

MATRIZ CURRICULAR – 2º SEMESTRE DE 2021							SPdoc – Protocolo (Nº/Ano)		/					
Unidade Escolar	ETEC PARQUE DA JUVENTUDE					Código	159	Município	SÃO PAULO					
Eixo Tecnológico	<b>GESTÃO E NEGÓCIOS</b>					Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING</b> (2,5)				Plano de Curso	<b>150</b>			
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 – 2044, de 31-5-2021, publicada no Diário Oficial de 1-6-2021 – Poder Executivo – Seção I – páginas 49-50.														
MÓDULO I – 2º semestre de 2021				MÓDULO II – 1º semestre de 2022					MÓDULO III – 2º semestre de 2022					
Componentes Curriculares	Tema	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares	Tema	Carga Horária (Horas-aula)			Componentes Curriculares	Tema	Carga Horária (Horas-aula)		
		Teoria	Prática	Total			Teoria	Prática	Total			Teoria	Prática	Total
I.1 – Introdução ao Marketing	1	50	50	100	II.1 – Gestão de Vendas II	2	00	50	50	III.1 – Canais de distribuição	2	50	00	50
I.2 – Legislação de Mercado	1	50	00	50	II.2 – Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica	3	00	50	50	III.2 – Marketing Institucional	3	50	50	100
I.3 – Comunicação Mercadológica	1	50	00	50	II.3 – Inglês Instrumental I	4	50	00	50	III.3 – Empreendedorismo	2	00	50	50
I.4 – Comportamento do Consumidor	1	50	00	50	II.4 – Linguagem, Trabalho e Tecnologia	4	50	00	50	III.4 – Plano de Comunicação	3	50	50	100
I.5 – Aplicativos Informatizados	4	00	50	50	II.5 – Espanhol Instrumental I	4	50	00	50	III.5 – Ética e Cidadania Organizacional	4	50	00	50
I.6 – Gestão de Vendas I	2	50	50	100	II.6 – Estratégias de Marketing	2	50	50	100	III.6 – Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	2	00	50	50
I.7 – Pesquisa de Mercado	2	00	50	50	II.7 – Informática Aplicada ao Marketing	3	00	100	100	III.7 – Espanhol instrumental II	4	50	00	50
I.8 – Administração financeira	2	50	00	50	II.8 – Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing	2	50	00	50	III.8 – Inglês Instrumental II	4	50	00	50
<b>TOTAL</b>		<b>300</b>	<b>200</b>	<b>500</b>	<b>TOTAL</b>		<b>250</b>	<b>250</b>	<b>500</b>	<b>TOTAL</b>		<b>300</b>	<b>200</b>	<b>500</b>
<b>MÓDULO I SEM CERTIFICAÇÃO TÉCNICA</b>				<b>MÓDULOS I + II</b> Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de <b>ASSISTENTE DE VENDAS</b>					<b>MÓDULOS I + II + III</b> Habilitação Profissional de <b>TÉCNICO EM MARKETING</b>					
<b>LEGENDA DOS TEMAS E SUA RELAÇÃO COM AS FUNÇÕES (DESCRIÇÃO NO VERSO)</b>														
TEMA 1 – DESENVOLVIMENTO DE FERRAMENTAS MERCADOLÓGICAS (Planejamento)						TEMA 3 – ELABORAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E MERCADOLÓGICA (Planejamento e Execução)								
TEMA 2 – CONCEPÇÃO DE PLANOS, ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE MARKETING (Planejamento e Controle)						TEMA 4 – TEMAS TRANSVERSAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROFISSIONAL E INSTRUMENTAL DA ÁREA (Planejamento)								
Data: ____/____/____						Homologação: ____/____/____								
DIRETOR DE ETEC (Assinatura e carimbo)						SUPERVISOR EDUCACIONAL (Assinatura e carimbo)								

TEMA	FUNÇÃO	DESCRIÇÃO DOS TEMAS EM RELAÇÃO AO TRATAMENTO NOS COMPONENTES CURRICULARES
<b>TEMA 1 – DESENVOLVIMENTO DE FERRAMENTAS MERCADOLÓGICAS</b>	Planejamento	Componentes curriculares voltados para conceitos elementares e contextualização das variáveis que interferem no planejamento de marketing, tais como: ferramentas de comunicação e de planejamento de marketing; normas, legislações e regulamentos; segmentação de mercado com base em tendências de consumo.
<b>TEMA 2 – CONCEPÇÃO DE PLANOS, ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE MARKETING</b>	Planejamento e Controle	Componentes curriculares voltados para o conceito e a aplicação de técnicas e ferramentas que resultam em planos, na formulação de estratégias e no desenvolvimento e controle de ações de marketing, tais como: caracterização dos tipos de comércio e mercados consumidores; elaboração de pesquisas de mercado; estudo e aplicação de estratégias de marketing; desenvolvimento de projetos e modelos de negócio.
<b>TEMA 3 – ELABORAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E MERCADOLÓGICA</b>	Planejamento e Execução	Componentes curriculares voltados para o desenvolvimento de conceitos e a criação de peças de comunicação mercadológica e institucional, tais como identificação e caracterização dos objetivos de comunicação, elaboração e gerenciamento do plano de comunicação; criação e tratamento de peças de comunicação com o uso de aplicativos informatizados.
<b>TEMA 4 – TEMAS TRANSVERSAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROFISSIONAL E INSTRUMENTAL DA ÁREA</b>	Planejamento	Componentes curriculares voltados para instrumentalizar o aluno no cumprimento da jornada curricular e, principalmente, desenvolver competências diferenciadas de convívio no mundo trabalho, trabalho em equipe e empreendedoras, transformando-o num profissional capaz de agir de acordo com a ética profissional, de se expressar oralmente e por escrito, de operar recursos de informática, de valorizar o trabalho coletivo, de desenvolver postura profissional e de planejar, executar, e gerenciar e desenvolver projetos.
<b>OBSERVAÇÕES</b>		
<b>Total da Carga Horária Teórica</b>	850 horas-aula	<b>Trabalho de Conclusão de Curso</b> 120 horas
<b>Total de Carga Horária Prática</b>	650 horas-aula	<b>Estágio Supervisionado</b> Este curso não requer Estágio Supervisionado
<b>Definição de carga horária prática</b>	A carga horária descrita como <b>prática</b> é aquela com possibilidade de divisão de classes em turmas, conforme o item 4.8 do Plano de Curso.	
<b>Definição de função</b>	Conjunto de ações orientadas para uma mesma finalidade produtiva, para grandes atribuições, etapas significativas e específicas. São as grandes funções: planejamento, execução e controle. Fonte: ARAÚJO, Almério M., DEMAI, Fernanda M., PRATA, Marcio. <b>Missão, Concepções e Práticas do Grupo de Formulação e Análises Curriculares (Gfac): Uma Síntese do Laboratório de Currículo do Centro Paula Souza.</b> Disponível em: < <a href="http://www.cpscetec.com.br/cpscetec/arquivos/2014/missao.pdf">http://www.cpscetec.com.br/cpscetec/arquivos/2014/missao.pdf</a> >. Acesso em: 13 mar. 2018.	
<b>Observações sobre os temas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Um tema pode estar relacionado a uma ou mais funções.</li> <li>Considera-se a função predominante, em relação às atribuições, atividades, competências habilidades e bases tecnológicas, sistematizadas em forma de componente curricular.</li> <li>Os temas afins perpassam os módulos e podem ser utilizados para o desenvolvimento de projetos no interior de um módulo ao longo do curso/certificação intermediária.</li> </ol>	
<b>FONTES PARA CONSULTA DAS CERTIFICAÇÕES INTERMEDIÁRIAS</b>		
<b>ASSISTENTE DE VENDAS</b>	CBO – Classificação Brasileira de Ocupações (Ministério do Trabalho, 2002): <b>3541 – Especialistas em promoção de produtos e vendas</b> <b>3541-25 – Assistente de vendas</b> <b>3541-35 – Técnico de vendas:</b> Representante técnico de vendas	