro Servo 9g SG90 180 Graus CARACTERÍSTICA 16: Modulo Relé 5V com 2 canais CARACTERÍSTICA 17: 2 Chave Tactil Push-Button CARACTERÍSTICA 18: Módulo Bluetooth HC-06 CARACTERÍSTICA 19: Acelerômetro 3 Eixos MMA8452 CARACTERÍSTICA 20: Caixa plástica transparente com divisórias
01	Máquina de Corte a Laser - Materiais Aplicaveis: Mdf, Acrilico, Couro, Tecidos, Papeis, Eva, Espuma
01	Scanner 3D - para Digitalização de Objetos, Portátil
01	Moldura Interativa 65" polegadas. Tela Touch Screen; Moldura Interativa 65"; para Tv de Lcd, Led Ou Plasma.
02	SMART TV LED 65"
01	Projektor Multimidia
Mobiliário e Acessórios	
Quantidade	Identificação
01	Conjunto de mesa e cadeira para professor
01	Arquibancadas com capacidade para 10 pessoas – com ponto de tomada - CONJUNTO DE ESTOFADO FORMATO ARQUIBANCADA
02	Quadro branco - Quadro Escolar
02	Lousas de Vidro - Quadro Não Magnético
01	Armário - ARMÁRIO BAIXO, 2 portas
04	Mesa Retangular com rodízios, 1500mm x 600mm
02	Mesas reunião redonda multifuncional, com diâmetro de 1200mm

05	Mesas Redonda Multifuncional – Apoio Notebook, com diâmetro de 600mm
05	Mesa Trapezoidal, em formato trapezoidal, medindo em seu lado maior 1500mm de largura, 600mm de profundidade e em seu lado menor 812mm de largura
04	Cadeira empilhavel monobloco cor verde água
04	Cadeira empilhável monobloco cor verde
08	Cadeira fixa empilhável em polipropileno laranja
08	Cadeiras – fixa + rodízio
01	Mesa para Impressora 3D
01	Mesa para Máquina de Corte a Laser
01	Mesa para Scanner 3D
06	PUFFs SEXTAVADO COM TOMADA
01	Sofá dois lugares com tomadas
01	Estante Expositora Aberta - ESTANTE ABERTA: Composta por 05 prateleiras reguláveis e 01 prateleira fixa
02	Suportes para TV 65”
01	Suporte para Projetor
Acessórios e Material de Consumo <i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
Quantidade	Identificação
	Filamento para a Impressora 3D
02	Painéis para Ferramentas - Paineis organizador 100% Aço 2 Ganchos curvados 2 Ganchos duplos 3 Ganchos simples de 5cm 3 Ganchos simples de 7cm 1 Suporte para 8 chaves de boca 1 Suporte para 5 chaves Fenda/Philips 1 Cesto organizador aramado 14cm x 9cm 1 Caixa organizadora 14cm x 9cm 1 Porta Spray 1 Paineis Perfurado

	Manual de Instruções
05	Lupa Mesa Bancada com garras para fixação, iluminação integrada por LED e lentes com diferentes ampliações. Alimentação com pilhas ou fonte bivolt incluso, com suporte e base ajustáveis
	Demais acessórios e material de consumo de interesse da Unidade de Ensino
01	Cavelete Flip Chart - Características do Produto Quadro Branco fixado no FLIP Fixação simples Utilize o Quadro Branco ou Porta Blocos de Papel Utiliza Caneta Própria para Quadro Branco Folhas Vendidas Separadamente Medidas: 58 x 90 x 170 cm
01	Tapete – Características do Produto Tapete Capacho Vinil Liso Cinza 1,00 X 1,20 M Costado sólido antiderrapante Espessura de 10 mm Lavável Grande variedade de cores Alta durabilidade e resistência Retém poeira e sujeira
Ferramentas	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade</i>	
Quantidade	Identificação
01	Furadeira parafusadeira
01	Lixadeira Orbital ¼ pol com coletor de pó – 220W 110V
	Lixas (para madeira, ferro etc)
01	Kit Soldagem Multímetro, Ferro, Suporte, Sugador e Solda – 127v/60W
05	Alicates (universal, de pressão, de corte, de bico etc.)
1	Martelo e/ou macete
	Jogo de chaves de boca ou chaves inglesas
	Jogo de chaves fenda e/ou phillips
	Demais ferramentas de interesse da UE

02	<p>Kit de Ferramentas Manuais com 160 Peças. Indicado para manutenções e instalações residenciais e pequenos reparos</p> <p>1 chave de fenda de precisão</p> <p>1 chave phillips de precisão</p> <p>1 alicate descascador de fios 8"</p> <p>1 alicate universal 6"</p> <p>1 alicate de bico longo 6"</p> <p>1 chave de fenda</p> <p>1 chave phillips</p> <p>1 chave phillips mini</p> <p>1 suporte para ponteiros hexagonais</p> <p>1 chave ajustável 8"</p> <p>6 chave hexagonal tipo canivete</p> <p>16 ponteiros hexagonal 25mm variada CR-V</p> <p>1 chave para ponteira hexagonal</p> <p>1 martelo unha</p> <p>1 arco de serra mini</p> <p>1 estilete largo 18mm</p> <p>1 trena 3m</p> <p>123 acessórios diversos sendo: (73 pregos 25mm zincado, 20 pregos 40mm zincado, 10 parafusos AA 3x25mm zincado, 5 parafusos AA 4x20mm zincado, 5 clips tipo gancho, 5 pregos 20mm dourados, 5 alfinetes coloridos)</p>
----	---

LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA	
Quantidade	Identificação
2	Condicionador de ar (mínimo 24.000 Btus)
21	Microcomputadores – Padrão CPS
1	Nobreak 700va (mínimo)
1	Projektor de multimídia (mínimo 3.000 lumens); ou Projektor Interativo
1	SMART TV LED 50"
Mobiliário	

Quantidade	Identificação
2	Armário de aço com portas e chaves
21	Cadeiras fixas
1	Conjunto de mesa e cadeira para o professor
4	Estante de aço
21	Mesas para computador
1	Quadro branco
1	Suporte para projetor multimídia
1	Suporte para TV
1	Tela de projeção
Softwares Específicos	
Quantidade	Identificação
21	Corel Draw
21	Pacote Microsoft Office
Mobiliário	
Quantidade	Identificação
21	Cadeiras giratória, concha dupla
1	Conjunto de mesa e cadeira para o professor
21	Mesas para computador
1	Quadro branco
Ferramentas	
<i>Itens de responsabilidade da Unidade Escolar</i>	
Quantidade	Identificação
1	Alicate de bico para eletrônica
1	Alicate de corte rente 5"
1	Alicate de crimpagem RJ45
1	Alicate Punch Down
1	Decapador de cabo de rede
1	Kit ferramentas para manutenção computador desktop composto por uma chave de fenda 1/8", uma chave de fenda 3/6", uma chave philips #0, uma chave philips #1, um alicate de bico para eletrônica, pinça para componentes eletrônicos, trincha 1", extrator 3 garras, chave soquete 1/4", chave soquete 3/16" e estojo com zíper para guardar as ferramentas

1	Testador de cabo rede
Materiais de Consumo <i>Itens de responsabilidade da Unidade Escolar</i>	
Quantidade	Identificação
1 cx	Cabo par trançado cat 5e ou cat6
1	Caixa de cabo rede partrançado 300mts
7	Caixa organizadora de parafusos e componentes eletrônicos
1 cx	Conector RJ45 cat5e ou cat6
7	Decapador de cabos modelo HY
2	Fita Isolante
10	Flanelas para limpeza
1 cx	Keystone RJ45 cat5e ou cat6
5	PenDrive 16GB

Formação Técnica Profissional

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

Descrição da Prática

Os componentes curriculares que exigem Prática Profissional são:

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

- **Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão do Curso em Marketing:** Pesquisas na internet, elaboração de monografia; formatação de relatórios e documentos; tabulação de pesquisas; criação de tabelas e gráficos entre outras atividades afins.
- **Plano de Marketing:** Elaboração de pesquisas, consolidação de informações e elaboração de briefing em aplicativos informatizados para edição de textos e apresentação de slides.

Softwares Específicos

Quantidade	Identificação
21	inFinance
21	Sige Lite
21	SoftExpert Almojarifado
21	Arena
21	Artia
21	Bitrix24
21	Bizage
21	Bysoft
21	CMapTools
21	Cobli
21	ComexLabs
21	digital system
21	Dreamshaper
21	emulador 12C
21	Enterprise Architect
21	eProtocolo
21	ERP
21	ExpertChoice
21	Contamatic
21	FreeMind
21	GanttProject
21	Geogebra
21	Gestran
21	GINFO

21	GIS
21	Google classroom
21	Google Earth Pro
21	Hive.cloud
21	Hondana Indica
21	Ithink
21	Mathematics 4.0
21	Microsoft Mathematics
21	MiniTab
21	MS Project
21	Narwal
21	Plano de negócios 3.0
21	Power BI
21	Promodel
21	QGIS
21	RH1000
21	runrun.it
21	Sebrae-MG
21	Sialog
21	Simulare
21	Siscomex
21	SoftExpert Almoxarifado
21	Solides
21	TOTVS
21	Transcad
21	Trello
21	UXComex
21	Visio
21	WBS tool
21	Wix
21	Evernote
21	Google Keep
21	Juridicius

21	Dirlex Portable Lite 2.03
21	SCIWin Profissional
21	inFinance
21	Sige Lite
21	SoftExpert Almoxarifado

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

BIBLIOGRAFIA

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

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

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

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

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

Eixo Tecnológico	Curso	Autor 1 /SOBRENOME	Autor 1 /NOME	Autor 2 /SOBRENOME	Autor 2 /NOME	Autor 3 /SOBRENOME	Autor 3 /NOME	Organizador /Sobrenome	Organizador /Nome	Título	Subtítulo	Edição	Cidade	Editora	ISBN	Ano
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing							Demo	Gisela	Marketing de Relacionamento & Comportamento do Consumidor	Estado da Arte, Produção Nacional, Novas Medidas e Estudos Empíricos	1	São Paulo	Grupo GEN	9788522497249	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	ANDRADE	Marcos Serafim de							Adobe Photoshop CC		3	São Paulo	Senac	9788539619993	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	BELCH	George E	BELCH	Michael E.					Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing		9	São Paulo	Grupo A	9788580553642	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	BERNARDI	Luiz Antonio							Formação de Preços	Estratégias, Custos e Resultados	5	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597010657	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	CASTRO	Luciano Thomé e	NEVES	Marcos Fava	CÔNSOLI	Matheus Alberto			Administração de Vendas		2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597016239	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	CHIAVENATO	Idalberto							Gestão de Vendas	Uma Abordagem Introdutória	3	São Paulo	Manole	9788520439210	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	CHURCHILL	Gilbert A.	PETER	J. Paul					Marketing: criando valor para os clientes		3	São Paulo	Saraiva	9788502183599	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	CRUZ	André Santa							Direito Empresarial		8	Rio de Janeiro	Forense	9788530979720	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	DEMETRESCU	Sylvia							Vitrinas e Exposições	Arte e Técnica do Visual Merchandising	1	São Paulo	Saraiva	9788536508559	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	FARIAS	Cláudio	DUSCHITZ	Caroline	DE CARVALHO	Gustavo Meneghetti			Marketing Aplicado		1	Porto Alegre	Grupo A	9788582602775	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	GRANT	David B.							Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos		1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	GRANT	David B.							Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos		1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	GRINOVER	Ada Pellegrini							Código Brasileiro de Defesa do Consumidor	Comentado pelos Autores do Anteprojeto	11	Rio de Janeiro	Forense	9788530960643	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	Técnico em Marketing	LADEIRA	Wagner	SANTINI	Fernando					Merchandising & Promoção de Vendas		1	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597015478	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	LUDOVICO	Nelson	SANTINI	Fernando Roberto					Gestão marketing	O plano de marketing como orientador das decisões Série gestão empresarial	1	São Paulo	Saraiva	9788502214132	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	MARCONI	Marina de Andrade	LAKATOS	Eva Maria					Técnicas de Pesquisa		8	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012811	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	MCDONALD	Malcolm	WILSON	Hugh					Planos de Marketing		7	São Paulo	Elsevier	9788535256352	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	MCQUAIL	Denis							Teorias da Comunicação de Massa	Série Comunicação	6	Porto Alegre	Grupo A	9788565848275	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	NIQUE	Walter	LADEIRA	Wagner					Pesquisa de Marketing		2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012583	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	NOGUEIRA	Amarildo de Souza							Logística empresarial		2	Rio de Janeiro	Atlas	9788597013634	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	READE	Dennis Vincent	ROCHA	Marcos	OLIVEIRA	Sérgio Luis Ignácio de			Marketing estratégico		1	São Paulo	Saraiva	9788502638761	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	RIBEIRO	Osni Moura							Contabilidade de Custos		4	São Paulo	Saraiva	9788502621800	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	SOLOMON	Michael R.							O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo		11	Porto Alegre	Grupo A	9788582603673	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Wood	Marian Burk							Planejamento de Marketing		1	São Paulo	Saraiva	9788502629868	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	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 (Versão Provisória)

CAPÍTULO 8 PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A contratação dos docentes que irão atuar no Curso de **ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM MARKETING - PEI 9H (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo)** será feita por meio de Concurso Público e/ou Processo Seletivo como determinam as normas próprias do Ceeteps, obedecendo a seguinte ordem de prioridade, em conformidade com o Art. 52 da Deliberação CEE nº 207/2022, Indicação CEE nº 215/2022 e Indicação CEE/213/2021:

- I. Licenciados na área ou componente curricular do curso, em cursos de Licenciatura específica ou equivalente, e em cursos para Formação Pedagógica para graduados não licenciados, consoante legislação e normas vigentes à época;
- II. Graduados no componente curricular, portadores de certificado de especialização lato sensu, com no mínimo 120h de conteúdos programáticos dedicados à formação pedagógica;
- III. Graduados no componente curricular ou na área do curso.

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

TITULAÇÕES DOCENTES POR COMPONENTE CURRICULAR

COMPONENTE CURRICULAR	TITULAÇÃO
ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA APLICADA AO MARKETING	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Administração de Negócios• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Administração Hoteleira• Administração - Habilitação em Administração Rural• Administração - Habilitação em Agronegócios• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Comércio Internacional• Administração - Habilitação em Empresas Rurais e Cooperativas• Administração - Habilitação em Finanças• Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios Agroindustriais• Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercados Internacionais• Administração de Empresas• Administração de Empresas e Agronegócios• Administração de Empresas e Negócios• Administração de Negócios
--	--

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Administração em Agronegócios• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Administração Hoteleira• Administração Rural• Ciências Administrativas• Ciências Atuariais• Ciências Contábeis• Ciências Contábeis e Atuariais• Ciências Econômicas• Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional• Ciências Econômicas e Administrativas• Ciências Gerenciais e Orçamentárias• Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis• Contabilidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Economia• Tecnologia em Agronegócio(s)• Tecnologia em Gestão de Finanças• Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios• Tecnologia em Gestão Empresarial• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica
--	--

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza - SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Planejamento e Programação Econômica• Tecnologia em Processos Gerenciais• Tecnologia em Programação Econômica
<p>APLICATIVOS INFORMATIZADOS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Gestão de Informática• Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação• Administração de Sistemas de Informação• Análise de Sistemas• Análise de Sistemas Administrativos em Processamento de Dados• Análise de Sistemas de Informação• Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias• Ciência e Tecnologia• Ciência(s) da(de) Computação• Computação• Computação (LP)• Computação Científica• Engenharia da(de) Computação• Física - Opção Informática• Física Computacional• Informática ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Matemática Aplicada às Ciências da Computação• Matemática Aplicada e Computação Científica• Matemática Aplicada e Computacional

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Informática - Ênfase em Gestão de Negócios• Tecnologia em Informática - Modalidade (de) Gestão Financeira• Tecnologia em Informática com Ênfase em Banco de Dados• Tecnologia em Informática para (a) Gestão de Negócios• Tecnologia em Processamento de Dados• Tecnologia em Projeto(s) de Sistemas de Informações• Tecnologia em Redes de Computadores• Tecnologia em Sistema(s) de(da) Informação• Tecnologia em Sistema(s) para Internet• Tecnologia em Web Design• Tecnologia em Web Design e E-Commerce
<p>CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração de Negócios• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Administração Hoteleira• Administração - Habilitação em Administração Rural• Administração - Habilitação em Agronegócios

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Comércio Internacional• Administração - Habilitação em Gestão de Marketing• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios Agroindustriais• Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa• Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercadologia• Administração - Habilitação em Mercados Internacionais• Administração de Empresas• Administração de Empresas e Agronegócios• Administração de Empresas e Negócios• Administração de Negócios• Administração de Pequenas e Médias Empresas• Administração de Sistemas de Informação• Administração em Agronegócios• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing
--	---

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Logística e Transportes Multimodal• Tecnologia em Logística Empresarial• Tecnologia em Logística para o Agronegócio• Tecnologia em Processos Gerenciais• Tecnologia em Produção Industrial
<p>ESTRATÉGIAS DE MARKETING E MODELOS DE NEGÓCIOS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Administração Hoteleira• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Comércio Internacional• Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria• Administração - Habilitação em Gestão da Informação• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios• Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa• Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercados Internacionais• Administração de Empresas• Administração de Empresas e Negócios• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Administração Pública• Ciências Administrativas• Ciências Contábeis• Ciências Contábeis e Atuariais• Ciências Econômicas• Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional• Ciências Econômicas e Administrativas• Ciências Gerenciais• Ciências Gerenciais e Orçamentárias• Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis• Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Mercadológica• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda
--	--

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Economia• Marketing• Propaganda e Marketing• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico, com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Administração Pública• Tecnologia em Agronegócio(s)• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão Comercial• Tecnologia em Gestão da Produção• Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios• Tecnologia em Gestão Empresarial• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior
--	---

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Gestão Pública• Tecnologia em Informática - Modalidade Gestão da Produção Industrial• Tecnologia em Informática para (a) Gestão de Negócios• Tecnologia em Informática para Negócios• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Produção (da/de Produção)• Tecnologia em Produção Industrial• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Administração Hoteleira

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercados Internacionais• Administração de Empresas• Administração de Empresas e Negócios• Administração de Negócios• Administração em Hotelaria• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Hoteleira• Administração Pública• Ciências Administrativas• Ciências Atuariais• Ciências Contábeis• Ciências Contábeis e Atuariais• Ciências Econômicas• Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional• Ciências Econômicas e Administrativas• Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis• Ciências Jurídicas• Ciências Jurídicas e Sociais• Ciências Sociais• Ciências Sociais (LP)• Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)
--	---

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Mercadológica• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Direito• Economia• Estudos Sociais com Habilitação em Geografia (LP)• Estudos Sociais com Habilitação em História (LP)• Filosofia• Filosofia (LP)• História• História (LP)• Marketing• Pedagogia• Pedagogia (LP)• Propaganda e Marketing• Psicologia• Psicologia (LP)• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Relações Internacionais
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Sociologia • Sociologia (LP) • Sociologia e Política • Sociologia e Política (LP) • Tecnologia em Administração Pública • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Planejamento Administrativo • Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Marketing • Administração em Marketing • Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias • Ciência(s) da(de) Computação • Comunicação Mercadológica

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Desenho Industrial - Habilitação em Programação Visual• Design• Design - Habilitação em Comunicação Visual• Design - Habilitação em Design Digital• Design - Habilitação em Design Gráfico• Design - Habilitação em Programação Visual• Design Digital• Design Gráfico• Marketing• Propaganda e Marketing• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas
--	--

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Design• Tecnologia em Design Digital• Tecnologia em Design Gráfico• Tecnologia em Design Gráfico Digital• Tecnologia em Design: Programação Visual• Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Informática - Modalidade (de) Gestão Financeira• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Processamento de Dados• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>INTRODUÇÃO AO MARKETING E COMUNICAÇÃO INTEGRADA</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Comércio Exterior

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios• Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercados Internacionais• Administração de Empresas• Administração de Empresas e Agronegócios• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Ciências Administrativas• Comunicação Mercadológica• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing)• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Publicidade• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação
--	--

	<ul style="list-style-type: none">• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas• Tecnologia em Gestão Empresarial• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Processos Gerenciais• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Propaganda e Marketing• Tecnologia em Publicidade e Marketing
--	--

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>LEGISLAÇÃO DE MERCADO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração de Empresas • Ciências Jurídicas • Ciências Jurídicas e Sociais • Direito
<p>MARKETING DE RELACIONAMENTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Marketing • Propaganda e Marketing • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade • Publicidade • Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)

	<ul style="list-style-type: none">• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE</p>	<ul style="list-style-type: none">• Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias• Ciência(s) da(de) Computação• Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Mercadológica• Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Social com Habilitação em Marketing

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Desenho Industrial - Habilitação em Programação Visual• Design• Design - Habilitação em Comunicação Visual• Design - Habilitação em Design Digital• Design - Habilitação em Design Gráfico• Design - Habilitação em Programação Visual• Design Digital• Design Gráfico• Marketing• Propaganda e Marketing• Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo
--	--

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Design• Tecnologia em Design Digital• Tecnologia em Design Gráfico• Tecnologia em Design Gráfico Digital• Tecnologia em Design: Programação Visual• Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Processamento de Dados• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>MARKETING INSTITUCIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Administração Rural

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Agronegócios• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Comércio Internacional• Administração - Habilitação em Empresas Rurais e Cooperativas• Administração - Habilitação em Finanças• Administração - Habilitação em Gestão de Marketing• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios Agroindustriais• Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercadologia• Administração de Empresas• Administração de Empresas e Agronegócios• Administração em Agronegócios• Administração em Marketing• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Ciências Administrativas• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
--	---

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão Comercial• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas• Tecnologia em Gestão Empresarial• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing
--	--

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Processos Gerenciais• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>PESQUISA DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração de Empresas• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Comunicação Mercadológica• Comunicação Social com Habilitação em Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing)• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade• Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda• Psicologia• Psicologia (LP)• Publicidade• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas• Tecnologia em Gestão Empresarial• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior
--	--

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza SP (Versão Provisória)

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Processos Gerenciais• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Propaganda e Marketing• Tecnologia em Publicidade e Marketing• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração de Empresas• Administração em Marketing• Administração Geral• Ciências Administrativas• Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Mercadológica

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Social com Habilitação em Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>PLANO DE MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Gestão de Marketing• Administração - Habilitação em Marketing

	<ul style="list-style-type: none">• Administração - Habilitação em Mercadologia• Administração em Marketing• Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Mercadológica• Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Social com Habilitação em Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão Empresarial
--	--

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>PROJETO INTEGRADOR I E II</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios• Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração - Habilitação em Mercados Internacionais• Administração de Empresas• Administração em Marketing• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Comunicação Mercadológica

	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing)• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade• Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda• Publicidade• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Administração de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão de Marketing• Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas• Tecnologia em Gestão Empresarial
--	---

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Produção Publicitária• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
<p>PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING</p>	<ul style="list-style-type: none">• Administração• Administração - Habilitação em Administração de Empresas• Administração - Habilitação em Administração Geral• Administração - Habilitação em Comércio Exterior• Administração - Habilitação em Comércio Internacional• Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica• Administração - Habilitação em Marketing• Administração de Empresas• Administração em Marketing

	<ul style="list-style-type: none">• Administração Geral• Administração Geral - Ênfase em Marketing• Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Mercadológica• Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Comunicação Social com Habilitação em Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial• Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda• Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas• Marketing• Propaganda e Marketing• Publicidade• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica)• Publicidade e Propaganda• Publicidade, Propaganda e Criação• Publicidade, Propaganda, Criação e Produção• Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo• Tecnologia em Criação e Produção Publicitária• Tecnologia em Gestão Comercial• Tecnologia em Gestão de Marketing
--	---

	<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia em Gestão Empresarial• Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior• Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing• Tecnologia em Gestão Mercadológica• Tecnologia em Marketing• Tecnologia em Marketing de Varejo• Tecnologia em Marketing Gerencial• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
--	--

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

Profissionais na Unidade Escolar:

- 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.

CAPÍTULO 9 CERTIFICADO E DIPLOMA

Ao aluno concluinte do curso será conferido e expedido o diploma de **TÉCNICO EM MARKETING**, satisfeitas as exigências relativas:

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

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

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

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

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

PARECER TÉCNICO

EM ELABORAÇÃO

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 15-08-2022

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza designa **Amneris Ribeiro Caciatori**, R.G. 29.346.971-4, **Dário Luiz Martins**, R.G. 24.617.929-6 e **Robson Fernando Gomes da Silva**, R.G. 32.017.728-2, para procederem a análise e emitirem aprovação do Plano de Curso da Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps.

São Paulo, 15 de agosto de 2022.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO
Coordenador do Ensino Médio e Técnico

APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO

A Supervisão Educacional do Centro Paula Souza, na situação de delegada pela Resolução SE 78/2008 e nos termos da Deliberação CEE 207/2022 e Indicação CEE 215/2022, aprova o Plano de Curso do Eixo Tecnológico de “Gestão e Negócios”, referente à Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 17-09-2022.

São Paulo, 16 de setembro de 2022.

**Amneris Ribeiro
Caciatori**

R.G. 29.346.971-4

**Gestora de Supervisão
Educacional**

Dário Luiz Martins

R.G. 24.617.929-6

**Gestor de Supervisão
Educacional**

**Robson Fernando Gomes
da Silva**

R.G. 32.017.728-2

**Gestor de Legislação e
Informação**

PORTARIA CETEC Nº 2477, DE 05-12-2022

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico, com fundamento nos termos da Lei Federal 9394, de 20-12-1996 (e suas respectivas atualizações, com destaque para a Lei 13415, de 16-2-2017), na Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020, na Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021, na Resolução CNE/CEB 3, de 21-11-2018, na Resolução SE 78, de 7-11-2008, no Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014, no Parecer 11, de 12-6-2008, na Deliberação CEE 207/2022 e na Indicação CEE 215/202, na Resolução Seduc 74, de 15-9-2022 e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, resolve que:

Artigo 1º - ficam aprovados, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV da referida Lei, do item 1.15 da Indicação CEE 215/2022, e do inciso I, do Art. 3º da Resolução Seduc 74/2022, os seguintes Planos de Cursos de Ensino Médio com Habilitação Profissional, a serem iniciados na 2ª série em 2023, oferecidos em unidades escolares da rede estadual de ensino em parceria com o Centro Paula Souza, nas escolas de tempo parcial:

I – no eixo tecnológico de Gestão e Negócios:

- a) Técnico em Administração, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Administrativo;
- b) Técnico em Comércio Exterior, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Comércio Exterior;
- c) Técnico em Marketing, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Marketing;
- d) Técnico em Recursos Humanos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Recursos Humanos;
- e) Técnico em Serviços Jurídicos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Serviços Jurídicos.

II – no eixo tecnológico de Informação e Comunicação:

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

Artigo 2º - ficam aprovados, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV da referida Lei, do item 1.15 da Indicação CEE 215/2022, e do inciso II, do Art. 3º da Resolução Seduc 74/2022, os seguintes Planos de Cursos de Ensino Médio com Habilitação Profissional, a serem iniciados na 2ª série em 2023, oferecidos em unidades escolares da rede estadual de ensino em parceria com o Centro Paula Souza, nas escolas de tempo parcial que passarão para o Programa de Ensino Integral – PEI – em 2023:

I – no eixo tecnológico de Gestão e Negócios:

- a) Técnico em Administração, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Administrativo;
- b) Técnico em Comércio, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Comercial;
- c) Técnico em Logística, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Logística;
- d) Técnico em Marketing, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Marketing;
- e) Técnico em Recursos Humanos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Recursos Humanos;
- f) Técnico em Serviços Jurídicos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Serviços Jurídicos.

II – no eixo tecnológico de Informação e Comunicação:

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

Artigo 3º - ficam aprovados, nos termos do Art. 36. da Lei 9394/96 (redação dada pela Lei 13415/17), bem como da seção IV da referida Lei, do item 1.15 da Indicação CEE 215/2022, e do inciso II, do Art. 3º da Resolução Seduc 74/2022, os seguintes Planos de Cursos de Ensino Médio com Habilitação Profissional, a serem iniciados na 2ª série em 2023, oferecidos em unidades escolares da rede estadual de ensino em parceria com o Centro Paula Souza, nas escolas do Programa de Ensino Integral – PEI:

I – no eixo tecnológico de Gestão e Negócios:

- g) Técnico em Administração, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Administrativo;
- h) Técnico em Comércio, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Comercial;
- i) Técnico em Logística, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Logística;
- j) Técnico em Marketing, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Marketing;
- k) Técnico em Recursos Humanos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Recursos Humanos;
- l) Técnico em Serviços Jurídicos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Serviços Jurídicos.

II – no eixo tecnológico de Informação e Comunicação:

- c) Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar em Desenvolvimento de Sistemas e de Programador de Computadores;
- d) Técnico em Informática para Internet, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Informática para Internet e de Auxiliar em Design de Websites.

Artigo 4º - 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 17-09-2022.

Artigo 5º - Esta portaria entrará em vigor na data de sua publicação, retroagindo seus efeitos a 17-09-2022.

São Paulo, 16 de setembro de 2022.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO

Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Publicada no DOE de 07-12-2022, Poder Executivo, Seção I, página 111-112.

Grupo de Formulação e Análises Curriculares - Centro Paula Souza / SP (Versão Provisória)

ANEXO - SUGESTÃO METODOLÓGICA

RELATÓRIO DE AULA PRÁTICA DA HABILITAÇÃO PROFISSIONAL

TEMA: _____

TÍTULO: _____

Professor (es): _____

Componente Curricular: _____

Grupo _____

Nome (s): _____ Número (s): _____

Data ___ / ___ / _____

Etec _____

1. INTRODUÇÃO

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

2. OBJETIVOS

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

3. EQUIPAMENTOS / ACESSÓRIOS / SOFTWARES

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

4. PROCEDIMENTOS / ATIVIDADES / PROCESSOS

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

5. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS / ANÁLISE

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

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

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