Administração Central
Unidade do Ensino Médio e Técnico

Nome da Instituição	**Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza**
CNPJ	62823257/0001-09
Data	18-09-2021
	Atualização da matriz curricular em 26-06-24
Número do Plano	**583**
Eixo Tecnológico	**Gestão e Negócios**

Plano de Curso para	
01. Habilitação	**Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING**
MÓDULO I + II + III	
Carga Horária	1200 horas
Estágio	0000 horas
TCC	120 horas
02. Qualificação	**Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING**
MÓDULO I	
Carga Horária	400 horas
Estágio	000 horas
03. Qualificação	**Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING**
MÓDULO I + II	
Carga Horária	800 horas
Estágio	000 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

Daniel Capella Pereira

Especialista em Docência do Ensino Superior e Estratégia Empresarial

Licenciado em Administração

Bacharel em Administração e Ciências Contábeis

Professor Responsável pelo Projeto do Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios

Grupo de Formulação e Análises Curriculares

Colaboração

Equipe Pedagógico – Administrativa

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

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

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

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

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

Etec Prof. Horário Augusto da Silveira

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

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

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

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

Talita Trejo Silva Fernandes
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

Raimundo Donizete de Camargo
Mestre em Administração
Especialista em Administração de Marketing
Graduado em Administração
Etec Santa Isabel

Parceiros

Itallian Hairtech
Lucy de Lira Souza
Mestre em Administração e Bacharel em Administração de Empresas

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS 7

CAPÍTULO 2 REQUISITOS DE ACESSO 11

CAPÍTULO 3 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO 12

CAPÍTULO 4 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR 23

CAPÍTULO 5 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES 101

CAPÍTULO 6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM 102

CAPÍTULO 7 INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS 105

CAPÍTULO 8 PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO 113

CAPÍTULO 9 CERTIFICADOS E DIPLOMA 176

PARECER TÉCNICO 177

PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 18-10-2021 181

APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO 182

PORTARIA CETEC Nº 2158, DE 29-10-2021 183

ANEXO I – MATRIZES CURRICULARES ANTERIORES 192

ANEXO II – MATRIZES CURRICULARES ATUALIZADAS 194

ANEXO III - MATRIZES CURRICULARES COM ATÉ 20% ANP – ATIVIDADES NÃO PRESENCIAIS 196

CAPÍTULO 1 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

1.1. Justificativa

O mundo passa por um período de mudanças rápidas e profundas e a tecnologia está viabilizando muitas inovações no dia a dia das pessoas. O faturamento do comércio eletrônico ultrapassa recordes e cresce a cada ano, e isso tem profundo impacto no comportamento de produtores e consumidores. Essas transformações impõem às organizações a necessidade de desenvolver e de aplicar novas estratégias, seja no desenvolvimento de novos canais de distribuição ou na oferta de novas experiências de consumo.

Aliado a essa evolução tecnológica, o perfil de compra e de consumo passou, também, por grandes mudanças nos últimos anos, pois os consumidores intensificaram a pesquisa antes de decidir comprar produtos ou serviços, em função de fatores econômicos adversos. Há maior cautela antes de se gastar e maior empenho em se reservar dinheiro, mesmo em cenários econômicos mais otimistas. Essas transformações exigem que as empresas busquem alternativas para se adequarem ao novo consumidor. Além de preço e agilidade no serviço, uma das questões importantes é o bom relacionamento com a empresa ou com a marca.

Ao longo dos anos, o marketing deixou de ser centrado no produto e passou a ser centrado no consumidor. Atualmente, é perceptível um movimento com foco nas ações de marketing, que tem buscado alinhamento, não apenas com seus clientes, mas com questões mais profundas e de impacto social, como o meio ambiente. Marcas que se evidenciam por meio de ações mercadológicas e institucionais conseguem estabelecer relações mais fortes com seus clientes e, também, vantagem competitiva quando apresentam aspectos sociais e criam práticas sustentáveis.

Diante desse cenário de fortes transformações tecnológicas e sociais, o profissional de marketing ocupa posição relevante na aplicação de estratégias que ofereçam diferenciação e criem um propósito para negócios que transcendam a simples busca pelo lucro. Há a

necessidade de geração de valor para a sociedade, uma vez que esta exige organizações socialmente responsáveis que promovam produtos e serviços de qualidade.

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 03 de maio 2018.

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 de abr. 2018.

ENDEAVOR, **As 6 Tendências do Varejo para 2016**. Endeavor: 2016. Disponível em: https://endeavor.org.br/6-tendencias-varejo-para-2016/ Acesso em 26 de abr. 2018.

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 de abr. 2018.

PWC, Price Waterhouse Coorpers, **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 26 abr. 2018.

1.2. Objetivos

O curso de **TÉCNICO EM MARKETING** tem como objetivos capacitar o aluno para:

- atuar de forma ética;
- realizar pesquisa de mercado;
- acompanhar o gerenciamento de marcas;
- auxiliar no processo de formação de preço;
- promover e estimular o espírito empreendedor;
- implementar ações promocionais no ponto de venda;
- alinhar a atividade da organização às necessidades dos consumidores;
- conhecer os diferentes canais de distribuição e entender suas aplicações.
- assessorar no desenvolvimento e estratégias de campanhas sociais e ambientais;

- auxiliar a área de planejamento e desenvolvimento de estratégias mercadológicas e institucionais;
- monitorar o comportamento do consumidor da marca nas redes sociais e estabelecer comunicação dinâmica;
- auxiliar o desenvolvimento do plano de mídia e comunicação, propondo ações de promoção 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 Melquíades de Araújo, Coordenador do Ensino Médio e Técnico, a instituir o “Laboratório de Currículo” com a finalidade de atualizar, elaborar e reelaborar os Planos de Curso das Habilitações Profissionais oferecidas por esta instituição, bem como cursos de Qualificação Profissional e de Especialização Profissional Técnica de Nível Médio 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" (*site*: http://cnct.mec.gov.br/)
2. **BRASIL** Ministério do Trabalho e do Emprego – Classificação Brasileira de Ocupações – CBO 2002 – Síntese das ocupações profissionais (*site*: http://www.mtecbo.gov.br/)

Títulos
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

CAPÍTULO 2 REQUISITOS DE ACESSO

O ingresso no Curso **TÉCNICO EM MARKETING** dar-se-á por meio de processo classificatório para alunos que tenham concluído, no mínimo, a primeira série e estejam matriculados na segunda série do Ensino Médio ou equivalente, ou ainda, que já tenham concluído o Ensino Médio ou curso 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 a primeira série do Ensino Médio 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 aos demais módulos ocorrerá por avaliação de competências adquiridas no trabalho, por aproveitamento de estudos realizados ou por reclassificação.

CAPÍTULO 3 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

MÓDULO III

Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING

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

MERCADO DE TRABALHO

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

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

- Evidenciar proatividade.
- 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.
- Ser capaz de desenvolver soluções criativas e inovadoras.
- Demonstrar capacidade de propor soluções aos problemas existentes no âmbito organizacional.

Ao concluir a Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**, o aluno deverá ter construído as seguintes competências:

MÓDULO I

- Planejar pesquisa de marketing.
- Analisar dados de pesquisa de mercado.
- Comunicar-se por escrito por meio de texto publicitário.
- Classificar etapas do ciclo de vida de produtos e serviços.
- Interpretar a terminologia técnico-científica da área profissional.
- Analisar cenários para formulação de objetivo e problema de pesquisa.
- Distinguir ambientes de marketing e os critérios de segmentação de mercado.
- Interpretar o processo de comunicação e suas relações com o contexto histórico.
- Analisar os componentes do Sistema de Informação de Marketing e suas funções.
- Interpretar os fundamentos do marketing, as funções, as práticas e seus princípios.
- Interpretar as ações comportamentais orientadas para a realização do bem comum.
- Identificar as ações mercadológicas que influenciam no comportamento do consumidor.
- Analisar o comportamento do consumidor e seus reflexos no consumo de produtos e serviços.
- Comunicar-se, oralmente e por escrito, utilizando a terminologia técnico-científica da profissão.
- Analisar as ações comportamentais no contexto das relações trabalhistas e de consumo.
- Analisar as influências dos fatores micro e macroambientais no comportamento do consumidor.
- Analisar os processos e estímulos de decisões de compra relacionados aos desejos e às necessidades.
- Correlacionar as ações de marketing com a comunicação mercadológica atrelada aos conceitos visuais.
- Contextualizar a aplicação das ações éticas aos campos do direito constitucional e legislação ambiental.
- Selecionar plataformas para publicação de conteúdo na internet e gerenciamento de dados e informações.
- Distinguir as ferramentas de comunicação mercadológicas e suas aplicações integradas ao marketing.
- Pesquisar e analisar informações da área de Marketing em diversas fontes, convencionais e eletrônicas.

- Analisar sistemas operacionais e programas de aplicação necessários à realização de atividades na área profissional.
- Analisar as formas de produção e desenvolvimento da comunicação mercadológicas, atendendo aos requisitos de cada mídia.
- Analisar textos técnicos, administrativos e comerciais da área de Marketing por meio de indicadores linguísticos e de indicadores extralinguísticos.
- Desenvolver textos técnicos, comerciais e administrativos aplicados à área de Marketing, de acordo com normas e convenções específicas.

MÓDULO II

- Analisar os níveis de planejamento e suas características.
- Analisar o impacto das finanças para o custeio das estratégias de marketing.
- Analisar a importância das ações de marketing e de merchandising no varejo.
- Selecionar recursos de informática aplicáveis à criação de peças publicitárias.
- Analisar dados e informações obtidas de pesquisas empíricas e bibliográficas.
- Analisar tipos de ações promocionais para aplicação no PDV (ponto de venda).
- Analisar os contextos mercadológicos, tendo em vista a prática empreendedora.
- Selecionar métodos eficientes para estimular as compras por impulso em um PDV.
- Analisar estratégias competitivas para o desenvolvimento de modelos de negócios.
- Contextualizar a dinâmica de mercado e as estratégias mercadológicas consolidadas.
- Analisar tipos de estratégias de marketing e suas implicações no mercado consumidor.
- Identificar variáveis mercadológicas e financeiras que interferem na formação de preços.
- Analisar ferramentas de planejamento e controle financeiro voltadas para a área de marketing.
- Executar o planejamento, monitoramento e avaliação de projetos na estruturação de um negócio.
- Apropriar-se da língua inglesa como instrumento de acesso à informação e à comunicação profissional.
- Conceber elementos ou conjuntos de identidade visual gráfica, eletrônica, digital e audiovisual em diferentes formatos.
- Analisar e produzir textos da área profissional de atuação, em língua inglesa, de acordo com normas e convenções específicas.

- Propor soluções parametrizadas por viabilidade técnica e econômica aos problemas identificados no âmbito da área profissional.
- Interpretar a terminologia técnico-científica da área profissional, identificando equivalências entre português e inglês (formas equivalentes do termo técnico).

MÓDULO III

- Elaborar plano de fidelização e relacionamento do cliente.
- Analisar conceitos e decisões de marketing na distribuição.
- Implantar ações definidas no plano estratégico de marketing.
- Identificar o processo de pós-venda na fidelização ao cliente.
- Analisar o posicionamento da imagem da marca no mercado.
- Distinguir direitos e deveres das pessoas naturais e jurídicas.
- Analisar o processo de vendas em mercados eletrônicos e digitais.
- Produzir campanhas digitais para os diferentes tipos de público-alvo.
- Aplicar estratégia de gestão de marketing nos canais de distribuição.
- Analisar resultados das ações estratégicas de marketing implantadas.
- Diagnosticar as ações e estratégias de gestão da imagem corporativa.
- Estruturar base de dados para gerenciamento do relacionamento ao cliente.
- Avaliar as fontes e recursos necessários para o desenvolvimento de projetos.
- Avaliar a execução e os resultados obtidos de forma quantitativa e qualitativa.
- Identificar a configuração e o sistema de distribuição dos canais de marketing.
- Identificar ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social.
- Identificar normas e legislações que regulamentam as atividades de marketing.
- Distinguir os conceitos de comunicação institucional e comunicação publicitária.
- Analisar os tipos de obrigações e contratos, compreendendo suas características.
- Desenvolver ações de marketing de acordo com as metas estratégicas da organização.
- Detectar as diferentes mídias digitais e suas aplicações na estratégia de comunicação.
- Analisar os recursos expressivos e a organização discursiva da linguagem verbal escrita.
- Correlacionar o patrimônio linguístico e cultural da língua espanhola com o idioma materno.
- Planejar as fases de execução de projetos com base na natureza e na complexidade das atividades.

- Analisar os direitos e obrigações de fornecedores e consumidores conforme disposições da Lei.
- Analisar as diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR - para a criação de campanhas e ações de marketing.
- Analisar, por meio do estudo da língua espanhola, aspectos do idioma que possibilitem acesso à diversidade linguística e cultural em contextos sociais e profissionais.

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

Módulo III

❖ Elaborar plano de mídia.
❖ Utilizar ferramentas de marketing digital.
❖ Elaborar planos de fidelização de clientes.
❖ Elaborar comparativos de metas e resultados.
❖ Executar etapas previstas no plano de marketing.
❖ Operacionalizar etapas do plano de comunicação.
❖ Implementar ações que viabilizem o posicionamento da marca.
❖ Pesquisar tipos de mídias aplicáveis ao plano de comunicação.
❖ Elaborar relatórios sobre custos e formatos de mídias disponíveis.
❖ Estabelecer contato com os elementos que compõem o *Trademarketing*.
❖ Atualizar sistemas de CRM para estabelecer relacionamento com clientes.
❖ Auxiliar na escolha de canais de distribuição aplicáveis ao modelo de negócio.
❖ Criar campanhas de marketing digital em alinhamento com o plano de comunicação.
❖ Desenvolver campanhas mercadológicas para melhorar o relacionamento com o cliente.
❖ Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.
❖ Utilizar expressões, termos e frases em espanhol na comunicação institucional e mercadológica.
❖ 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.
❖ Desenvolver peças de comunicação institucional para marcas, associando-as a valores sociais, ambientais e culturais.

- ❖ Atualizar sistemas de CRM - *Customer Relationship Management* (Gerenciamento da relação com o cliente) - para estabelecer relacionamento com clientes.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Organizar projetos.
- ❖ Analisar resultados.
- ❖ Planejar ações mais eficazes.
- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Analisar métodos de execução mais econômicos.
- ❖ Elaborar novas práticas para otimização dos resultados.
- ❖ Desenvolver campanhas mercadológicas para melhorar o relacionamento com o cliente.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – GERENCIAR MÍDIAS DIGITAIS

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

B – AUXILIAR NO DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS

- ➢ Participar de reuniões de criação.
- ➢ Participar da elaboração de cronograma de ações.
- ➢ Sugerir melhorias e aperfeiçoar campanhas em desenvolvimento.
- ➢ Auxiliar no desenvolvimento de campanhas e comunicação institucional.
- ➢ Propor ações mercadológicas para o alcance de objetivos organizacionais.

C – ELABORAR PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

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

D – PESQUISAR MÍDIAS DISPONÍVEIS

- ➢ Realizar cotação de serviços de mídia e veiculação de anúncios.

- Pesquisar informações relativas ao alcance e público-alvo de mídias disponíveis.

E – AVALIAR RESULTADOS DAS AÇÕES DE MARKETING DIGITAL

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

MÓDULO I

PERFIL PROFISSIONAL DA QUALIFICAÇÃO

Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING

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

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

- ❖ Realizar pesquisa de mercado.
- ❖ Interpretar resultados de pesquisas de mercado.
- ❖ Elaborar, com zelo e ética, relatórios e pesquisas.
- ❖ Elaborar textos e slogans para comunicação com o público-alvo.
- ❖ Utilizar preceitos éticos como balizadores da tomada de decisão.
- ❖ Pesquisar os fatores comportamentais e as influências no consumo.
- ❖ Avaliar o grau de envolvimento do consumidor no processo de compra.
- ❖ Auxiliar no processo de produção e criação de materiais de comunicação.
- ❖ Definir comunicação de acordo com o contexto de atuação da organização.
- ❖ Elaborar registros e planilhas de acompanhamento e controle das atividades.
- ❖ Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações.
- ❖ Monitorar as influências demográficas, econômicas, políticas, naturais, tecnológicas e socioculturais nos mercados alvo.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- ❖ Explorar nichos ou tendências.
- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Explorar novos nichos ou tendências.
- ❖ Procurar oportunidades e nichos de ações inovadoras.

- ❖ Identificar problemas e necessidades que geram demandas.
- ❖ Aplicar métodos de *benchmarking* para melhoria de resultados.
- ❖ Propor diferentes modelos qualitativos de acompanhamento e intervenção.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – UTILIZAR APLICATIVOS INFORMATIZADOS NAS ROTINAS DE MARKETING

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

B – UTILIZAR FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

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

C – PESQUISAR CARACTERÍSTICAS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

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

D – ELABORAR FERRAMENTAS DE MIX MARKETING

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

E – REALIZAR MAPEAMENTO DE AMBIENTE DE MARKETING

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

MÓDULO II

PERFIL PROFISSIONAL DA QUALIFICAÇÃO

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, respeitando preceitos éticos, legislação e convenções da área.

ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES

- Aplicar estratégias de marketing.
- Sugerir leiaute do ponto de venda.
- Realizar a formação de preço de vendas.
- Criar identidade visual para organizações.
- Efetuar orçamentos de campanha (*budget*).
- Avaliar a viabilidade de modelos de negócios.
- Elaborar briefing com informações estratégicas.
- Aplicar novas formas de exposição de produtos.
- Auxiliar no desenvolvimento de modelos de negócios.
- Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor.
- Utilizar expressões, termos e frases, em inglês, de uso corrente na área de Marketing.
- Aplicar conceitos de merchandising para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.
- Elaborar peças de comunicação mercadológica e institucional por meio de softwares específicos.

ATRIBUIÇÕES EMPREENDEDORAS

- Organizar projetos.
- Planejar ações mais eficazes.

- ❖ Reconhecer cenários vigentes.
- ❖ Estruturar modelos de negócios.
- ❖ Elaborar projeções e estimativas.
- ❖ Elaborar comparativos entre metas e resultados.
- ❖ Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.
- ❖ Sugerir a criação de novos produtos, serviços ou processos.
- ❖ Mapear problemas e dificuldades nas etapas dos processos.

ÁREA DE ATIVIDADES

A – APLICAR TÉCNICAS E AÇÕES DE MERCHANDISING

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

B – REALIZAR FORMAÇÃO DE PREÇO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

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

C – ELABORAR ORÇAMENTO DE CAMPANHA (*BUDGET*)

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

D – ELABORAR MATRIZ DE MODELOS DE NEGÓCIOS

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

CAPÍTULO 4 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

4.1. Estrutura Modular

O currículo da Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING** foi organizado dando atendimento ao que determinam as legislações: Lei Federal nº 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CP nº 1, de 5-1-2021; Resolução SE/SP nº 78, de 7-11-2008; Decreto Federal nº 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto Federal nº 8.268, de 18-6-2014; Parecer CNE/CEB nº 39/2004; Deliberação CEE 168/2019; Indicação CEE 177/2019, Resolução CNE/CEB 2/2020, assim como as competências profissionais identificadas pelo Ceeteps, com a participação da comunidade escolar e de representantes do mundo do trabalho.

A organização curricular da Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING** está de acordo com o Eixo Tecnológico "**Gestão e Negócios**" e estruturada em módulos articulados, com terminalidade correspondente à qualificação profissional de nível técnico identificada no mercado de trabalho.

Os módulos são organizações de conhecimentos e saberes provenientes de distintos campos disciplinares e, por meio de atividades formativas, integram a formação teórica à formação prática, em função das capacidades profissionais que se propõem desenvolver.

Os módulos, assim constituídos, representam importantes instrumentos de flexibilização e abertura do currículo para o itinerário profissional, pois que, adaptando-se às distintas realidades regionais, permitem a inovação permanente e mantêm a unidade e a equivalência dos processos formativos.

A estrutura curricular que resulta dos diferentes módulos estabelece as condições básicas para a organização dos tipos de itinerários formativos que, articulados, conduzem à obtenção de certificações profissionais.

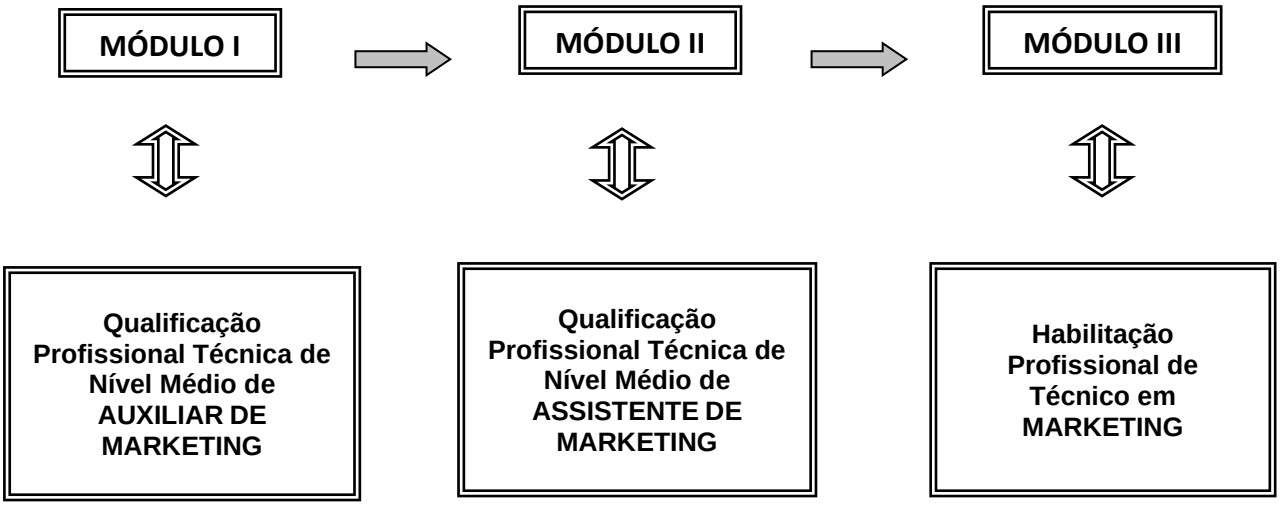
4.2. Itinerário Formativo

O curso de **TÉCNICO EM MARKETING** é composto por **03** (TRÊS) módulos.

O aluno que cursar o MÓDULO I concluirá a **Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING.**

O aluno que cursar os MÓDULOS I e II concluirá a **Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING.**

Ao completar os MÓDULOS I, II e III, o aluno receberá o Diploma de **TÉCNICO EM MARKETING**, desde que tenha concluído, também, o Ensino Médio ou curso equivalente.



4.3. Proposta de Carga Horária por Componente Curricular

MÓDULO I – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING

Componentes Curriculares	Carga Horária							
	Horas-aula						Total em Horas	Total em Horas – 2,5
	Teórica	Teórica – 2,5	Prática Profissional	Prática Profissional – 2,5	Total	Total – 2,5		
I.1 – Introdução ao Marketing	100	100	00	00	100	100	80	80
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	00	100	100	100	100	80	80
I.3 – Comportamento do Consumidor	60	50	00	00	60	50	48	40
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	100	00	00	100	100	80	80
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	00	60	50	60	50	48	40
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	40	50	00	00	40	50	32	40
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	40	50	00	00	40	50	32	40
Total	**340**	**350**	**160**	**150**	**500**	**500**	**400**	**400**

MÓDULO II – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING

Componentes Curriculares	Carga Horária							
	Horas-aula						Total em Horas	Total em Horas – 2,5
	Teórica	Teórica – 2,5	Prática Profissional	Prática Profissional – 2,5	Total	Total – 2,5		
II.1 – Estratégias de Marketing	100	100	00	00	100	100	80	80
II.2 – Informática Aplicada ao Marketing	00	00	100	100	100	100	80	80
II.3 – Promoção de Vendas e Merchandising	60	50	00	00	60	50	48	40
II.4 – Modelos de Negócios	00	00	100	100	100	100	80	80
II.5 – Administração Financeira Aplicada ao Marketing	60	50	00	00	60	50	48	40
II.6 – Inglês Instrumental	40	50	00	00	40	50	32	40
II.7 – Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	40	50	00	00	40	50	32	40
Total	**300**	**200**	**200**	**200**	**500**	**500**	**400**	**400**

MÓDULO III – Habilitação Profissional de Técnico em MARKETING

Componentes Curriculares	Carga Horária							
	Horas-aula						Total em Horas	Total em Horas – 2,5
	Teórica	Teórica – 2,5	Prática Profissional	Prática Profissional – 2,5	Total	Total – 2,5		
III.1 – Canais de Distribuição	40	50	00	00	40	50	32	40
III.2 – Marketing Institucional	60	50	00	00	60	50	48	40
III.3 – Plano de Marketing	00	00	100	100	100	100	80	80
III.4 – Marketing de Relacionamento	60	50	00	00	60	50	48	40
III.5 – Espanhol Instrumental	40	50	00	00	40	50	32	40
III.6 – Marketing Digital e *E-Commerce*	00	00	100	100	100	100	80	80
III.7 – Legislação de Mercado	40	50	00	00	40	50	32	40
III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	0	60	50	60	50	48	40
Total	**240**	**250**	**260**	**250**	**500**	**500**	**400**	**400**

4.4. Formação Profissional

MÓDULO I – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING

I.1 INTRODUÇÃO AO MARKETING	
Função: Estudos de ações mercadológicas **Classificação:** Planejamento	
Atribuições e Responsabilidades	
Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações. Monitorar as influências demográficas, econômicas, políticas, naturais, tecnológicas e socioculturais nos mercados alvo.	
Atribuições Empreendedoras	
Reconhecer cenários vigentes. Identificar problemas e necessidades que geram demandas.	
Valores e Atitudes	
Incentivar a criatividade. Desenvolver a criticidade. Estimular o interesse na resolução de situações-problema.	
Competências	**Habilidades**
1. Interpretar os fundamentos do marketing, as funções, as práticas e seus princípios.	1.1 Identificar a aplicação do marketing pelas empresas. 1.2 Diferenciar as principais funções do marketing. 1.3 Identificar o Mix de Marketing em organizações de diversos segmentos.
2. Distinguir ambientes de marketing e os critérios de segmentação de mercado.	2.1 Identificar os ambientes de marketing, suas variáveis controláveis e incontroláveis. 2.2 Executar segmentação de mercado. 2.3 Selecionar mercados alvo em segmentos analisados. 2.4 Identificar os níveis de segmentação de mercado.
3. Classificar etapas do ciclo de vida de produtos e serviços.	3.1 Identificar o estágio do ciclo de vida de produtos e serviços. 3.2 Correlacionar necessidades, desejos e demandas com estágios do ciclo de vida de produtos. 3.3 Identificar os tipos de demandas.
Orientações	
Para reconhecer cenários vigentes e identificar problemas, sugere-se o uso de estudos de casos de empresas que utilizaram o planejamento de marketing para superar adversidades. Analisar produtos e serviços e definir seu estágio no ciclo de vida oferece a oportunidade para identificar possibilidades de melhoria e inovações.	
Bases Tecnológicas	

Fundamentos de Marketing

- Conceito e importância;
- Noções do contexto histórico;
- Orientações da empresa para o mercado.

Mix de Marketing

- Produto;
- Preço;
- Praça;
- Promoção.

Ambientes de Marketing

- Variáveis controláveis e incontroláveis;
- Microambiente;
- Macroambiente:
  - ✓ demográfico;
  - ✓ econômico;
  - ✓ sociocultural;
  - ✓ natural;
  - ✓ tecnológico;
  - ✓ político-legal.

Mercado

- Oferta;
- Demanda.

Tipos de demanda

- Demanda Inexistente;
- Demanda Latente;
- Demanda Declinante;
- Demanda Irregular;
- Demanda Plena;
- Demanda Excessiva;
- Demanda Indesejada.

Segmentação de mercado

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

Conceitos de necessidades e desejos

Ciclo de vida do produto

- Aspectos introdutórios;

- Crescimento;
- Maturidade;
- Declínio.

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	100	**Prática Profissional**	00	**Total**	**100 Horas-aula**
Teórica (2,5)	100	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

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

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

I.2 PESQUISA DE MERCADO

Função: Procedimentos para coleta de dados do mercado consumidor
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Realizar pesquisa de mercado.
Interpretar resultados de pesquisas de mercado.
Pesquisar as variáveis dos ambientes de marketing envolvidas no segmento das organizações.

Atribuições Empreendedoras

Procurar oportunidades e nichos de ações inovadoras.
Propor diferentes modelos qualitativos de acompanhamento e intervenção.

Valores e Atitudes

Estimular o interesse pela realidade que nos cerca.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.

Competências	Habilidades
1. Analisar os componentes do Sistema de Informação de Marketing e suas funções.	1.1 Identificar usos e aplicações para registros internos. 1.2 Consolidar dados de pesquisas e inteligência de marketing.
2. Analisar cenários para formulação de objetivo e problema de pesquisa.	2.1 Interpretar dados setoriais. 2.2 Definir problema de pesquisa. 2.3 Delimitar objetivos de pesquisa.
3. Planejar pesquisa de marketing.	3.1 Identificar tipo de pesquisa mais adequada ao problema e objetivos. 3.2 Definir amostra de pesquisa. 3.3 Identificar métodos de pesquisa adequados ao objetivo de pesquisa.
4. Analisar dados de pesquisa de mercado.	4.1 Tabular dados coletados em pesquisas de mercado. 4.2 Elaborar gráficos e tabelas para apresentar resultados. 4.3 Auxiliar por meio de relatórios na tomada de decisão.

Orientações

Para viabilizar a identificação de problemas, necessidades e novas demandas, sugere-se o desenvolvimento de um projeto de pesquisa e sua aplicação nos ambientes em que os alunos atuam (escola, trabalho, entre outros), como forma de contextualização e aplicação dos conceitos desenvolvidos nas aulas.

A construção de tabelas, gráficos e formulários eletrônicos é importante ferramenta para consolidação de competências e habilidades.

Bases Tecnológicas

Sistema de informação de marketing

- Conceito e importância;
- Elementos dos sistemas de informação de marketing:

- ✓ registros internos;
- ✓ pesquisa de marketing;
- ✓ inteligência de marketing.

Pesquisa de mercado

- Conceito, importância e aplicação;
- Definição do problema e dos objetivos da pesquisa de marketing.

Tipos de pesquisas

- Quantitativa;
- Qualitativa.

Tipos de questões

- Fechadas:
  - ✓ dicotômica;
  - ✓ múltipla escolha;
  - ✓ escala *Likert*;
  - ✓ diferença semântica;
  - ✓ escala de importância e escala de valores.
- Abertas:
  - ✓ completamente não estruturada;
  - ✓ associação de palavras;
  - ✓ completar sentenças;
  - ✓ completar história;
  - ✓ completar um quadro e teste de percepção temática.

Métodos de coleta de dados

- Dados primários:
  - ✓ observação;
  - ✓ grupo de foco;
  - ✓ entrevista;
  - ✓ *delphi*;
  - ✓ experimentos;
  - ✓ cliente oculto.
- Dados secundários:
  - ✓ publicações e relatórios setoriais;
  - ✓ pesquisas de mercado.

Universo, população e amostra

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

Análise e interpretação de dados

- Tabulação;
- Gráficos, tabelas e infográficos;
- Tomada de decisão.

Carga horária (horas-aula)

Teórica	00	**Prática Profissional**	100	**Total**	**100 Horas-aula**
Teórica (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	100	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.

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

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

I.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Função: Estudos de ações mercadológicas com base nas tendências de comportamento do consumidor
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Pesquisar os fatores comportamentais e as influências no consumo.
Avaliar o grau de envolvimento do consumidor no processo de compra.

Atribuições Empreendedoras

Explorar nichos ou tendências.
Identificar problemas e necessidades que geram demandas.
Aplicar métodos de *benchmarking* para melhoria de resultados.

Valores e Atitudes

Desenvolver a criticidade.
Estimular a comunicação nas relações interpessoais.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.

Competências	Habilidades
1. Analisar o comportamento do consumidor e seus reflexos no consumo de produtos e serviços.	1.1 Identificar os tipos de comportamento do consumidor. 1.2 Identificar os fatores que influenciam o comportamento.
2. Analisar os processos e estímulos de decisões de compra relacionados aos desejos e às necessidades.	2.1 Identificar quais as necessidades existentes nos consumidores do mercado alvo. 2.2 Distinguir desejos e necessidades de consumo. 2.3 Estimular desejos com base nas necessidades primárias de consumo.
3. Identificar as ações mercadológicas que influenciam no comportamento do consumidor.	3.1 Analisar a personalidade e comportamento do consumidor. 3.2 Analisar a motivação e percepção do consumidor. 3.3 Selecionar ações de marketing para influenciar o consumo e o comportamento de compra. 3.4 Utilizar os estímulos no processo de decisão de compra. 3.5 Aplicar conceitos da psicologia para otimizar ações mercadológicas.
4. Analisar as influências dos fatores micro e macroambientais no comportamento do consumidor.	4.1 Diferenciar comportamento de consumo. 4.2 Identificar as influências da cultura e subcultura no comportamento do consumidor. 4.3 Identificar as etapas do processo de tomada de decisão de consumo. 4.4 Utilizar técnicas de influência no processo de decisão de compra.

Orientações

Para estimular a capacidade de resolução de problemas e identificação de necessidades, recomenda-se a análise de estudos de caso que comtemplem a análise de estratégias de marketing desenvolvidas por organizações com foco no comportamento do consumidor.

Bases Tecnológicas

O processo básico do comportamento

- A teoria de Abraham Harold Maslow (a hierarquia das necessidades);
  - ✓ fisiológicas;
  - ✓ segurança;
  - ✓ social;
  - ✓ estima;
  - ✓ status (autorrealização).

Estímulos no processo de decisão de compra

Modelo de comportamento de consumo

O geoconsumo como objeto de estudo

Fatores de influência no comportamento de consumo

- Fatores culturais:
  - ✓ a cultura;
  - ✓ a microcultura;
  - ✓ a classe social.
- Fatores sociais:
  - ✓ os grupos de referência;
  - ✓ a família;
  - ✓ papéis sociais e status.
- Fatores pessoais:
  - ✓ idade e ciclo de vida da família;
  - ✓ ocupação;
  - ✓ circunstâncias econômicas;
  - ✓ estilos de vida;
  - ✓ personalidade autoconceito.
- Fatores psicológicos:
  - ✓ motivação;
  - ✓ percepção;
  - ✓ aprendizado;
  - ✓ crenças e atitudes.

Cliente, *Shopper* e consumidor

- Conceitos e diferenças.

Percepção e o processo de compra

- Atenção seletiva;
- Distorção seletiva;
- Retenção seletiva.

Processo de decisão de compra

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

Carga horária (horas-aula)

Teórica	60	**Prática Profissional**	00	**Total**	**60 Horas-aula**
Teórica (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 Horas-aula**
Todos os componentes curriculares preveem prática, expressa nas habilidades relacionadas às competências. Para este componente curricular, não está prevista divisão de classes em turmas.					
Para ter acesso às titulações dos profissionais habilitados a ministrarem aulas neste componente curricular, consultar o site: https://crt.cps.sp.gov.br/index.php					

I.4 COMUNICAÇÃO INTEGRADA AO MARKETING

Função: Processos de comunicação nas organizações
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Auxiliar no processo de produção e criação de materiais de comunicação.
Definir comunicação de acordo com o contexto de atuação da organização.

Atribuições Empreendedoras

Reconhecer cenários vigentes.
Explorar novos nichos ou tendências.

Valores e Atitudes

Socializar os saberes.
Incentivar o diálogo e a interlocução.
Valorizar ações que contribuam para a convivência saudável.

Competências	Habilidades
1. Interpretar o processo de comunicação e suas relações com o contexto histórico.	1.1 Identificar as etapas da evolução da comunicação. 1.2 Utilizar a teoria da comunicação para estabelecer relações com os públicos de interesse. 1.3 Acompanhar a evolução da comunicação.
2. Distinguir as ferramentas de comunicação mercadológicas e suas aplicações integradas ao marketing.	2.1 Selecionar ferramentas de comunicação mercadológica. 2.2 Utilizar as diversas ferramentas de comunicação mercadológica.
3. Correlacionar as ações de marketing com a comunicação mercadológica atrelada aos conceitos visuais.	3.1 Aplicar conceitos estéticos e visuais no desenvolvimento de anúncios. 3.2 Desenvolver material de comunicação adequado a diferentes tipos de mercado.
4. Analisar as formas de produção e desenvolvimento da comunicação mercadológicas, atendendo aos requisitos de cada mídia.	4.1 Identificar o processo de produção de peças de comunicação. 4.2 Selecionar fornecedores para produção de peças de comunicação. 4.3 Conduzir o relacionamento e o acompanhamento de peças de comunicação junto aos fornecedores.

Orientações

Para reconhecer cenários e explorar nichos e tendências, recomenda-se o uso de estudos de caso e a análise de campanhas mercadológicas e de *endomarketing* elaboradas por organizações reais.

Projetos que proponham o desenvolvimento de ferramentas de comunicação também são importantes instrumentos de avaliação e interdisciplinaridade.

Bases Tecnológicas

Teoria da comunicação

- Origem dos processos de comunicação;
- Conceito de comunicação;
- Evolução do processo e meios de comunicação.

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.

Estética, identidade visual e design

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

Processo de produção e levantamento de custos de peças de comunicação

- Gráficas;
- Áudio Visuais (vídeos e áudios);
- Brindes;
- Revistas e jornais;
- Digital.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	100	**Prática Profissional**	00	**Total**	**100 Horas-aula**
Teoria (2,5)	100	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

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

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

I.5 APLICATIVOS INFORMATIZADOS

Função: Operação de computadores e de sistemas operacionais
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Elaborar registros e planilhas de acompanhamento e controle das atividades.

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. Analisar sistemas operacionais e programas de aplicação necessários à realização de atividades na área profissional.	1.1 Identificar sistemas operacionais, softwares 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 internet e gerenciamento de dados e informações.	2.1 Utilizar plataformas de desenvolvimento de websites, blogs e redes sociais, para publicação de conteúdo na internet. 2.2 Identificar e utilizar ferramentas de armazenamento de dados na nuvem.

Bases Tecnológicas

Fundamentos de sistemas operacionais

- Tipos;
- Características;
- Funções básicas.

Fundamentos de aplicativos de escritório

- Ferramentas de processamento e edição de textos:
  - ✓ formatação básica;
  - ✓ organogramas;
  - ✓ desenhos;
  - ✓ figuras;
  - ✓ mala direta;
  - ✓ etiquetas.
- Ferramentas para elaboração e gerenciamento de planilhas eletrônicas:
  - ✓ formatação;
  - ✓ fórmulas;
  - ✓ funções;
  - ✓ gráficos.
- Ferramentas de apresentações:
  - ✓ elaboração de slides e técnicas de apresentação.

Conceitos básicos de gerenciamento eletrônico das informações, atividades e arquivos

- Armazenamento em nuvem:
  - ✓ sincronização, backup e restauração de arquivos;

- ✓ segurança de dados.
- Aplicativos de produtividade em nuvem:
  - ✓ webmail,
  - ✓ agenda,
  - ✓ localização,
  - ✓ pesquisa,
  - ✓ notícias,
  - ✓ fotos/vídeos,
  - ✓ outros.

Noções básicas de redes de comunicação de dados

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

Técnicas de pesquisa avançada na web:

- Pesquisa por meio de parâmetros;
- Validação de informações por meio de ferramentas disponíveis na internet.

Conhecimentos básicos para publicação de informações na internet:

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

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	00	**Prática Profissional**	60	**Total**	**60 Horas-aula**
Teoria (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	50	**Total (2,5)**	**50 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.

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

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

I.6 ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL

Função: Procedimentos éticos nas relações de trabalho
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Elaborar, com zelo e ética, relatórios e pesquisas.
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.
2. Analisar as ações comportamentais no contexto das relações trabalhistas e de consumo.	2.1 Identificar aspectos estruturais e princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor. 2.2 Identificar os fundamentos dos códigos de ética e normas de conduta.
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.

Bases Tecnológicas

Noções gerais sobre as concepções clássicas da Ética

Ética, moral

- Reflexão sobre os limites e responsabilidades nas condutas sociais.

Cidadania, trabalho e condições do cotidiano

- Mobilidade;
- Acessibilidade;
- Inclusão social e econômica;
- Estudos de casos.

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

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 Horas-aula**

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

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

I.7 LINGUAGEM, TRABALHO E TECNOLOGIA

Função: Montagem de argumentos e elaboração de textos
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Elaborar textos e slogans para comunicação com o público-alvo.
Definir comunicação de acordo com o contexto de atuação da organização.

Valores e Atitudes

Incentivar o diálogo e a interlocução.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.
Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Analisar textos técnicos, administrativos e comerciais da área de Marketing por meio de indicadores linguísticos e de indicadores extralinguísticos.	1.1 Identificar indicadores linguísticos e indicadores extralinguísticos de produção de textos técnicos. 1.2 Aplicar procedimentos de leitura instrumental (identificação do gênero textual, do público-alvo, do tema, das palavras-chave, dos elementos coesivos dos termos técnicos e científicos, da ideia central e dos principais argumentos). 1.3 Aplicar procedimentos de leitura especializada (aprofundamento do estudo do significado dos termos técnicos, da estrutura argumentativa, da coesão e da coerência, da confiabilidade das fontes).
2. Desenvolver textos técnicos, comerciais e administrativos aplicados à área de Marketing, de acordo com normas e convenções específicas.	2.1 Utilizar instrumentos da leitura e da redação técnica e comercial direcionadas à área de atuação. 2.2 Identificar e aplicar elementos de coerência e de coesão em artigos e em documentação técnico-administrativos relacionados à área de Marketing. 2.3 Aplicar modelos de correspondência comercial aplicados à área de atuação.
3. Pesquisar e analisar informações da área de Marketing em diversas fontes, convencionais e eletrônicas.	3.1 Selecionar e utilizar fontes de pesquisa convencionais e eletrônicas. 3.2 Aplicar conhecimentos e regras linguísticas na execução de pesquisas específicas da área de Marketing.
4. Interpretar a terminologia técnico-científica da área profissional.	4.1 Pesquisar a terminologia técnico-científica da área. 4.2 Aplicar a terminologia técnico-científica da área.
5. Comunicar-se, oralmente e por escrito, utilizando a terminologia técnico-científica da profissão.	5.1 Selecionar termos técnicos e palavras da língua comum, adequados a cada contexto. 5.2 Identificar o significado de termos técnico-científicos extraídos de texto, artigos, manuais e outros gêneros relativos à área profissional. 5.3 Redigir textos pertinentes ao contexto profissional, utilizando a termologia técnico-científica da área de estudo.

	5.4 Preparar apresentações orais pertinentes ao contexto da profissão, utilizando a termologia técnico-científica.
6. Comunicar-se por escrito por meio de texto publicitário.	6.1 Elaborar slogan, frases e expressões que promovam produtos, serviços e ideias. 6.2 Desenvolver textos persuasivos e narrativas para a oferta e divulgação de marcas. 6.3 Identificar técnicas e gêneros de comunicação das organizações em redes sociais e demais mídias.

Bases Tecnológicas

Estudos de textos técnicos/comerciais aplicados à área de Marketing, a partir do estudo

- Indicadores linguísticos:
  - ✓ vocabulário;
  - ✓ morfologia;
  - ✓ sintaxe;
  - ✓ semântica;
  - ✓ grafia;
  - ✓ pontuação;
  - ✓ acentuação;
  - ✓ outros.
- Indicadores extralinguísticos:
  - ✓ efeito de sentido e contextos socioculturais;
  - ✓ modelos pré-estabelecidos de produção de texto;
  - ✓ contexto profissional de produção de textos (autoria, condições de produção, veículo de divulgação, objetivos do texto, público-alvo).

Conceitos de coerência e de coesão aplicados à análise e à produção de textos técnicos específicos da área de Marketing

Modelos de Redação Técnica e Comercial aplicados à área de Marketing

- Ofícios;
- Memorandos;
- Comunicados;
- Cartas;
- Avisos;
- Declarações;
- Recibos;
- Carta-currículo;
- Currículo;
- Relatório técnico;
- Contrato;
- Memorial descritivo;
- Memorial de critérios;
- Técnicas de redação.

Parâmetros de níveis de formalidade e de adequação de textos a diversas circunstâncias de comunicação (variantes da linguagem formal e de linguagem informal)

Princípios de terminologia aplicados à área de Marketing

- Glossário dos termos utilizados na área de Marketing.

Apresentação de trabalhos técnico-científicos

- Orientações e normas linguísticas para a elaboração do trabalho técnico-científico (estrutura de trabalho monográfico, resenha, artigo, elaboração de referências bibliográficas).

Apresentação oral

- Planejamento da apresentação;
- Produção da apresentação audiovisual;
- Execução da apresentação.

Técnicas de leitura instrumental

- Identificação do gênero textual;
- Identificação do público-alvo;
- Identificação do tema;
- Identificação das palavras-chave do texto;
- Identificação dos termos técnicos e científicos;
- Identificação dos elementos coesivos do texto;
- Identificação da ideia central do texto;
- Identificação dos principais argumentos e sua estrutura.

Técnicas de leitura especializada

- Estudo dos significados dos termos técnicos;
- Identificação e análise da estrutura argumentativa;
- Estudo do significado geral do texto (coerência) a partir dos elementos coesivos e de argumentação;
- Estudo da confiabilidade das fontes.

Comunicação publicitária

- Redação publicitária:
  - ✓ blog;
  - ✓ sites;
  - ✓ redes sociais;
  - ✓ revistas;
  - ✓ jornais;
  - ✓ outros.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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

MÓDULO II – Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING

II.1 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Função: Planejamento de estratégias de marketing
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Aplicar estratégias de marketing.
Elaborar briefing com informações estratégicas.

Atribuições Empreendedoras

Reconhecer cenários vigentes.
Elaborar comparativos entre metas e resultados.
Procurar oportunidades e nichos de ações inovadoras.

Valores e Atitudes

Incentivar a criatividade.
Desenvolver a criticidade.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema.

Competências	Habilidades
1. Analisar os níveis de planejamento e suas características.	1.1 Identificar as variáveis que condicionam o planejamento estratégico, tático e operacional. 1.2 Identificar cenários para definir metas e prioridades.
2. Contextualizar a dinâmica de mercado e as estratégias mercadológicas consolidadas.	2.1 Identificar orientação das empresas para o mercado e os reflexos nas estratégias adotadas. 2.2 Identificar abordagens estratégicas genéricas. 2.3 Verificar agentes e forças mercadológicas envolvidas no contexto de atuação do negócio.
3. Analisar tipos de estratégias de marketing e suas implicações no mercado consumidor.	3.1 Selecionar estratégias de marketing adequadas ao segmento de atuação do negócio. 3.2 Aplicar estratégias de marketing com foco no planejamento estratégico estabelecido. 3.3 Verificar resultados alcançados por meio de estratégias implementadas.

Orientações

Para identificar tendências, nichos e desenvolver ações inovadoras, sugere-se projetos que proponham a implementação de uma ou mais estratégias de marketing em marcas, produtos ou serviços existentes no mercado.

Bases Tecnológicas

Níveis de Planejamento Organizacional

- Estratégico;
- Tático;
- Operacional.

Orientações das empresas para o mercado

- Orientação da produção;

- Orientação do produto;
- Orientação de vendas;
- Orientação de marketing.

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.

Estratégias de Marketing

- Conceito, finalidade, características e desenvolvimento:
  - ✓ *branding;*
  - ✓ *co-branding;*
  - ✓ *cross selling / Up selling;*
  - ✓ *cross media;*
  - ✓ extensão de marca;
  - ✓ guarda-chuva;
  - ✓ licenciamento de marca;
  - ✓ fidelização;
  - ✓ marcas próprias;
  - ✓ marcas múltiplas;
  - ✓ marketing de ativação;
  - ✓ marketing de guerrilha;
  - ✓ marketing viral;
  - ✓ posicionamento de mercado;
  - ✓ *tranding up / tranding down.*

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	100	**Prática Profissional**	00	**Total**	**100 Horas-aula**
Teórica (2,5)	100	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**100 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.2 INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING

Função: Elaboração de projetos gráficos com o uso de aplicativos informatizados
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Criar identidade visual para organizações.
Elaborar peças de comunicação mercadológica e institucional por meio de softwares específicos.

Atribuições Empreendedoras

Organizar projetos.
Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.

Valores e Atitudes

Incentivar a criatividade.
Incentivar atitudes de autonomia.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.

Competências	Habilidades
1. Selecionar recursos de informática aplicáveis à criação de peças publicitárias.	1.1 Utilizar diferentes recursos de editoração e arte final para peças impressas, em áudio/vídeo e para web.
2. Conceber elementos ou conjuntos de identidade visual gráfica, eletrônica, digital e audiovisual em diferentes formatos.	2.1 Utilizar software 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, folders, capas, painéis, catálogos, anúncios e demais peças para campanhas publicitárias. 2.5 Executar arte digital para *homepages*, capa de livros, cadernos de jornais, revistas, e documentos empresariais. 2.6 Utilizar software para a criação e edição de imagens em vídeo, sons, gravações, locuções, comerciais em vídeo, vinhetas, chamadas, spots e jingles. 2.7 Utilizar software para criação de leiaute para sites e/ ou anúncios Web em diferentes formatos, apps e blogs.

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;
  - ✓ 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**	100	**Total**	**100 Horas-aula**
Teórica (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	100	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.

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

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

II.3 PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING

Função: Estudo de estratégias de merchandising no ponto de venda
Classificação: Planejamento e Execução

Atribuições e Responsabilidades

Sugerir leiaute do ponto de venda.
Aplicar novas formas de exposição de produtos.
Aplicar conceitos de merchandising para criar vantagem competitiva às organizações comerciais.

Atribuições Empreendedoras

Planejar ações mais eficazes.
Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.

Valores e Atitudes

Incentivar a criatividade.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.
Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Analisar a importância das ações de marketing e de merchandising no varejo.	1.1 Identificar a função do marketing de varejo. 1.2 Especificar o papel do merchandising no ponto de venda. 1.3 Correlacionar a função do marketing de varejo à do merchandising como estratégia de ponto de venda (PDV). 1.4 Diferenciar os tipos de merchandising.
2. Analisar tipos de ações promocionais para aplicação no PDV (ponto de venda).	2.1 Aplicar os materiais de merchandising no PDV. 2.2 Coletar dados sobre as características do PDV para indicar as necessidades. 2.3 Selecionar as necessidades do PDV para a criação de estratégias de composição e gerenciamento do PDV.
3. Selecionar métodos eficientes para estimular as compras por impulso em um PDV.	3.1 Verificar o tipo de ação promocional mais adequado à ação. 3.2 Criar ação promocional pertinente ao PDV. 3.3 Planejar a execução da ação promocional. 3.4 Aplicar as técnicas de visual merchandising. 3.5 Identificar métodos que estimulem a compra por impulso.

Orientações

Para desenvolver a capacidade de identificação de oportunidades de inovação e incentivar a criatividade, sugere-se a realização de visitas técnicas a feiras, eventos e estabelecimentos comerciais.

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

Bases Tecnológicas

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

Tipos de merchandising

- Merchandising no ponto de venda;

- Merchandising editorial (*tie-in*).

Tipos diversos de materiais de merchandising

- Impressos;
- Displays;
- Materiais suspensos;
- Mídias;
- *Folders*;
- Móbiles;
- *Wobbler;*
- Testeira (PDV);
- Eletrônicos.

Estratégicas de composição e gerenciamento de ponto de venda

Promoção de vendas e merchandising

- Objetivos comuns;
- Diferenciações;
- Aplicações.

Ações promocionais

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

Visual merchandising

Planejamento e desenvolvimento do merchandising no PDV

- Percepção visual;
- Posicionamento do produto;
- Embalagem e visibilidade;
- Ponto de vista do consumidor.

Atmosfera de compra

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

Técnicas de merchandising

- Na comunicação, no leiaute da loja, na exibitécnica;
- Disposição de produtos;
- Técnicas de exposição de produtos;
- Arrumação de gôndola;
- Vitrinismo.

Autosserviço, interatividade, facilidades e novas tecnologias no PDV

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	60	**Prática Profissional**	00	**Total**	**60 Horas-aula**
Teórica (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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 MODELOS DE NEGÓCIOS

Função: Desenvolvimento de modelos de negócios
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Avaliar a viabilidade de modelos de negócios.
Auxiliar no desenvolvimento de modelos de negócios.

Atribuições Empreendedoras

Estruturar modelos de negócios.
Elaborar projeções e estimativas.
Sugerir a criação de novos produtos, serviços ou processos.

Valores e Atitudes

Incentivar atitudes de autonomia.
Estimular o interesse na resolução de situação-problema.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.

Competências	Habilidades
1. Analisar os contextos mercadológicos, tendo em vista a prática empreendedora.	1.1 Identificar os conceitos de empreendedorismo e visão empreendedora. 1.2 Interpretar as variáveis socioeconômicas e políticas do mercado. 1.3 Aplicar os princípios de empreendedorismo e intraempreendedorismo.
2. Analisar estratégias competitivas para o desenvolvimento de modelos de negócios.	2.1 Aplicar métodos de geração de novas ideias. 2.2 Articular e desenvolver modelos de negócio. 2.3 Realizar levantamento de recursos materiais e humanos. 2.4 Aplicar ferramentas, técnicas e mecanismos para o processo de inovação. 2.5 Integrar valores socioambientais a modelos de negócios
3. Executar o planejamento, monitoramento e avaliação de projetos na estruturação de um negócio.	3.1 Investigar as tendências de mercado e oportunidades para novos projetos / negócios. 3.2 Articular e desenvolver o plano de negócio.

Orientações

Para desenvolver modelos de negócios sustentáveis, sugere-se projetos que estimulem a criatividade por meio do desenvolvimento de produtos, serviços ou processos, validando por meio de ferramentas estudadas neste componente curricular.

Bases Tecnológicas

Conceito sobre empreendedorismo e visão empreendedora

- Definição das principais características empreendedoras;
- Tipos de empreendedores;
- Diferenças entre empreendedorismo corporativo e empreendedorismo de *start up*.

Conceito e etapas de um processo de valor

- Descrição das diferentes tipologias e classificações de inovação;
- Ambiente inovador;
- Estruturação e planejamento de um processo inovador;

- Inovação para a sustentabilidade.

Inovação e competitividade

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

Análise de valor

- Inovação;
- Criatividade;
- Sustentabilidade;
- Diversidade cultural;
- Inclusão social.

Competitividade

- Processo criativo;
- Paradigmas (bloqueios mentais);
- Fontes de novas ideias, métodos de geração de novas ideias:
  - ✓ *brainstorming*, grupos de discussão, questionários entre outros.
- Avaliação das ideias.

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:
- Definição de missão, visão, estratégia;
- Planejamento e abertura de empresa;
- Definição do negócio, produto e mercado;
- Constituição de empresas.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	00	**Prática Profissional**	100	**Total**	**100 Horas-aula**
Teoria (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	100	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.

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

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

II.5 ADMINISTRAÇÂO FINANCEIRA APLICADA AO MARKETING

Função: Elaboração de orçamentos de campanha
Classificação: Controle

Atribuições e Responsabilidades

Realizar a formação de preço de vendas.
Efetuar orçamentos de campanha *(budget).*

Atribuições Empreendedoras

Planejar ações mais eficazes.
Mapear problemas e dificuldades nas etapas dos processos.

Valores e Atitudes

Desenvolver a criticidade.
Incentivar atitudes de autonomia.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.

Competências	Habilidades
1. Analisar o impacto das finanças para o custeio das estratégias de marketing.	1.1 Interpretar os conceitos e fundamentos financeiros. 1.2 Correlacionar os conceitos e princípios de custos e suas aplicações nos processos mercadológicos.
2. Identificar variáveis mercadológicas e financeiras que interferem na formação de preços.	2.1 Efetuar formação de preço de venda de produtos e serviços. 2.2 Ajustar preços praticados conforme estratégia empresarial. 2.3 Controlar custos, despesas sobre os produtos e serviços comercializados.
3. Analisar ferramentas de planejamento e controle financeiro voltadas para a área de marketing.	3.1 Elaborar orçamento de campanha (*budget*) com o uso de planilhas eletrônicas. 3.2 Coletar informações de mercado para o planejamento financeiro. 3.3 Interpretar dados financeiros para assessorar nas tomadas de decisões da empresa.

Orientações

Para estimular a capacidade de mapear problemas e desenvolver ações mais eficazes, sugere-se o desenvolvimento de projetos interdisciplinares com outros componentes curriculares, tais como: “Modelos de Negócios” e “Promoção de Vendas e Merchandising”.

O desenvolvimento de orçamentos dos projetos com o uso de planilhas eletrônicas oferece importantes oportunidades para a compreensão de fatores críticos e limitadores da atuação do profissional de marketing.

Bases Tecnológicas

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;
  - ✓ desmatamento 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)					
Teoria	60	**Prática Profissional**	00	**Total**	**60 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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.6 INGLÊS INSTRUMENTAL

Função: Montagem de argumentos e elaboração de textos
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Utilizar expressões, termos e frases, em inglês, de uso corrente na área de Marketing.

Valores e Atitudes

Estimular a comunicação nas relações interpessoais.
Respeitar as manifestações culturais de outros povos.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema.

Competências	Habilidades
1. Apropriar-se da língua inglesa como instrumento de acesso à informação e à comunicação profissional.	1.1 Comunicar-se oralmente na língua inglesa no ambiente profissional, incluindo atendimento ao público. 1.2 Selecionar estilos e formas de comunicar-se ou expressar-se, adequados ao contexto profissional, em língua inglesa.
2. Analisar e produzir textos da área profissional de atuação, em língua inglesa, de acordo com normas e convenções específicas.	2.1 Empregar critérios e aplicar procedimentos próprios da interpretação e produção de texto da área profissional. 2.2 Comparar e relacionar informações contidas em textos da área profissional nos diversos contextos de uso. 2.3 Aplicar as estratégias de leitura e interpretação na compreensão de textos profissionais. 2.4 Elaborar textos técnicos pertinentes à área de atuação profissional, em língua inglesa.
3. Interpretar a terminologia técnico-científica da área profissional, identificando equivalências entre português e inglês (formas equivalentes do termo técnico).	3.1 Pesquisar a terminologia da habilitação profissional. 3.2 Aplicar a terminologia da área profissional/habilitação profissional. 3.3 Produzir pequenos glossários de equivalências (listas de termos técnicos e/ou científicos) entre português e inglês, relativos à área profissional/habilitação profissional.

Bases Tecnológicas

Listening

- Compreensão auditiva de diversas situações no ambiente profissional:
  - ✓ atendimento a clientes, colegas de trabalho e/ou superiores, pessoalmente ou ao telefone;
  - ✓ apresentação pessoal, da empresa e/ou de projetos.

Speaking

- Expressão oral na simulação de contextos de uso profissional:
  - ✓ atendimento a clientes, colegas de trabalho e/ou superiores, pessoalmente ou ao telefone.

Reading

- Estratégias de leitura e interpretação de textos;
- Análise dos elementos característicos dos gêneros textuais profissionais;

- Correspondência profissional e materiais escritos comuns ao eixo, como manuais técnicos e documentação técnica.

Writing

- Prática de produção de textos técnicos da área de atuação profissional; e-mails e gêneros textuais comuns ao eixo tecnológico.

Grammar Focus

- Compreensão e usos dos aspectos linguísticos contextualizados.

Vocabulary

- Terminologia técnico-científica;
- Vocabulário específico da área de atuação profissional.

Textual Genres

- Dicionários;
- Glossários técnicos;
- Manuais técnicos;
- Folhetos para divulgação;
- Artigos técnico-científicos;
- Carta comercial;
- E-mail comercial;
- Correspondência administrativa.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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.7 PLANEJAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING

Função: Estudo e planejamento de projetos da área de Marketing
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Realizar pesquisas e levantamento de informações do setor.

Atribuições Empreendedoras

Organizar projetos.
Procurar oportunidades e nichos de ação inovadora.

Valores e Atitudes

Estimular a cooperação.
Incentivar atitudes de autonomia.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.

Competências	Habilidades
1. Analisar dados e informações obtidas de pesquisas empíricas e bibliográficas.	1.1 Identificar demandas e situações-problema no âmbito da área profissional. 1.2 Identificar fontes de pesquisa sobre o objeto em estudo. 1.3 Elaborar instrumentos de pesquisa para desenvolvimento de projetos. 1.4 Constituir amostras para pesquisas técnicas e científicas, de forma criteriosa e explicitada. 1.5 Aplicar instrumentos de pesquisa de campo.
2. Propor soluções parametrizadas por viabilidade técnica e econômica aos problemas identificados no âmbito da área profissional.	2.1 Consultar legislação, normas e regulamentos relativos ao projeto. 2.2 Registrar as etapas do trabalho. 2.3 Organizar os dados obtidos na forma de textos, planilhas, gráficos e esquemas.

Orientações

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 3°, 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.

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?)

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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

MÓDULO III – Habilitação Profissional de Técnico em MARKETING

III.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Função: Estudo de canais de distribuição de produtos e serviços
Classificação: Controle

Atribuições e Responsabilidades

Estabelecer contato com os elementos que compõem o *Trademarketing*.
Auxiliar na escolha de canais de distribuição aplicáveis ao modelo de negócio.

Atribuições Empreendedoras

Planejar ações mais eficazes.
Analisar métodos de execução mais econômicos.

Valores e Atitudes

Desenvolver a organização.
Incentivar e valorizar a pontualidade.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema.

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 dos canais de marketing e seus fluxos. 1.4 Identificar os níveis de canais de marketing.
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 Analisar os tipos e características dos intermediários. 2.3 Verificar a importância dos sistemas de distribuição.
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, à seleção dos canais e ao gerenciamento de relações. 3.2 Selecionar as regras legais, políticas e éticas nos canais de distribuição.

Orientações

Para planejar ações mais eficazes e analisar métodos de execução mais econômicos, recomenda-se a análise de estudos de casos que contemplem os desafios das organizações para gerir os canais de distribuição.

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

Bases Tecnológicas

Conceito e decisões de distribuição

Tipos de canais de distribuição

- Força de vendas;

- Representantes comerciais;
- Distribuidores;
- Revendedores;
- Mala direta;
- Telemarketing;
- Comércio digital.

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 e intensiva.

Distribuição por canais eletrônicos
- Canais de distribuição eletrônicos.

Conceito e decisões de distribuição
- Tipos de canais de distribuição:
  - ✓ força de vendas;
  - ✓ representantes comerciais;
  - ✓ distribuidores;
  - ✓ revendedores;
  - ✓ mala direta;
  - ✓ telemarketing;
  - ✓ comércio digital.

Regulamentos de canais de distribuição
- Legislação;
- Normas e políticas.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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.2 MARKETING INSTITUCIONAL

Função: Planejamento de ações de marketing institucional
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Implementar ações que viabilizem o posicionamento da marca.
Desenvolver peças de comunicação institucional para marcas, associando-as a valores sociais, ambientais e culturais.

Atribuições Empreendedoras

Organizar projetos.
Planejar ações mais eficazes.
Reconhecer cenários vigentes.

Valores e Atitudes

Socializar os saberes.
Estimular o interesse pela realidade que nos cerca.
Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Distinguir os conceitos de comunicação institucional e comunicação publicitária.	1.1 Definir os tipos e forma de comunicação com o ambiente externo. 1.2 Colaborar na criação e desenvolvimento das declarações institucionais.
2. Analisar o posicionamento da imagem da marca no mercado.	2.1 Definir posicionamento da imagem da marca ou empresa. 2.2 Avaliar a percepção do posicionamento da marca no mercado.
3. Diagnosticar as ações e estratégias de gestão da imagem corporativa.	3.1 Definir estratégias de comunicação institucional para a imagem da marca ou empresa. 3.2 Definir ações de gestão da imagem corporativa.
4. Identificar ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social.	4.1 Contribuir para o desenvolvimento de estratégias de marketing que atendam aos valores sociais vigentes. 4.2 Verificar a importância da responsabilidade social para a imagem corporativa.

Orientações

Para reconhecer cenários e planejar ações e projetos de forma eficaz, recomenda-se análise de estudos de caso de empresas que se destacaram em ações institucionais e alcançaram o posicionamento de mercado previsto em seu planejamento estratégico.

Bases Tecnológicas

Comunicação Institucional e comunicação publicitária

- Formas e diferenças.

Declarações institucionais

- Missão;
- Visão;
- Valores e princípios.

Análise de ambientes

- Internos e externos (SWOT);
- *Stakeholders:*
  - ✓ grupos de influência e interesse.

Diagnóstico e posicionamento da imagem institucional

- Imagem interna e externa.

Gerenciamento da imagem da marca

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

Estratégias de comunicação

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

Tipos de propaganda institucional

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

Gestão de imagem corporativa – Governança Corporativa

Responsabilidade social, ambiental e o Terceiro Setor – Marketing Verde

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

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	60	**Prática Profissional**	00	**Total**	**60 Horas-aula**
Teórica (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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.3 PLANO DE MARKETING

Função: Acompanhamento do plano de marketing
Classificação: Controle

Atribuições e Responsabilidades

Elaborar plano de mídia.
Executar etapas previstas no plano de marketing.
Operacionalizar etapas do plano de comunicação.
Pesquisar tipos de mídias aplicáveis ao plano de comunicação.
Elaborar relatórios sobre custos e formatos de mídias disponíveis.

Atribuições Empreendedoras

Analisar resultados.
Elaborar comparativos de metas e resultados.

Valores e Atitudes

Desenvolver a organização.
Incentivar atitudes de autonomia.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema

Competências	Habilidades
1. Desenvolver ações de marketing de acordo com as metas estratégicas da organização.	1.1 Avaliar ambiente interno e externo da organização. 1.2 Interpretar informações coletadas no micro e macroambiente para tomada de decisão. 1.3 Criar ações de marketing com base nas características e objetivos do negócio.
2. Implantar ações definidas no plano estratégico de marketing.	2.1 Mapear recursos disponíveis para ações de marketing. 2.2 Desenvolver o plano e as estratégias de comunicação. 2.3 Aprovar material de comunicação. 2.4 Viabilizar a execução do plano de marketing. 2.5 Estabelecer contato com agência de publicidade e fornecedores.
3. Analisar resultados das ações estratégicas de marketing implantadas.	3.1 Coletar resultados de indicadores mercadológicos alinhados aos objetivos estratégicos. 3.2 Comparar indicadores mercadológicos antes e depois da implantação das ações. 3.3 Interpretar resultados e propor aprimoramentos nas ações.

Orientações

Este componente curricular apresenta conceitos desenvolvidos de modo introdutório em outros módulos e visa à contextualização e articulação dos elementos que compõem o plano de marketing.

Recomenda-se o desenvolvimento de projetos que contemplem a criação de um plano de marketing para uma organização (fictícia ou real) de modo que o aluno articule os conhecimentos desenvolvidos ao longo do curso.

Bases Tecnológicas

Plano de Marketing – Etapas elementares

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

Plano de comunicação

- Tipos de Mídia:
  - ✓ tv;
  - ✓ rádio;
  - ✓ internet;
  - ✓ jornal;
  - ✓ revista;
  - ✓ outros.
- Estratégias de mídia;
- Desenvolvimento de linguagem, peças e comunicação.

Principais elementos para a implantação do Plano de marketing

- Desafios e aspectos críticos;
- Importância das Declarações Institucionais: Missão, Visão e Valores;
- Público-alvo;
- Descrição dos principais produtos e serviços;
- Preço;
- Estratégias promocionais;
- Estrutura de comercialização;
- Localização do negócio;
- Ações estratégicas;
- Orçamento do plano.

Avaliação e controle dos resultados do Plano de marketing

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

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	00	**Prática**	100	**Total**	**100 Horas-aula**

		Profissional			
Teórica (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	100	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 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.4 MARKETING DE RELACIONAMENTO

Função: Procedimentos e estratégias para fortalecer o relacionamento com clientes
Classificação: Planejamento

Atribuições e Responsabilidades

Elaborar planos de fidelização de clientes.
Atualizar sistemas de CRM - *Customer Relationship Management* (Gerenciamento da relação com o cliente) - para estabelecer relacionamento com clientes.
Desenvolver campanhas mercadológicas para melhorar o relacionamento com o cliente.

Atribuições Empreendedoras

Analisar resultados.
Planejar ações mais eficazes.
Elaborar novas práticas para otimização de resultados.

Valores e Atitudes

Incentivar a criatividade.
Tratar com cordialidade.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema.

Competências	Habilidades
1. Elaborar plano de fidelização e relacionamento do cliente.	1.1 Identificar a função do marketing 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 fidelização de clientes. 1.5 Gerenciar ferramentas de controle e de tangibilização para a fidelização de clientes.
2. Estruturar base de dados para gerenciamento do relacionamento ao cliente.	2.1 Coletar dados para acompanhamento de ações e comportamento dos clientes.
3. Identificar o processo de pós-venda na fidelização ao cliente.	3.1 Aplicar os conceitos de qualidade e serviços na percepção e satisfação do cliente.

Orientações

Para estimular a capacidade de criação de novas práticas mais eficazes e otimização de resultados nas organizações, sugere-se a análise de estudos de caso.

Projetos que simulem a aplicação de práticas e estratégias de marketing de relacionamento também corroboram para o desenvolvimento dessas atribuições empreendedoras.

Bases Tecnológicas

Marketing de relacionamento – conceito e definição

O Cliente – definição
- Cliente externo;
- Cliente pessoal;
- Cliente da concorrência;
- Cliente interno.

Retenção de clientes

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

CRM - *Customer Relationship Management* (Gerenciamento da relação com o cliente)

Database

- Importância do banco de dados;
- Como implantar um banco de dados.

Técnicas e programas de fidelização

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

Qualidade, serviços ao cliente e pós-venda

- Componentes-chave do marketing de relacionamento.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	60	**Prática Profissional**	00	**Total**	**60 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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.5 ESPANHOL INSTRUMENTAL

Função: Montagem de argumentos e elaboração de textos
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Utilizar expressões, termos e frases em espanhol na comunicação institucional e mercadológica.

Valores e Atitudes

Incentivar atitudes de autonomia.
Respeitar as manifestações culturais de outros povos.
Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Analisar, por meio do estudo da língua espanhola, aspectos do idioma que possibilitem acesso à diversidade linguística e cultural em contextos sociais e profissionais.	1.1 Identificar as características da cultura do idioma como meio de ampliar as possibilidades de acesso a informações, tecnologias e culturas. 1.2 Utilizar terminologia e vocabulário específicos do contexto comunicativo (contexto social e contexto profissional. 1.3 Utilizar dicionários de línguas, especializados em áreas de conhecimento e/ou profissionais.
2. Correlacionar o patrimônio linguístico e cultural da língua espanhola com o idioma materno.	2.1 Pesquisar as diversas manifestações culturais dos povos falantes de língua espanhola. 2.2 Identificar os sistemas principais de signos linguísticos e culturais do idioma estrangeiro. 2.3 Identificar empréstimos linguísticos e pesquisar os estrangeirismos.
3. Analisar os recursos expressivos e a organização discursiva da linguagem verbal escrita.	3.1 Identificar os elementos estruturadores presentes em uma tipologia textual e o registro linguístico mais apropriado ao contexto. 3.2 Observar os efeitos de sentido produzidos pelo uso de marcadores discursivos em textos orais e escritos. 3.3 Identificar formas de organização discursiva de um determinado gênero, levando em consideração as variantes de registro. 3.4 Distinguir formas fixas, abreviações, siglas, acrônimos. 3.5 Aplicar estratégias de leitura e interpretação de textos profissionais, como manuais, tutoriais, entre outros. 3.6 Elaborar pequenos glossários de equivalências (listas de termos técnico-científicos) entre português e espanhol, relativos à área profissional/habilitação profissional.

Bases Tecnológicas

Escuchando

- Compreensão auditiva de diversas situações no ambiente profissional:
  - ✓ atendimento a clientes, colegas de trabalho e/ou superiores, pessoalmente ou ao telefone;
  - ✓ apresentação pessoal, da empresa e/ou de projetos.

Hablando

- Expressão oral na simulação de contextos de uso profissional:
  - ✓ atendimento a clientes, colegas de trabalho e/ou superiores, pessoalmente ou ao telefone.

Leyendo

- Estratégias de leitura e interpretação de textos;
- Análise dos elementos característicos dos gêneros textuais profissionais;
- Correspondência profissional e materiais escritos comuns ao eixo, como manuais técnicos e documentação técnica.

Escritura

- Prática de produção de textos técnicos da área de atuação profissional; e-mails e gêneros textuais comuns ao eixo tecnológico.

Enfoque gramatical

- Compreensão e usos dos aspectos linguísticos contextualizados.

Vocabulario

- Terminologia técnico-científica;
- Vocabulário específico da área de atuação profissional.

Géneres textuales

- Dicionários;
- Glossários técnicos;
- Manuais técnicos;
- Folhetos para divulgação;
- Artigos técnico-científicos;
- Carta comercial;
- E-mail comercial;
- Correspondência administrativa.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teoria (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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 DIGITAL E *E-COMMERCE*

Função: Planejamento de comunicação digital com públicos de interesse
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Utilizar ferramentas de marketing digital.
Criar campanhas de marketing digital em alinhamento com o plano de comunicação.
Elaborar textos comerciais, conteúdo para blogs, sites, mídias sociais e roteiros para vídeos corporativos.

Atribuições Empreendedoras

Analisar resultados.
Planejar ações mais eficazes.
Elaborar novas práticas para otimização dos resultados.

Valores e Atitudes

Socializar os saberes.
Incentivar a criatividade.
Estimular o interesse na resolução de situações-problema.

Competências	Habilidades
1. Detectar as diferentes mídias digitais e suas aplicações na estratégia de comunicação.	1.1 Identificar os tipos e formas de mídias digitais. 1.2 Selecionar o tipo de mídia digital relevante ao seu público-alvo.
2. Produzir campanhas digitais para os diferentes tipos de público-alvo.	2.1 Criar ações e campanhas de comunicação digitais em redes sociais, sites 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 – *e-commerce*.

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 sites e relatórios produzidos pelas redes sociais.

A criação de campanhas e a mensuração de resultados também facilita a contextualização e o desenvolvimento de competências e habilidades pretendidas.

Bases Tecnológicas

O mercado de comunicação digital e seus agentes

- Consumidor, vendedores, distribuidores e meios de pagamentos.

Comunicação digital em sites e hotsites

E-commerce - O comercio digital

- Forma de venda;
- Distribuição e entrega;
- Meios de pagamento;
- Segurança;
- Pós-venda e relacionamento.

Buscas e os links patrocinados (SEM - *Search Engine Marketing*)

- Busca orgânica;

- SEO - *Search Engine Optimization;*
- *Tags* e *Metatags*;
- Palavras-chave.

Mídia on-line

- Mídia display no mundo digital:
  - ✓ conceitos e diferenças da propaganda tradicional.

Mobile Marketing - a comunicação on-line na mobilidade

Mídias sociais (*Facebook, Twitter, Youtube*)

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

Tipos de publicidade digital

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

Big data

- Conceito e aplicação.

Carga horária (horas-aula)					
Teoria	00	**Prática Profissional**	100	**Total**	**100 Horas-aula**
Teoria (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	100	**Total (2,5)**	**100 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 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.7 LEGISLAÇÃO DE MERCADO

Função: Estudo 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

Desenvolver a criticidade.
Promover ações que considerem o respeito às normas estabelecidas.
Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Distinguir direitos e deveres das pessoas naturais e jurídicas.	1.1 Identificar os direitos de pessoas naturais e jurídicas.
2. Analisar os tipos de obrigações e contratos, compreendendo suas características.	2.1 Identificar as características do negócio jurídico. 2.2 Identificar as espécies de obrigações previstas no Código Civil. 2.3 Identificar as características de contratos de compra, venda e prestação de serviços e outros documentos. 2.4 Redigir contratos de compra e venda de bens e serviços e outros documentos legais.
3. Identificar normas e legislações que regulamentam as atividades de marketing.	3.1 Aplicar a legislação que regulamenta as relações e atividades comerciais no país.
4. Analisar os direitos e obrigações de fornecedores e consumidores conforme disposições da Lei.	4.1 Identificar direitos e obrigações dos clientes nas relações de consumo. 4.2 Aplicar o Código de Defesa do Consumidor em transações comerciais. 4.3 Interpretar adequadamente a legislação de forma a zelar pelos direitos do consumidor, inclusive em transações realizadas no comércio eletrônico.
5. Analisar as diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR para a criação de campanhas e ações de marketing.	5.1 Identificar tópicos relevantes do Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária para o desenvolvimento de ações e campanhas de marketing. 5.2 Selecionar normas e orientações pertinentes ao ramo de atuação. 5.3 Pesquisar reclamações e decisões do CONAR.

Bases Tecnológicas

Direito civil

- Pessoas naturais e jurídicas;
- Obrigações;
- Noções gerais sobre negócios jurídicos;
- Noções e modalidades de contratos.

Técnicas para elaboração de contratos comerciais

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

Código de Defesa do Consumidor

- Dos direitos básicos do consumidor;
- Da qualidade de produtos e serviços;
- Da prevenção e da reparação dos danos;
- Da proteção à saúde e segurança;
- Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço;
- Da responsabilidade por vício do produto e do serviço;
- Das práticas comerciais;
- Das disposições gerais;
- Da oferta;
- Da publicidade;
- Das práticas abusivas;
- Da cobrança de dívidas;
- Dos bancos de dados e cadastros de consumidores;
- Das sanções administrativas;
- Direito do Consumidor aplicado ao comércio eletrônico.

Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR

- Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária;
- Rito processual.

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	40	**Prática Profissional**	00	**Total**	**40 Horas-aula**
Teórica (2,5)	50	**Prática Profissional (2,5)**	00	**Total (2,5)**	**50 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.8 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING

Função: Desenvolvimento e gerenciamento de projetos na área de Marketing
Classificação: Execução

Atribuições e Responsabilidades

Desenvolver projetos para atender às demandas sociais e mercadológicas do segmento de atuação.

Atribuições Empreendedoras

Organizar projetos.
Analisar resultados.
Reconhecer cenários vigentes.

Valores e Atitudes

Socializar os saberes.
Desenvolver a organização.
Incentivar 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

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.

Bases Tecnológicas

Referencial teórico da pesquisa

- Pesquisa e compilação de dados;
- Produções científicas, entre outros.

Construção de conceitos relativos ao tema do trabalho e definições técnicas

- Definições dos termos técnicos e científicos (enunciados explicativos dos conceitos);
- Terminologia (conjuntos de termos técnicos e científicos próprios da área técnica);

- Simbologia;
- outros.

Escolha dos procedimentos metodológicos
- Cronograma de atividades;
- Fluxograma do processo.

Dimensionamento dos recursos necessários para execução do trabalho

Identificação das fontes de recursos

Organização dos dados de pesquisa
- Seleção;
- Codificação;
- Tabulação.

Análise dos dados
- Interpretação;
- Explicação;
- Especificação.

Técnicas para elaboração de relatórios, gráficos, histogramas

Sistemas de gerenciamento de projeto

Formatação de trabalhos acadêmicos

Carga horária (horas-aula)					
Teórica	00	**Prática Profissional**	60	**Total**	**60 Horas-aula**
Teórica (2,5)	00	**Prática Profissional (2,5)**	50	**Total (2,5)**	**50 Horas-aula**

Possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.

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

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

4.5. Metodologia 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.

4.6. Enfoque Pedagógico

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

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

4.6.1. Fortalecimento das competências relativas ao Empreendedorismo

Atualmente, dos cursos existentes (98 Habilitações Profissionais – modalidade concomitante ou subsequente ao Ensino Médio, dessas, 37 Habilitações Profissionais oferecidas na forma Integrada ao Ensino Médio, 33 Especializações Técnicas e 5 cursos de Formação Inicial e Continuada), aproximadamente 50% (cinquenta por cento) abordam transversalmente o tema “Empreendedorismo” ou apresentam explícito o componente curricular “Empreendedorismo” na respectiva matriz curricular.

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

1. Resolver problemas novos, partindo do uso consciente de ferramentas de gestão e da criatividade.
2. Comunicar ideias com clareza e objetividade, utilizando instrumental que otimize a comunicação.
3. Tomar decisões, mobilizando as bases tecnológicas para a construção da competência geral de análise da situação-problema.
4. Demonstrar iniciativa, antecipando os movimentos, ações e consequências dos acontecimentos do entorno.
5. Desenvolver a ação criativa, fazendo uso de visão sistêmica, conectando saberes e buscando soluções eficazes.
6. Desenvolver autonomia intelectual, encontrando caminhos alternativos para atingir metas de modo analítico e estratégico e em alinhamento com o meio produtivo.

7. Representar as regras de convivência democrática, atuando em grupo e interagindo com a diversidade social, buscando mensurar o impacto de suas ações na esfera social, e não apenas na esfera econômica.
8. Desenvolver e demonstrar visão estratégica, considerando os fatores envolvidos em cada questão e as metas pretendidas pelo setor produtivo em que se vê inserido.
9. Analisar aspectos positivos e aspectos negativos de cada decisão.
10. Planejar e estruturar ações empreendedoras com o objetivo de aprimorar a relação custo-benefício, criando estrutura estável e durável, em termos de trabalho e sustentabilidade econômica.

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

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

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

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

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

São desenvolvidas habilidades linguísticas que envolvem a recepção e a produção da língua, com ênfase na interpretação de texto e na produção de alguns gêneros simples relacionados à comunicação de cada profissão, respeitando a atuação do profissional técnico, que pode ser expressa nos contextos de atendimento ao público, elaboração de artigos, documentações técnicas e apresentações orais, entrevistas, interpretação e produção de textos de vários níveis de complexidade.

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

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

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

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

4.6.4. Fortalecimento das competências relativas à Matemática

Nos currículos das habilitações profissionais técnicas ofertadas na forma integrada ao Ensino Médio, a Matemática, que se constitui em uma área de Conhecimento Autônoma na Formação Geral no Brasil, como componente curricular, teve sua representatividade aumentada, com ênfase no desenvolvido das seguintes competências-chave, ao longo de

três séries: “Interpretar, na forma oral e escrita, símbolos, códigos, nomenclaturas, instrumentos de medição e de cálculo para representar dados, fazer estimativas e elaborar hipóteses”; “Analisar regularidades em situações semelhantes para estabelecer regras e propriedades.”; “Analisar identidades ou invariantes que impõem condições para resolução de situações-problema.”; “Interpretar textos e informações da Ciência e da Tecnologia relacionados à Matemática e veiculados em diferentes meios.”; “Avaliar o caráter ético do conhecimento matemático e aplicá-lo em situações reais”; “Elaborar hipóteses recorrendo a modelos, esboços, fatos conhecidos, relações e propriedades”; “Analisar a Matemática como ciência autônoma, que investiga relações, formas e eventos e desenvolve maneiras próprias de descrever e interpretar o mundo”.

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

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

4.6.5. Fortalecimento das competências relativas à Informática

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

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

4.6.6. Fortalecimento das competências relativas à Ética e Cidadania Organizacional

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

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

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

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

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

Na prática histórica de planejamento curricular das habilitações profissionais técnicas de nível médio do Centro Paula Souza, as competências pessoais, os valores e as atitudes na conduta profissional estão sendo gradualmente fortalecidos e expressos, cada vez mais explicitamente, na redação dos componentes curriculares.

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

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

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

conhecimento a uma ou outra “prática de mercado”, como querem algumas teorias e algumas críticas.

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

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

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

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

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

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

mercadológicos, elaboração de experimentos e de protótipos, além da sistematização monográfica e documentação dos projetos.

4.6.9. 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.

4.6.10. 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.

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

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

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

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

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.

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

Desde 2008, a Unidade do Ensino Médio e Técnico desenvolve o projeto de catalogação da titulação docente dos professores habilitados a ministrar aulas nos componentes

curriculares dos cursos técnicos, que resulta no Catálogo de Requisitos de Titulação para Docência (CRT).

O CRT tem por competência estabelecer, para cada componente curricular, a titulação dos docentes que 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.

4.7. Trabalho de Conclusão de Curso – TCC

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

Ao considerar que o efetivo desenvolvimento de competências implica na adoção de sistemas de ensino que permitam a verificação da aplicabilidade dos conceitos tratados em sala de aula, torna-se necessário que cada escola, atendendo às especificidades dos

cursos que oferece, crie oportunidades para que os alunos construam e apresentem um produto – Trabalho de Conclusão de Curso – TCC.

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

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

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

4.7.1. Orientação

A orientação do desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso ficará por conta do professor responsável pelos temas do Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso

(PTCC), no 2º MÓDULO, e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (DTCC) de **TÉCNICO EM MARKETING**, no 3º MÓDULO.

4.8. Prática Profissional

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

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

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

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

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

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

comportarem o número total de alunos da classe, sendo, então, necessário distribuir a classe, dividindo-a em turmas).

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

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

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

4.9. Estágio Supervisionado

A Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING** não exige o cumprimento de estágio supervisionado em sua organização curricular, contando com aproximadamente **640** horas-aula de práticas profissionais, que poderão ser desenvolvidas integralmente na escola e/ou em empresas da região. Essas práticas ocorrerão com a utilização de procedimentos didáticos como simulações, experiências, ensaios e demais técnicas de ensino que permitam a vivência dos alunos em situações próximas à realidade do setor produtivo. O trabalho com projetos, estudos de caso, visitas técnicas monitoradas, pesquisas de campo e aulas práticas em laboratórios devem garantir o desenvolvimento de competências específicas da área de formação.

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

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

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

4.10. Novas Organizações Curriculares

O Plano de Curso propõe a organização curricular estruturada em 3 módulos, com um total de **1200** horas ou **1500** 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.

4.11. 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

4.11.1. 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.

4.11.2. 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.

4.11.3. Perfil profissional

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

Tem fundamentação no Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos do MEC – CNCT – (http://pronatec.mec.gov.br/cnct), na descrição sumária das famílias ocupacionais do Ministério do Trabalho e na descrição de cargos e funções de instituições públicas e privadas.

4.11.4. 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.

4.11.5. 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.

4.11.6. 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.

4.11.7. 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.

4.11.7.1 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.

4.11.8. Áreas de atividades

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

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

4.11.9. 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).

4.11.10. 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.

4.11.11. 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).

4.11.12. 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.

4.11.13. 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.

4.11.14. 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.

4.11.15. Aula prática

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

4.11.16. 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.

4.11.17. 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.

4.11.18. 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.

4.11.19. 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.

4.11.20. 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.

4.11.21. Plano de Curso

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

Fontes Bibliográficas

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

CAPÍTULO 5 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

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

- ✓ qualificações profissionais e etapas ou 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 inviabilizam o desenvolvimento das competências visadas.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO 7 INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

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:

- **Pesquisa de Mercado** – Elaboração e aplicação de pesquisas em formulários eletrônicos e plataformas digitais; Tabulação de dados e criação de gráficos em aplicativo informatizado de planilhas eletrônicas; Elaboração de relatórios em editores de textos; e desenvolvimento de slides para apresentação de resultados em aplicativos informatizados.
- **Aplicativos Informatizados** – Identificação e operacionalização de aplicativos informatizados básicos, tais como editores de textos, planilhas eletrônicas, apresentação de slides, internet 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.
- **Modelos de Negócios** – Realização de pesquisas e levantamento de informações de mercado; Elaboração de relatórios, planilhas financeiras, orçamentos e apresentação de slides.
- **Administração Financeira Aplicada ao Marketing** – Elaboração de orçamento de campanha em planilha eletrônica; Aplicação de fórmulas lógicas em demonstrativos financeiros do setor de marketing; elaboração de apresentações em slides e relatórios em editor de textos.
- **Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso em Marketing** – Pesquisas na internet, elaboração de projeto de TCC; 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.

- **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.
- **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.

Softwares Específicos	
Quantidade	**Identificação**
21	Adobe Illustrator CC 2018 em Português
21	Adobe Photoshop CC 2018 em Português
21	CorelDRAW Graphics Suite 2018
21	Windows Movie Maker 10
21	Dreamweaver CC 2018 em Português

SALA DE INTEGRAÇÃO CRIATIVA	
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 Producao de Prototipos Fisicos Tridimensionais para Fins Didaticos
01	KIT ARDUINO - ROBÓTICA Caracteristica 1: Conjunto Didático, Tipo Kit Arduino; Contendo 01 Arduino Uno R3 (Microcontrolador Atmega328, Tensão de Operação 5 V).

	Caracteristica 2: Cabo Usb 2.0 A-B Compativel c/ Saída Arduino comprimento de 1,5 metros. Caracteristica 3: Placa Protoboard c/ 400 Furos. Sendo o diâmetro de cada furo de 0,8mm. Material: ABS (branco). Caracteristica 4: Bateria 9V e Conector de Bateria 9V com cabo e plug tipo P4 (Macho). Caracyeristica 5: 40 Kit Jumper de 10 cm, sendo: 20 macho-macho e 20 macho-fêmea. Caracteristica 6: Resistores de 1/8 W, sendo 10 de 330 ohms, 10 de 1 K ohms e 10 de 10 K ohms. Caracteristica 7: Leds de 5 mm, sendo 3 de vermelho, 3 de verde e 3 de amarelo Caracteristica 8: Potenciômetro de 10 k ohms Caracteristica 9: Buzzer Ativo 12 mm, 5 V Caracteristica 10: Display Digital 7 Segmentos Catodo Comum Caracteristica 11: Display LCD 16×2 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 Digitalizacao 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	Projetor 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 Trapeizoidal, 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 *Itens de responsabilidade da Unidade*	
Quantidade	**Identificação**
	Filamento para a Impressora 3D
02	Painéis para Ferramentas - Painel 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 Painel 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	Cavalete 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 – Caracteristicas 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 *Itens de responsabilidade da Unidade*	
Quantidade	**Identificação**
01	Furadeira parafusadeira
01	Lixadeira Orbital ¼ pol com coletor de pó – 220W 110V

	Lixas (para madeira, ferro etc)
01	Kit Soldagem Multimetro, 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	Kit de Ferramentas Manuais com 160 Peças. Indicado para manutenções e instalações residenciais e pequenos reparos 1 chave de fenda de precisão 1 chave phillips de precisão 1 alicate descascador de fios 8" 1 alicate universal 6" 1 alicate de bico longo 6" 1 chave de fenda 1 chave phillips 1 chave phillips mini 1 suporte para ponteiras hexagonais 1 chave ajustável 8" 6 chave hexagonal tipo canivete 16 ponteiras hexagonal 25mm variada CR-V 1 chave para ponteira hexagonal 1 martelo unha 1 arco de serra mini 1 estilete largo 18mm 1 trena 3m 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)

BIBLIOGRAFIA

Eixo Tecnológico	Curso	Bibliografia	Autor 1 /SOBRENOME	Autor 1 /NOME	Autor 2 /SOBRENOME	Autor 2 /NOME	Autor 3 /SOBRENOME	Autor 3 /NOME	Titulo	Edição	Cidade	Editora	ISBN	Ano
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	ANDRADE,	Marcos Serafim de					Adobe Photoshop CC	3	São Paulo	Senac	9788539619993	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	BERNARDI,	Luiz Antonio					Formação de Preços: Estratégias, Custos e Resultados	5	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597010657	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	BIZELLI,	Maria Helena S. Sahao	MILANELO,	Cassio Henrique			Aulas Práticas De Corel Draw X5	1	São Paulo	Ciência Moderna	9788539902286	2012
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CHURCHILL,	Gilbert A;	PETER,	J. Paul.			Marketing: criando valor para os clientes	3	São Paulo	Saraiva	9788502183599	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	CRUZ,	André Santa					Direito Empresarial	8	Rio de Janeiro	Forense	9788530979720	2018
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	DEMETRESCU,	Sylvia					Vitrinas e Exposições: Arte e Técnica do Visual Merchandising	1	São Paulo	Saraiva	9788536508559	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	DEMO,	Gisela					Marketing de Relacionamento & Comportamento do Consumidor - Estado da Arte, Produção Nacional, Novas Medidas e Estudos Empíricos	1	São Paulo	Grupo GEN	9788522497249	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	DORNELAS,	José					Empreendedorismo. Transformando Ideias em Negócios	6	São Paulo	Atlas	9788597003932	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	FARIAS,	Cláudio	DUSCHITZ,	Caroline	CARVALHO,	Gustavo Meneghetti de	Marketing Aplicado	1	Porto Alegre	Grupo A	9788582602775	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	GRANT,	David B.					Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos	1	São Paulo	Saraiva	9788502213661	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	GRINOVER,	Ada Pellegrini					Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto	11	Rio de Janeiro	Forense	9788530960643	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	KOTLER,	Philip	ARMSTRONG,	Gary			Princípios de Marketing	15	São Paulo	Pearson	9788543004471	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	KOTLER,	Philip	KARTAJAYA,	Hermawan	SETIAWAN,	Iwan	Marketing 4.0	1	Rio de Janeiro	Sextante	9788543105338	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	KOTLER,	Philip	KELLER,	Kevin Lane			Administração de Marketing	14	São Paulo	Pearson	9788581430003	2012
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	LADEIRA,	Wagner	SANTINI,	Fernando			Merchandising & Promoção de Vendas	1	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597015478	2018

Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	LUDOVICO,	Nelson	SANTINI,	Fernando Roberto			Gestão de marketing: O plano de marketing como orientador das decisões - Série gestão empresarial	1	São Paulo	Saraiva	9788502214132	2014
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MARCONI,	Marina de Andrade	LAKATOS	Eva Maria			Técnicas de Pesquisa	8	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012811	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MCDONALD,	Malcolm	WILSON,	Hugh			Planos de Marketing	7	São Paulo	Elsevier	9788535256352	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MCQUAIL,	Denis					Teorias da Comunicação de Massa - Série Comunicação	6	Porto Alegre	Grupo A	9788565848275	2013
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	MICELI,	André	SALVADOR,	Daniel			Planejamento de Marketing Digital	2	Rio de Janeiro	Brasport	9788574528267	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	NIQUE,	Walter	LADEIRA,	Wagner			Pesquisa de Marketing	2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597012583	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	NOGUEIRA,	Amarildo de Souza					Logística empresarial	2	Rio de Janeiro	Atlas	9788597013634	2017
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	OSTERWALDER,	Alexander	PIGNEUR,	Yves			Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios	1	São Paulo	Alta Books	9788576085508	2011
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	READE,	Dennis Vincent	ROCHA,	Marcos	OLIVEIRA,	Sérgio Luis Ignácio de	Marketing estratégico	1	São Paulo	Saraiva	9788502638761	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	RIBEIRO,	Osni Moura					Contabilidade de Custos	4	São Paulo	Saraiva	9788502621800	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	SOLOMON,	Michael R					O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo	11	Porto Alegre	Grupo A	9788582603673	2016
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	WOOD,	Marian Burk					Planejamento de Marketing	1	São Paulo	Saraiva	9788502629868	2015
Gestão e Negócios	Técnico em Marketing	Básica	ZENONE,	Luiz Claudio					Fundamentos de Marketing de Relacionamento	2	Rio de Janeiro	Grupo GEN	9788597013047	2017

CAPÍTULO 8 PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A contratação dos docentes que irão atuar no Curso de **TÉCNICO EM MARKETING** será feita por meio de Concurso Público e/ou Processo Seletivo como determinam as normas próprias do Ceeteps, obedecendo a seguinte ordem de prioridade, em conformidade com o Art. 12 da Deliberação do Conselho Estadual de Educação nº 162/2018, alterada pela Deliberação CEE nº 168/2019, e Indicação CEE 169/2018 alterada pela Indicação CEE 177/2019:

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

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

TITULAÇÕES DOCENTES POR COMPONENTE CURRICULAR

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

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

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

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica • Tecnologia em Planejamento e Programação Econômica • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Programação Econômica
APLICATIVOS INFORMATIZADOS	• Administração 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 • Desenho Industrial - Habilitação em Programação Visual • Engenharia da(de) Computação • Física - Opção Informática • Física Computacional • Informática • Informática ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Informática (LP) • Matemática Aplicada às Ciências da Computação

	• Matemática Aplicada e Computação Científica • Matemática Aplicada e Computacional • Matemática com Ênfase em Ciência da Computação (LP) • Matemática com Ênfase em Informática (LP) • 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 • Sistemas e Tecnologia da Informação (LP) • Tecnologia da(de) Informação e Comunicação • Tecnologia em Análise de Sistemas e Tecnologia(s) da Informação • 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 Gerenciamento de Redes de Computadores • Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação • Tecnologia em Informática • Tecnologia em Informática - Banco de Dados

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

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

	• Administração em Agronegócios • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Administração Hoteleira • Administração Rural • Ciências Administrativas • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing)

	• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Propaganda e Criação • Propaganda e Marketing • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda • Publicidade • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Gestão de Logística • Tecnologia em Gestão de Logística Empresarial • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Logística • Tecnologia em Logística • Tecnologia em Logística - Ênfase em Transportes • Tecnologia em Logística Aeroportuária • Tecnologia em Logística de Armazenamento e Distribuição • Tecnologia em Logística de Armazenamento e Distribuição de Materiais • Tecnologia em Logística e Transportes • Tecnologia em Logística e Transportes Multimodal • Tecnologia em Logística Empresarial • Tecnologia em Logística para o Agronegócio • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Industrial
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • 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 Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo

	• Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("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 Criação e Produção Publicitária • 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 • 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 Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
COMUNICAÇÃO INTEGRADA AO MARKETING	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão de Pequena e Média Empresa • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração de Empresas e Agronegócios • Administração em Marketing

	• Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Ciências Administrativas • Comunicação e Marketing • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV)

	• Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 e Planejamento de Marketing e Vendas • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior

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

	• Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("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 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 Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
ÉTICA E CIDADANIA ORGANIZACIONAL	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Hoteleira • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Gestão de(em) Sistemas de Informação

	• Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercados Internacionais • Administração de Empresas • Administração de Empresas e Negócios • Administração de Negócios • Administração em Hotelaria • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Hoteleira • Administração Pública • Ciências Administrativas • Ciências Atuariais • Ciências Contábeis • Ciências Contábeis e Atuariais • Ciências Econômicas • Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional • Ciências Econômicas e Administrativas • Ciências Gerenciais e Orçamentos Contábeis • Ciências Jurídicas • Ciências Jurídicas e Sociais • Ciências Sociais • Ciências Sociais (LP) • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital

	• Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Marketing em Propaganda e Publicidade • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda • Psicologia • Psicologia (LP) • Publicidade • Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Relações Internacionais • Sociologia • Sociologia (LP) • Sociologia e Política • Sociologia e Política (LP) • Tecnologia em Administração Pública • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial

	• Tecnologia em Planejamento Administrativo • Tecnologia em Planejamento Administrativo e Programação Econômica • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
ESTRATÉGIAS DE MARKETING	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Financeira e Administração Mercadológica • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Gestão de Marketing • Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercadologia • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Comercialização e Mercadologia (''EII'' - Técnico com Formação Pedagógica)

	• Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("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 e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Multimídia • Tecnologia em Produção Publicitária

	• Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
ESPANHOL INSTRUMENTAL	• Letras - Neolatinas (G/LP) • Letras com Habilitação em Espanhol • Letras com Habilitação em Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Espanhol com as Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa e Espanhola e suas Literaturas • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa e Espanhola e suas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Português e Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Português e Língua Espanhola Moderna com as Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Português/ Espanhol e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Secretariado Executivo Bilíngue/ Espanhol • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Espanhol • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Espanhol • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Espanhol (LP) • Letras: Língua Espanhola e Língua Portuguesa (LP) • Língua Estrangeira Espanhol (Portaria CEE nº 205/2006) • Secretariado Executivo • Secretariado Executivo Bilíngue

	• Secretariado Executivo com Habilitação em Espanhol • Secretariado Executivo com Habilitação em Espanhol (LP) • Secretariado Executivo Trilíngue • Secretariado Executivo Trilíngue - Português / Inglês / Espanhol • Secretariado Executivo Trilíngue/ Espanhol • Secretariado Executivo Trilíngue/ Espanhol (LP) • Tecnologia em Automação de Escritórios e Secretariado/ Espanhol • Tecnologia em Automação de Escritórios e Secretariado/ Espanhol (LP) • Tecnologia em Formação de Secretariado/ Espanhol • Tecnologia em Formação de Secretariado/ Espanhol (LP) • Tecnologia em Formação de Secretário/ Espanhol • Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue/ Espanhol • Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue/ Espanhol (LP) • Tradutor e Intérprete com Habilitação em Espanhol • Tradutor e Intérprete com Habilitação em Espanhol (LP)
INFORMÁTICA APLICADA AO MARKETING	• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Marketing • Administração em Marketing • Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em

	Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias • Ciência(s) da(de) Computação • Computação • Computação (LP) • Comunicação e Marketing • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

	• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda • Publicidade

	• Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Design • Tecnologia em Design Digital • Tecnologia em Design Gráfico • Tecnologia em Design Gráfico Digital • Tecnologia em Design: Programação Visual • Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Informática - Modalidade (de) Gestão Financeira • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processamento de Dados • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
INTRODUÇÃO AO MARKETING	• Administração

	• Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Financeira e Administração Mercadológica • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Gestão de Marketing • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercadologia • Administração de Empresas • Ciências Administrativas • Comunicação e Marketing • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual

	• Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("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 Criação e Produção Publicitária • 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 Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo

	• Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
INGLÊS INSTRUMENTAL	• Inglês (LP) • Letras - Língua Portuguesa e Inglesa (LP) • Letras - Tradutor e Intérprete • Letras com Habilitação de Tradutor/ Inglês • Letras com Habilitação em Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Inglês e Literaturas de Língua Inglesa (LP) • Letras com Habilitação em Língua e Literatura Inglesa (LP) • Letras com Habilitação em Língua Inglesa e Língua Portuguesa (LP) • Letras com Habilitação em Língua Inglesa e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa e Inglesa (LP) • Letras com Habilitação em Português e Inglês • Letras com Habilitação em Português e Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Português e Literaturas de Língua Portuguesa e Língua Inglesa e Literatura Inglesa (LP) • Letras com Habilitação em Português/ Inglês e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Secretariado Bilíngue/ Inglês

	• Letras com Habilitação em Secretariado Executivo Bilíngue/ Inglês • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue/ Inglês • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue/ Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Inglês • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete: Português/Inglês • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete: Português/Inglês (LP) • Letras com Habilitação Tradutor/ Inglês • Letras: Língua Inglesa e Língua Portuguesa (LP) • Secretariado - Habilitação em Inglês • Secretariado Bilíngue • Secretariado Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês • Secretariado Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês (LP) • Secretariado Executivo • Secretariado Executivo Bilíngue • Secretariado Executivo Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês • Secretariado Executivo Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês (LP) • Secretariado Executivo com Habilitação em Inglês

	• Secretariado Executivo com Habilitação em Inglês (LP) • Secretariado Executivo Trilíngue • Secretariado Executivo Trilíngue/ Inglês • Secretariado Executivo Trilíngue/ Inglês (LP) • Tecnologia em Automação de Escritórios e Secretariado/ Inglês • Tecnologia em Automação de Escritórios e Secretariado/ Inglês (LP) • Tecnologia em Automação em Secretariado Executivo Bilíngue/ Inglês • Tecnologia em Formação de Secretariado/ Inglês • Tecnologia em Formação de Secretário/ Inglês • Tecnologia em Formação de Secretário/ Inglês (LP) • Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue/ Inglês • Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue/ Inglês (LP) • Tecnologia em Secretariado Executivo Trilíngue/ Inglês (LP) • Tradutor e Intérprete • Tradutor e Intérprete com Habilitação em Inglês • Tradutor e Intérprete com Habilitação em Inglês (LP)
LINGUAGEM, TRABALHO E TECNOLOGIA	• Letras • Letras (LP) • Letras - Língua Portuguesa e Inglesa (LP) • Letras - Neolatinas (LP)

	• Letras - Tradutor e Intérprete • Letras com Habilitação de Tradutor/ Inglês • Letras com Habilitação em Espanhol • Letras com Habilitação em Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Inglês e Literaturas de Língua Inglesa • Letras com Habilitação em Inglês e Literaturas de Língua Inglesa (LP) • Letras com Habilitação em Língua Inglesa e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa (LP) • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa e Espanhola e suas Literaturas • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa e Inglesa (LP) • Letras com Habilitação em Língua Portuguesa e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Linguística • Letras com Habilitação em Linguística (LP) • Letras com Habilitação em Português • Letras com Habilitação em Português (LP) • Letras com Habilitação em Português e Alemão • Letras com Habilitação em Português e Alemão (LP) • Letras com Habilitação em Português e Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Português e Francês (LP) • Letras com Habilitação em Português e Inglês • Letras com Habilitação em Português e Inglês (LP)

	• Letras com Habilitação em Português e Italiano (LP) • Letras com Habilitação em Português e Língua Espanhola Moderna com as Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Português e Literaturas de Língua Portuguesa (LP) • Letras com Habilitação em Português, Inglês e Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Português/ Espanhol e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Português/ Inglês e Respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Português/ Literaturas da Língua Portuguesa com suas respectivas Literaturas (LP) • Letras com Habilitação em Secretariado • Letras com Habilitação em Secretariado Bilíngue/ Inglês • Letras com Habilitação em Secretariado Executivo Bilíngue/ Espanhol • Letras com Habilitação em Secretariado Executivo Bilíngue/ Inglês • Letras com Habilitação em Secretariado Trilíngue/ Português (LP) • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Espanhol • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Português • Letras com Habilitação em Secretário Bilíngue/ Português (LP)

	• Letras com Habilitação em Secretário Executivo • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue/ Inglês • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue/ Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Secretário Executivo Bilíngue/ Português • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Espanhol • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Espanhol (LP) • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Inglês • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Inglês (LP) • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Português • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete/ Português (LP) • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete: Português/Inglês • Letras com Habilitação em Tradutor e Intérprete: Português/Inglês (LP) • Letras com Habilitação Tradutor/ Inglês • Letras: Língua Espanhola e Língua Portuguesa (LP) • Letras: Língua Inglesa e Língua Portuguesa (LP) • Língua Portuguesa (LP) • Linguística (G/LP) • Secretariado • Secretariado - Habilitação em Inglês • Secretariado Bilíngue

	• Secretariado Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês • Secretariado Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês (LP) • Secretariado com Habilitação em Secretariado Executivo Bilíngue • Secretariado Executivo • Secretariado Executivo Bilíngue • Secretariado Executivo Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês • Secretariado Executivo Bilíngue - Habilitação Português/ Inglês (LP) • Secretariado Executivo com Habilitação em Espanhol • Secretariado Executivo com Habilitação em Espanhol (LP) • Secretariado Executivo com Habilitação em Inglês • Secretariado Executivo com Habilitação em Inglês (LP) • Secretariado Executivo com Habilitação em Português • Secretariado Executivo Trilíngue • Secretariado Executivo Trilíngue - Português / Inglês / Espanhol • Secretariado Executivo Trilíngue/ Espanhol • Secretariado Executivo Trilíngue/ Espanhol (LP) • Secretariado Executivo Trilíngue/ Inglês • Secretariado Executivo Trilíngue/ Inglês (LP) • Tecnologia em Automação de Escritórios e Secretariado • Tecnologia em Automação de Escritórios e Secretariado com Ênfase em Marketing • Tecnologia em Formação de Secretário

	• Tecnologia em Secretariado Executivo Bilíngue • Tecnologia em Secretariado Executivo Trilíngue • Tradutor e Intérprete com Habilitação em Português
LEGISLAÇÃO DE MERCADO	• Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Finanças e Controladoria • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração de Empresas • Ciências Jurídicas • Ciências Jurídicas e Sociais • Direito
MARKETING DIGITAL E *E-COMMERCE*	• Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação - Habilitação em Gerenciamento de Sistemas e Tecnologias • Ciência(s) da(de) Computação • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual

	• Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 • Propaganda, Publicidade e Criação - Habilitação em Propaganda • Publicidade • Publicidade ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Análise e Projeto de Sistemas • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Design • Tecnologia em Design Digital

	• Tecnologia em Design Gráfico • Tecnologia em Design Gráfico Digital • Tecnologia em Design: Programação Visual • Tecnologia em Gestão da(de) Tecnologia da Informação • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processamento de Dados • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
MARKETING DE RELACIONAMENTO	• Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia

	• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda

	• Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
MARKETING INSTITUCIONAL	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Financeira e Administração Mercadológica • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Rural

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

	• Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão Comercial • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão e Marketing de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial

	• Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
MODELOS DE NEGÓCIOS	• Administração • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • 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 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 Negócios • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Ciências Administrativas • Ciências Econômicas

	• Ciências Econômicas com Ênfase em Comércio Internacional • Ciências Econômicas e Administrativas • Ciências Gerenciais • Ciências Gerenciais e Orçamentárias • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo

	• Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas • Economia • 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 Comercial • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão de Pequenas e Médias Empresas • Tecnologia em Gestão de Serviços e Negócios • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Gestão Pública • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Produção Multimídia • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PESQUISA DE MERCADO	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Financeira e Administração Mercadológica • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Comércio Exterior • Administração - Habilitação em Comércio Internacional • Administração - Habilitação em Empresas Rurais e Cooperativas • Administração - Habilitação em Gestão de Marketing

	• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercadologia • Administração de Empresas • Administração em Marketing • 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 Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

	• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("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 Criação e Produção Publicitária • 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 Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Processos Gerenciais • Tecnologia em Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PLANEJAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) EM MARKETING	• Administração • Administração - Ênfase em Análise de Sistemas • Administração - Habilitação em Administração de Empresas • Administração - Habilitação em Administração Geral • Administração - Habilitação em Administração Geral e de Empresas • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral - Ênfase em Marketing

	• Ciências Administrativas • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais

	• Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("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 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 Produção Publicitária • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing
PLANO DE MARKETING	• Administração - Habilitação em Administração Financeira e Administração Mercadológica • Administração - Habilitação em Gestão de Marketing • Administração - Habilitação em Marketing • Administração - Habilitação em Mercadologia • Administração em Marketing • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia

	• Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda

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

	• Administração - Habilitação em Gestão de Negócios • Administração - Habilitação em Gestão Empresarial e Estratégica • Administração - Habilitação em Marketing • Administração de Empresas • Administração em Marketing • Administração Geral • Administração Geral - Ênfase em Marketing • Comercialização e Mercadologia ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Mercadológica • Comunicação Mercadológica ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Comunicação Social com Habilitação em Cinema • Comunicação Social com Habilitação em Comunicação Visual • Comunicação Social com Habilitação em Design Digital • Comunicação Social com Habilitação em Editoração • Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo • Comunicação Social com Habilitação em Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Midialogia • Comunicação Social com Habilitação em Produção Editorial • Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda

	• Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (Ênfase em Marketing) • Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e Mídias Digitais • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo • Comunicação Social com Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) • Comunicação Social com Habilitação em Rádio e Televisão • 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 ("EII" - Técnico com Formação Pedagógica) • Publicidade e Propaganda • Publicidade, Propaganda e Criação • Publicidade, Propaganda, Criação e Produção • Tecnologia em Administração de Marketing no Varejo • Tecnologia em Criação e Produção Publicitária • Tecnologia em Gestão Comercial • Tecnologia em Gestão de Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial • Tecnologia em Gestão Empresarial - Comércio Exterior

	• Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing • Tecnologia em Gestão Empresarial - Ênfase em Marketing e Comércio Exterior • Tecnologia em Gestão Empresarial - Marketing • Tecnologia em Gestão Mercadológica • Tecnologia em Marketing • Tecnologia em Marketing de Varejo • Tecnologia em Marketing Gerencial • Tecnologia em Publicidade, Propaganda e Marketing

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

Toda Unidade Escolar conta com:

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

CAPÍTULO 9 CERTIFICADOS 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 Médio ou equivalente.

Ao término do primeiro módulo, o aluno fará jus ao Certificado de **Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de AUXILIAR DE MARKETING.**

Ao término dos dois primeiros módulos, o aluno fará jus ao Certificado de **Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING.**

Ao completar os **3** módulos, com aproveitamento em todos os componentes curriculares, o aluno receberá o Diploma de **TÉCNICO EM MARKETING,** pertinente ao Eixo Tecnológico de "**Gestão e Negócios**".

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

PARECER TÉCNICO

Fundamentação Legal: Deliberação CEE n.º 168/2019 e Indicação CEE n.º 177/2019			
Processo Centro Paula Souza n.º		N.º de Cadastro (MEC/CIE)	

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

Razão Social	Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Natureza Jurídica	Autarquia estadual
Representante Legal	Laura M. J. Laganá
Ano de Fundação/Constituição	1969

2. Curso
2.1. Curso: novo, autorizado ou autorizado e em funcionamento.
Curso autorizado e em funcionamento.
2.2. Curso presencial ou na modalidade a distância
Curso presencial.
2.3. ETECs/município que oferecem o curso
2.4. Quantidade de vagas ofertadas
30 a 40 vagas (por turma)
2.5. Período do Curso (matutino/vespertino/noturno)
Noturno.
2.6. Denominação do curso
Habilitação Profissional de Técnico em Marketing
2.7. Eixo Tecnológico
Gestão e Negócios
2.8. Formas de oferta
Concomitante e/ou Subsequente ao Ensino Médio
2.9. Carga Horária Total, incluindo estágio se for o caso.
1200 horas / 1500 horas-aula
3. Análise do Especialista
3.1. Justificativa e Objetivos
A justificativa e objetivos estão de acordo com os dados mais recentes sobre a área e atendem à Indicação CEE 169/2018.
3.2. Requisitos de Acesso
Os requisitos de acesso são adequados aos critérios da instituição educacional.
3.3. Perfil Profissional de Conclusão
O perfil de conclusão proposto para o Curso de Técnico em Marketing está de acordo com a natureza de formação da área na Classificação Brasileira de Ocupações. As competências e atribuições desse profissional estão adequadas ao mercado de trabalho.

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

O **TÉCNICO EM MARKETING** é o profissional que estuda o mercado alvo, 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.

Área de Atuação / Mercado de Trabalho

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

3.4. Organização Curricular

A organização curricular está adequada às funções produtivas pertinentes à formação profissional, conforme o item 2.9 deste parecer, e atendem o previsto no CNCT do Mec.

3.4.1. Proposta de Estágio

O curso não prevê estágio obrigatório para os alunos, em conformidade com as legislações vigentes sobre o tema.

3.5. Critérios de aproveitamento de conhecimentos e de experiências anteriores

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

3.6. Critérios de Avaliação

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

3.7. Instalações e Equipamentos

As instalações e equipamentos estão adequados para o desenvolvimento de competências e de habilidades que constituem o perfil profissional da habilitação, e atendem o previsto no CNCT do Mec.

3.8. Pessoal Docente e Técnico

Os docentes são contratados mediante concurso público ou processo seletivo. O plano de curso indica os requisitos de formação e qualificação, que atendem à Indicação CEE 169/2018, alterada pela Indicação CEE 177/2019.

3.9. Certificado(s) e Diploma

O curso prevê certificações intermediárias, com o que estamos de acordo.

4. Parecer do Especialista

Sou de parecer favorável à reformulação do curso de **Técnico em Marketing** na rede de escolas do Centro Paula Souza, uma vez que a instituição apresenta as condições adequadas e que a proposta de organização curricular está em conformidade com as atuais especificações do mercado de trabalho.

5. Qualificação do Especialista			
5.1. Nome			
Kelly Luana Miranda Rouge Arruda			
RG	42.000.025-2	CPF	316.216.908-90
Registro no Conselho Profissional da Categoria			

5.2. Formação Acadêmica

Graduada em Administração.

Graduada em Engenharia de Produção.

Graduada em Pedagogia.

Pós-graduada em Logística.

Mestrado em Administração MPE's (cursando).

5.3. Experiência Profissional

Transportes Luft Ltda.

CNPJ: 87689402003068

M Consultoria Empresarial em pequenas empresas (desde 2017).

SCHAEFFLER BRASIL (12 anos).

Aurora Eadi (Porto Seco- Logística).

Molas Sueden (compras).

Satturno Telefonia (financeiro).

ETEC Fernando Prestes (14 anos) - Professora e coordenadora de curso, Anhanguera (professora).

Senac (professora)

E-mail: Kmirandaarrudaconsultoria@gmail.com

PORTARIA DE DESIGNAÇÃO DE 18-10-2021

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza designa **Priscila Cristina Paiero**, R.G. 24.174.080-0, **Dário Luiz Martins**, R.G. 24.617.929-6 e **Sebastião Mário dos Santos**, R.G. 4.463.749, para procederem a análise e emitirem aprovação do Plano de Curso da Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**, incluindo as **Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING** e de **AUXILIAR DE MARKETING**, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps.

São Paulo, 18 de outubro de 2021.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO
Coordenador do Ensino Médio e Técnico

APROVAÇÃO DO PLANO DE CURSO

A Supervisão Educacional, supervisão delegada pela Resolução SE nº 78, de 07/11/2008, revogada pela Deliberação CEE 162/2018 e Indicação CEE 169/2018, alteradas pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 177/2019, aprova o Plano de Curso do Eixo Tecnológico de "**Gestão e Negócios**", referente à **Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING**, incluindo as **Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de ASSISTENTE DE MARKETING** e de **AUXILIAR DE MARKETING**, a ser implantada na rede de escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 30-10-2021.

São Paulo, 28 de outubro de 2021.

Priscila Cristina Paiero	**Dário Luiz Martins**	**Sebastião Mário dos Santos**
R.G. 24.174.080-0	**R.G. 24.617.929-6**	**R.G. 4.463.749**
Gestora de Supervisão Pedagógica Substituta	**Gestor de Supervisão Educacional**	**Gestor de Legislação e Informação**
Área da Supervisão Pedagógica		

PORTARIA CETEC Nº 2158, DE 29-10-2021

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico, com fundamento nos termos da Lei Federal 9394, de 20-12-1996 (e suas respectivas atualizações), na Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020, na Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021, 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, na Deliberação CEE 162/2018 e na Indicação CEE 169/2018 (alteradas pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 177/2019) e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, resolve que:

Artigo 1º - Ficam aprovados, nos termos da seção IV-A da Lei 9394/96 e do item 1.4 da Indicação CEE 169/2018, os Planos de Cursos das seguintes Habilitações Profissionais, nos seus respectivos eixos tecnológicos:

I – no Eixo Tecnológico "Ambiente e Saúde": Técnico em Nutrição e Dietética, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Produtos em Serviços de Alimentação.

II – no Eixo Tecnológico "Controle e Processos Industriais":
a) Técnico em Eletroeletrônica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Manutenção Eletroeletrônica;
b) Técnico em Mecânica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Técnico de Processos Industriais.

III – no Eixo Tecnológico "Gestão e Negócios":
a) Técnico em Contabilidade;
b) Técnico em Finanças, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Finanças;
c) **Técnico em Marketing, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Marketing e de Assistente de Marketing;**
d) Técnico em Transações Imobiliárias, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Avaliador Imobiliário.

IV – no Eixo Tecnológico "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 Redes de Computadores, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Instalador e Operador de Redes de Computadores e de Assistente de Implantação de Infraestrutura de Redes de Computadores.

V – no Eixo Tecnológico “Produção Alimentícia”: Técnico em Alimentos, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Operações de Higienização e Qualidade e de Analista de Alimentos.

VI – no Eixo Tecnológico “Produção Cultural e Design”: Técnico em Design Gráfico, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Processos Criativos e de Desenhista de Projetos Visuais.

VII – no Eixo Tecnológico “Turismo, Hospitalidade e Lazer”:

a) Técnico em Gastronomia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Cozinha;
b) Técnico em Guia de Turismo, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Guia de Turismo Regional/SP e Excursão Nacional Brasil/América do Sul.

Artigo 2º - Os cursos referidos no artigo anterior estão autorizados a serem implantados na Rede de Escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 29-10-2021.

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

São Paulo, 28 de outubro de 2021.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO
Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Publicada no DOE de 30-10-2021, Poder Executivo, Seção I, página 76.

Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2305, de 8-6-2022

O Coordenador do Ensino Médio e Técnico, com fundamento nos termos da Lei Federal 9394, de 20-12-1996 (e suas respectivas atualizações), na Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020, na Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021, 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, na Deliberação CEE 207/2022 e na Indicação CEE 215/2022 e, à vista do Parecer da Supervisão Educacional, resolve que:

Artigo 1º - Ficam aprovados, nos termos da seção IV-A da Lei 9394/96 e do item 1.15 da Indicação CEE 215/2022, os Planos de Cursos das seguintes Habilitações Profissionais:

I – No eixo tecnológico de Ambiente e Saúde:

a) Técnico em Agente Comunitário de Saúde;
b) Técnico em Cuidados de Idosos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Enfermagem;
c) Técnico em Enfermagem, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Enfermagem;
d) Técnico em Equipamentos Biomédicos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Equipamentos Biomédicos;
e) Técnico em Farmácia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Farmácia;
f) Técnico em Meio Ambiente, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Meio Ambiente;
g) Técnico em Nutrição e Dietética, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Produtos em Serviços de Alimentação;
h) Técnico em Órteses e Próteses;
i) Técnico em Prótese Dentária, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Prótese Dentária;
j) Técnico em Saúde Bucal, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar em Saúde Bucal.

II – No eixo tecnológico de Controle e Processos Industriais:

a) Técnico em Automação Industrial, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Instrumentação Industrial;
b) Técnico em Eletroeletrônica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Manutenção Eletroeletrônica;
c) Técnico em Eletromecânica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Operador e Reparador de Sistemas Eletromecânicos;
d) Técnico em Eletrônica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Eletrônica;
e) Técnico em Eletrotécnica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Operador e Instalador de Circuitos Elétricos Prediais;
f) Técnico em Manutenção Automotiva, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Manutenção Automotiva e de Assistente Técnico em Manutenção Automotiva;
g) Técnico em Manutenção de Máquinas Pesadas, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Manutenção de Máquinas Pesadas;
h) Técnico em Mecânica, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Técnico de Processos Industriais;
i) Técnico em Mecatrônica, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Mecatrônica e de Assistente Técnico de Mecatrônica;
j) Técnico em Metalurgia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Laboratorista Metalográfico;
k) Técnico em Soldagem, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Técnico em Soldagem.

III – No eixo tecnológico de Desenvolvimento Educacional e Social:

a) Técnico em Arquivo;
b) Técnico em Biblioteconomia;
c) Técnico em Desenvolvimento Comunitário.

IV – No eixo tecnológico de Gestão e Negócios:

a) Técnico em Administração, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar Administrativo e de Assistente Administrativo;
b) Técnico em Comércio, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Comercial;

c) Técnico em Comércio Exterior, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Comércio Exterior;
d) Técnico em Contabilidade;
e) Técnico em Finanças, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Finanças;
f) Técnico em Logística, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Logística de Assistente de Logística;
g) Técnico em Marketing, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Marketing e de Assistente de Marketing;
h) Técnico em Secretariado, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Secretaria e de Assessor Empresarial e de Eventos;
i) Técnico em Seguros, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Seguros;
j) Técnico em Serviços Jurídicos;
k) Técnico em Serviços Públicos;
l) Técnico em Transações Imobiliárias, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Avaliador Imobiliário.

V – 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, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Suporte em Computadores e de Auxiliar de Suporte em Informática;
c) 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;
d) Técnico em Manutenção e Suporte em Informática, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Informática e de Auxiliar em Manutenção e Suporte em Informática;
e) Técnico em Programação de Jogos Digitais, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar em Tratamento de Imagens e Documentação de Jogos Digitais e de Programador Multimídia;

f) Técnico em Redes de Computadores, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Instalador e Operador de Redes de Computadores e de Assistente de Implantação de Infraestrutura de Redes de Computadores.
g) Técnico em Telecomunicações, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente Técnico em Telecomunicações.

VI – No eixo tecnológico de Infraestrutura:

a) Técnico em Agrimensura, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Campo e de Operador de Instrumentos Topográficos;
b) Técnico em Desenho de Construção Civil, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico de Projetos de Construção Civil;
c) Técnico em Edificações, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Desenhista em Edificações;
d) Técnico em Estradas, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Laboratorista de Obras de Pavimentação;
e) Técnico em Hidrologia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico de Hidrologia;
f) Técnico em Portos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Processos Portuários;
g) Técnico em Saneamento, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Laboratorista de Saneamento e de Laboratorista de Saneamento e Controle Ambiental;
h) Técnico em Transporte Metroferroviário, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Agente Operacional de Transporte Metroferroviário;
i) Técnico em Transporte Rodoviário, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Agente Operacional de Transporte Rodoviário.

VII – No eixo tecnológico de Produção Alimentícia:

a) Técnico em Agroindústria, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Agente Técnico em Processamento de Produtos de Origem Animal;
b) Técnico em Panificação, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar nos Processos de Panificação e de Supervisor de Produção na Indústria de Panificação;

c) Técnico em Viticultura e Enologia, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Analista da Qualidade de Produtos Derivados da Uva e do Vinho e de Operador de Processos de Vinificação.

VIII – No eixo tecnológico de Produção Cultural e Design:

a) Técnico em Canto;
b) Técnico em Dança;
c) Técnico em Design de Interiores, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Desenhista Copista e de Desenhista Projetista;
d) Técnico em Design de Móveis;
e) Técnico em Design Gráfico, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Processos Criativos e de Desenhista de Projetos Visuais;
f) Técnico em Fabricação de Instrumentos Musicais;
g) Técnico em Instrumento Musical;
h) Técnico em Modelagem do Vestuário, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Confecção e de Desenhista Técnico de Produto de Moda;
i) Técnico em Multimídia, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Projetos Multimídia e de Editor de Projetos Multimídia;
j) Técnico em Museologia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Mediador em Museus;
k) Técnico em Processos Fotográficos, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar Fotográfico e de Assistente Fotográfico;
l) Técnico em Produção de Áudio e Vídeo, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Assistente de Produção em Áudio e Vídeo e de Editor de Som e de Imagem;
m) Técnico em Regência;
n) Técnico em Teatro.

IX – No eixo tecnológico de Produção Industrial:

a) Técnico em Açúcar e Álcool, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar em Processos de Produção de Açúcar e Álcool;
b) Técnico em Biotecnologia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Laboratório em Biotecnologia;

c) Técnico em Celulose e Papel, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Laboratório de Celulose e Papel;
d) Técnico em Curtimento, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Agente em Processamento de Peles;
e) Técnico em Móveis, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Operacional em Fabricação de Móveis;
f) Técnico em Química, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Laboratório Químico;
g) Técnico em Vestuário, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar de Confecção e de Desenhista Técnico de Vestuário.
h) Técnico em Vidro, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Vidro.

X – No eixo tecnológico de Recursos Naturais:

a) Técnico em Agricultura, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Agente de Processamento de Produtos Agropecuários;
b) Técnico em Agroecologia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Agroecologia;
c) Técnico em Agronegócio, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar em Supervisão de Produção Agropecuária;
d) Técnico em Cafeicultura, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Supervisor de Produção em Cafeicultura;
e) Técnico em Florestas, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Florestas;
f) Técnico em Mineração, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Auxiliar em Pesquisa Mineral e de Auxiliar em Lavra de Minas;
g) Técnico em Zootecnia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Veterinário.

XI – No eixo tecnológico de Segurança:

a) Técnico em Segurança do Trabalho, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar Técnico em Segurança do Trabalho.

XII – No eixo tecnológico de Turismo, Hospitalidade e Lazer:

a) Técnico em Agenciamento de Viagem, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Assistente de Serviços Turísticos, de Promotor de Produtos Turísticos, de Guia de Turismo Regional/SP e de Guia de Turismo Excursão Nacional – Brasil/América Do Sul;
b) Técnico em Eventos, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Recepcionista de Eventos;
c) Técnico em Gastronomia, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Cozinha;
d) Técnico em Guia de Turismo, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Guia de Turismo Regional/SP e Excursão Nacional Brasil/América do Sul.
e) Técnico em Hospedagem, incluindo as Qualificações Profissionais Técnicas de Nível Médio de Recepcionista em Meios de Hospedagem e de Assistente de Governança;
f) Técnico em Lazer, incluindo a Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Auxiliar de Lazer e Recreação.
g) Técnico em Serviços de Restaurante e Bar.

Artigo 2º – Os cursos referidos no artigo anterior estão autorizados a serem implantados na Rede de Escolas do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, a partir de 8-6-2022.

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

São Paulo, 08 de junho de 2022.

ALMÉRIO MELQUÍADES DE ARAÚJO

Coordenador do Ensino Médio e Técnico

Publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo de 9-6-2022 – Poder Executivo – Seção I – páginas 57

ANEXO I – MATRIZES CURRICULARES ANTERIORES

MATRIZ CURRICULAR

Eixo Tecnológico	**GESTÃO E NEGÓCIOS**	**Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING**	**Plano de Curso**	**583**

Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Deliberação CEE 162/2018 e Indicação CEE 169/2018 (alteradas pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 177/2019). Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2158, de 29-10-2021, publicada no Diário Oficial de 30-10-2021 – Poder Executivo – Seção I – página 76.

MÓDULO I				**MÓDULO II**				**MÓDULO III**			
Componentes Curriculares	**Carga Horária (Horas-aula)**			**Componentes Curriculares**	**Carga Horária (Horas-aula)**			**Componentes Curriculares**	**Carga Horária (Horas-aula)**		
	Teoria	**Prática**	**Total**		**Teoria**	**Prática**	**Total**		**Teoria**	**Prática**	**Total**
I.1 – Introdução ao Marketing	100	00	100	**II.1 –** Estratégias de Marketing	100	00	100	**III.1 –** Canais de Distribuição	40	00	40
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	100	100	**II.2 –** Informática Aplicada ao Marketing	00	100	100	**III.2 –** Marketing Institucional	60	00	60
I.3 – Comportamento do Consumidor	60	00	60	**II.3 –** Promoção de Vendas e *Merchandising*	60	00	60	**III.3 –** Plano de Marketing	00	100	100
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	00	100	**II.4 –** Modelos de Negócios	00	100	100	**III.4 –** Marketing de Relacionamento	60	00	60
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	60	60	**II.5 –** Administração Financeira Aplicada ao Marketing	60	00	60	**III.5 –** Espanhol Instrumental	40	00	40
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	40	00	40	**II.6 –** Inglês Instrumental	40	00	40	**III.6 –** Marketing Digital e *E-Commerce*	00	100	100
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	40	00	40	**II.7 –** Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	40	00	40	**III.7 –** Legislação de Mercado	40	00	40
								III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	60	60
TOTAL	**340**	**160**	**500**	**TOTAL**	**300**	**200**	**500**	**TOTAL**	**240**	**260**	**500**

MÓDULO I Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**	**MÓDULOS I + II** Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**	**MÓDULOS I + II + III** Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**

Total da Carga Horária Teórica	880 horas-aula	**Trabalho de Conclusão de Curso**	120 horas
Total da Carga Horária Prática	620 horas-aula	**Estágio Supervisionado**	Este curso não requer Estágio Supervisionado.
Observação	A carga horária descrita como **prática** é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.		

MATRIZ CURRICULAR

Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING (2,5)	Plano de Curso	583

Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Deliberação CEE 162/2018 e Indicação CEE 169/2018 (alteradas pela Deliberação CEE 168/2019 e Indicação CEE 177/2019). Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2158, de 29-10-2021, publicada no Diário Oficial de 30-10-2021 – Poder Executivo – Seção I – página 76.

MÓDULO I				MÓDULO II				MÓDULO III			
Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)		
	Teoria	Prática	Total		Teoria	Prática	Total		Teoria	Prática	Total
I.1 – Introdução ao Marketing	100	00	100	**II.1 –** Estratégias de Marketing	100	00	100	**III.1 –** Canais de Distribuição	50	00	50
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	100	100	**II.2 –** Informática Aplicada ao Marketing	00	100	100	**III.2 –** Marketing Institucional	50	00	50
I.3 – Comportamento do Consumidor	50	00	50	**II.3 –** Promoção de Vendas e *Merchandising*	50	00	50	**III.3 –** Plano de Marketing	00	100	100
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	00	100	**II.4 –** Modelos de Negócios	00	100	100	**III.4 –** Marketing de Relacionamento	50	00	50
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	50	50	**II.5 –** Administração Financeira Aplicada ao Marketing	50	00	50	**III.5 –** Espanhol Instrumental	50	00	50
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	50	00	50	**II.6 –** Inglês Instrumental	50	00	50	**III.6 –** Marketing Digital e *E-Commerce*	00	100	100
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	50	00	50	**II.7 –** Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	50	00	50	**III.7 –** Legislação de Mercado	50	00	50
								III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	50	50
TOTAL	**350**	**150**	**500**	**TOTAL**	**300**	**200**	**500**	**TOTAL**	**250**	**250**	**500**
MÓDULO I Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**				**MÓDULOS I + II** Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**				**MÓDULOS I + II + III** Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**			

Total da Carga Horária Teórica	900 horas-aula	**Trabalho de Conclusão de Curso**	120 horas
Total da Carga Horária Prática	600 horas-aula	**Estágio Supervisionado**	Este curso não requer Estágio Supervisionado.
Observação	A carga horária descrita como **prática** é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.		

ANEXO II – MATRIZES CURRICULARES ATUALIZADAS

MATRIZ CURRICULAR

Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING	Plano de Curso	583

Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Deliberação CEE 207/2022 e Indicação CEE 215/2022. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2305, de 8-6-2022, publicada no Diário Oficial de 9-6-2022 – Poder Executivo – Seção I – página 57.

MÓDULO I – 2º semestre de 2022				MÓDULO II – 1º semestre de 2023				MÓDULO III – 2º semestre de 2023			
Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)		
	Teoria	Prática	Total		Teoria	Prática	Total		Teoria	Prática	Total
I.1 – Introdução ao Marketing	100	00	100	**II.1 –** Estratégias de Marketing	100	00	100	**III.1 –** Canais de Distribuição	40	00	40
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	100	100	**II.2 –** Informática Aplicada ao Marketing	00	100	100	**III.2 –** Marketing Institucional	60	00	60
I.3 – Comportamento do Consumidor	60	00	60	**II.3 –** Promoção de Vendas e *Merchandising*	60	00	60	**III.3 –** Plano de Marketing	00	100	100
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	00	100	**II.4 –** Modelos de Negócios	00	100	100	**III.4 –** Marketing de Relacionamento	60	00	60
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	60	60	**II.5 –** Administração Financeira Aplicada ao Marketing	60	00	60	**III.5 –** Espanhol Instrumental	40	00	40
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	40	00	40	**II.6 –** Inglês Instrumental	40	00	40	**III.6 –** Marketing Digital e *E-Commerce*	00	100	100
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	40	00	40	**II.7 –** Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	40	00	40	**III.7 –** Legislação de Mercado	40	00	40
								III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	60	60
TOTAL	**340**	**160**	**500**	**TOTAL**	**300**	**200**	**500**	**TOTAL**	**240**	**260**	**500**
MÓDULO I Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**				**MÓDULOS I + II** Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**				**MÓDULOS I + II + III** Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**			

Total da Carga Horária Teórica	880 horas-aula	**Trabalho de Conclusão de Curso**	120 horas
Total da Carga Horária Prática	620 horas-aula	**Estágio Supervisionado**	Este curso não requer Estágio Supervisionado.
Observação	A carga horária descrita como **prática** é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.		

MATRIZ CURRICULAR

Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING (2,5)	Plano de Curso	583

Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Deliberação CEE 207/2022 e Indicação CEE 215/2022. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2305, de 8-6-2022, publicada no Diário Oficial de 9-6-2022 – Poder Executivo – Seção I – página 57.

MÓDULO I – 2º semestre de 2022				**MÓDULO II – 1º semestre de 2023**				**MÓDULO III – 2º semestre de 2023**			
Componentes Curriculares	**Carga Horária (Horas-aula)**			**Componentes Curriculares**	**Carga Horária (Horas-aula)**			**Componentes Curriculares**	**Carga Horária (Horas-aula)**		
	Teoria	**Prática**	**Total**		**Teoria**	**Prática**	**Total**		**Teoria**	**Prática**	**Total**
I.1 – Introdução ao Marketing	100	00	100	**II.1 –** Estratégias de Marketing	100	00	100	**III.1 –** Canais de Distribuição	50	00	50
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	100	100	**II.2 –** Informática Aplicada ao Marketing	00	100	100	**III.2 –** Marketing Institucional	50	00	50
I.3 – Comportamento do Consumidor	50	00	50	**II.3 –** Promoção de Vendas e *Merchandising*	50	00	50	**III.3 –** Plano de Marketing	00	100	100
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	00	100	**II.4 –** Modelos de Negócios	00	100	100	**III.4 –** Marketing de Relacionamento	50	00	50
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	50	50	**II.5 –** Administração Financeira Aplicada ao Marketing	50	00	50	**III.5 –** Espanhol Instrumental	50	00	50
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	50	00	50	**II.6 –** Inglês Instrumental	50	00	50	**III.6 –** Marketing Digital e *E-Commerce*	00	100	100
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	50	00	50	**II.7 –** Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	50	00	50	**III.7 –** Legislação de Mercado	50	00	50
								III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	50	50
TOTAL	**350**	**150**	**500**	**TOTAL**	**300**	**200**	**500**	**TOTAL**	**250**	**250**	**500**
MÓDULO I Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**				**MÓDULOS I + II** Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**				**MÓDULOS I + II + III** Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**			

Total da Carga Horária Teórica	900 horas-aula	**Trabalho de Conclusão de Curso**	120 horas
Total da Carga Horária Prática	600 horas-aula	**Estágio Supervisionado**	Este curso não requer Estágio Supervisionado.
Observação	A carga horária descrita como **prática** é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.		

ANEXO III - MATRIZES CURRICULARES COM ATÉ 20% ANP – ATIVIDADES NÃO PRESENCIAIS

MATRIZ CURRICULAR

Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING	Plano de Curso	583

Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Deliberação CEE 207/2022 e Indicação CEE 215/2022. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2305, de 8-6-2022, publicada no Diário Oficial de 9-6-2022 – Poder Executivo – Seção I – página 57.

MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III				
Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)				Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)				Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)			
	Teoria	Prática	ANP	Total		Teoria	Prática	ANP	Total		Teoria	Prática	ANP	Total
I.1 – Introdução ao Marketing	100	00	00	100	**II.1 –** Estratégias de Marketing	100	00	00	100	**III.1 –** Canais de Distribuição	40	00	00	40
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	100	00	100	**II.2 –** Informática Aplicada ao Marketing	00	100	00	100	**III.2 –** Marketing Institucional	60	00	00	60
I.3 – Comportamento do Consumidor	60	00	00	60	**II.3 –** Promoção de Vendas e *Merchandising*	00	00	60	60	**III.3 –** Plano de Marketing	00	100	00	100
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	00	00	100	**II.4 –** Modelos de Negócios	00	100	00	100	**III.4 –** Marketing de Relacionamento	00	00	60	60
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	00	60	60	**II.5 –** Administração Financeira Aplicada ao Marketing	60	00	00	60	**III.5 –** Espanhol Instrumental	40	00	00	40
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	00	00	40	40	**II.6 –** Inglês Instrumental	00	00	40	40	**III.6 –** Marketing Digital e *E-Commerce*	00	100	00	100
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	40	00	00	40	**II.7 –** Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	40	00	00	40	**III.7 –** Legislação de Mercado	00	00	40	40
										III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	60	00	60
TOTAL	**300**	**100**	**100**	**500**	**TOTAL**	**200**	**200**	**100**	**500**	**TOTAL**	**140**	**260**	**100**	**500**

MÓDULO I	MÓDULOS I + II	MÓDULOS I + II + III
Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**	Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**

Total da Carga Horária Teórica (Presencial)	640 horas-aula	**Total da Carga Horária de Atividades Não Presenciais**	300 horas-aula	**Estágio Supervisionado**	Este curso não requer Estágio Supervisionado.
Total da Carga Horária Prática (Presencial)	560 horas-aula	**Trabalho de Conclusão de Curso**	120 horas		

Observações
A carga horária descrita como **prática** é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item "Prática Profissional" do Plano de Curso.
A carga horária descrita como **ANP** (Atividades Não Presenciais) está prevista nos termos Art. 26, § 5º, da Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021.

MATRIZ CURRICULAR

Eixo Tecnológico	GESTÃO E NEGÓCIOS	Habilitação Profissional de TÉCNICO EM MARKETING (2,5)	Plano de Curso	583

Lei Federal 9394, de 20-12-1996; Resolução CNE/CEB 2, de 15-12-2020; Resolução CNE/CP 1, de 5-1-2021; Resolução SE 78, de 7-11-2008; Decreto Federal 5154, de 23-7-2004, alterado pelo Decreto 8.268, de 18-6-2014; Deliberação CEE 207/2022 e Indicação CEE 215/2022. Plano de Curso aprovado pela Portaria do Coordenador do Ensino Médio e Técnico – 2305, de 8-6-2022, publicada no Diário Oficial de 9-6-2022 – Poder Executivo – Seção I – página 57.

MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III				
Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)				Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)				Componentes Curriculares	Carga Horária (Horas-aula)			
	Teoria	Prática	ANP	Total		Teoria	Prática	ANP	Total		Teoria	Prática	ANP	Total
I.1 – Introdução ao Marketing	100	00	00	100	**II.1 –** Estratégias de Marketing	100	00	00	100	**III.1 –** Canais de Distribuição	50	00	00	50
I.2 – Pesquisa de Mercado	00	100	00	100	**II.2 –** Informática Aplicada ao Marketing	00	100	00	100	**III.2 –** Marketing Institucional	50	00	00	50
I.3 – Comportamento do Consumidor	50	00	00	50	**II.3 –** Promoção de Vendas e *Merchandising*	00	00	50	50	**III.3 –** Plano de Marketing	00	100	00	100
I.4 – Comunicação Integrada ao Marketing	100	00	00	100	**II.4 –** Modelos de Negócios	00	100	00	100	**III.4 –** Marketing de Relacionamento	00	00	50	50
I.5 – Aplicativos Informatizados	00	00	50	50	**II.5 –** Administração Financeira Aplicada ao Marketing	50	00	00	50	**III.5 –** Espanhol Instrumental	50	00	00	50
I.6 – Ética e Cidadania Organizacional	00	00	50	50	**II.6 –** Inglês Instrumental	00	00	50	50	**III.6 –** Marketing Digital e *E-Commerce*	00	100	00	100
I.7 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	50	00	00	50	**II.7 –** Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	50	00	00	50	**III.7 –** Legislação de Mercado	00	00	50	50
										III.8 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	00	50	00	50
TOTAL	**300**	**100**	**100**	**500**	**TOTAL**	**200**	**200**	**100**	**500**	**TOTAL**	**150**	**250**	**100**	**500**

MÓDULO I	MÓDULOS I + II	MÓDULOS I + II + III
Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **AUXILIAR DE MARKETING**	Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de **ASSISTENTE DE MARKETING**	Habilitação Profissional de **TÉCNICO EM MARKETING**

Total da Carga Horária Teórica (Presencial)	650 horas-aula	**Total da Carga Horária de Atividades Não Presenciais**	300 horas-aula	**Estágio Supervisionado**	Este curso não requer Estágio Supervisionado.
Total da Carga Horária Prática (Presencial)	550 horas-aula	**Trabalho de Conclusão de Curso**	120 horas		

Observações

A carga horária descrita como **prática** é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item "Prática Profissional" do Plano de Curso.
A carga horária descrita como **ANP** (Atividades Não Presenciais) está prevista nos termos Art. 26, § 5º, da Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021.