

Escola Técnica Estadual SEBRAE
AL NOTHMANN, 598 - CAMPOS ELÍSEOS - São Paulo - 01.216-000
ATO DE CRIAÇÃO - 60.100 de 27/01/14

HISTÓRICO ESCOLAR
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL TÉCNICA DE NÍVEL MÉDIO
EIXO TECNOLÓGICO GESTÃO E NEGÓCIOS
HABILITAÇÃO PROFISSIONAL TÉCNICA DE NÍVEL MÉDIO DE TÉCNICO EM MARKETING
INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO



Plano de Curso Aprovado por Portaria Cetec - 133, de 4-10-2012, publicada no Diário Oficial de 5-10-2012 - Poder Executivo - Seção I - página 39

NOME DO ALUNO: GEOVANA OLIVEIRA TENORIO DE LIMA										RM: 20142738		
RG			Local de Nascimento			Estado		Nacionalidade		Dia	Mes	Ano
509241591 SSP-SP			São Paulo			SP		Brasileira		26	5	1999
LEGISLAÇÃO	ÁREAS DE CONHECIMENTO		COMPONENTES CURRICULARES	Nº de Séries: 03 / Duração das Séries: 40 Semanas								
				1ª série		2ª série		3ª série		CH Total Carga Horária		
				2014		2015		2016				
				Menção	CH	Menção	CH	Menção	CH			
Lei Federal nº 9394/96 Resolução CNE/CEB nº 02/2012 Parecer CNE/CEB nº 12/2011	Base Nacional Comum	Linguagens	Língua Portuguesa e Literatura	MB	160	MB	160	B	160	480		
			Artes	MB	80	—	—	—	—	80		
			Educação Física	MB	80	MB	80	MB	80	240		
		Ciências Humanas	História	MB	80	MB	80	MB	80	240		
			Geografia	B	80	MB	80	B	80	240		
			Filosofia	MB	40	B	40	B	40	120		
		Matemática	Sociologia	MB	40	B	40	B	40	120		
			Matemática	MB	120	MB	120	MB	120	360		
			Ciências da Natureza	Física	MB	80	MB	80	B	80	240	
		Química		B	80	MB	80	MB	80	240		
		Biologia		B	80	MB	80	MB	80	240		
		Total da Carga Horária da Base Nacional Comum				920		840		840	2600	
	Parte Diversificada	Língua Estrangeira Moderna - Inglês		B	80	B	80	MB	80	240		
		Língua Estrangeira Moderna - Espanhol		—	—	B	80	MB	80	160		
				Total da Carga Horária da Parte Diversificada		80		160		160	400	
				Carga Horária Total do Ensino Médio		1000		1000		1000	3000	
	Formação Profissional	Aplicativos Informatizados em Marketing		MB	80					80		
		Comportamento do Consumidor		MB	80					80		
		Comunicação Mercadológica		MB	80					80		
		Gestão de Vendas I		MB	80					80		
		Introdução ao Marketing		MB	120					120		
		Legislação de Mercado		MB	80					80		
		Administração Financeira				MB	80			80		
		Ética e Cidadania Organizacional				MB	40			40		
		Estratégias de Marketing				MB	120			120		
		Gestão de Vendas II				MB	80			80		
		Pesquisa de Mercado				MB	80			80		
		Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica				B	120			120		
		Canais de Distribuição						MB	80	80		
		Empreendedorismo						MB	80	80		
		Marketing Institucional						MB	80	80		
		Plano de Comunicação						B	80	80		
		Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Marketing						MB	80	80		
		Total da Formação Profissional				520		520		400	1440	
	Total Geral do Curso				1520		1520		1400	4440		

ESTE DOCUMENTO NÃO CONTÉM EMENDA NEM RASURA

Sínteses dos Resultados das Avaliações - Regimento Comum das Etecs do Ceeteps

MENÇÕES	CONCEITOS	INDICAÇÃO DE:	DEFINIÇÃO OPERACIONAL
MB	Muito Bom	PROMOÇÃO	Os conceitos indicam o desempenho do aluno no desenvolvimento das competências do componente curricular.
B	Bom		
R	Regular		
I	Insatisfatório	RETENÇÃO	

ESTUDOS REALIZADOS

Escolaridade Apresentada: 1º Grau / Ensino Fundamental ou equivalente

Ano Conclusão	Estabelecimento	Município	Estado
2013	Colégio Mazzo Gimenez	São Paulo	SP

ENSINO MÉDIO

Série	Ano	Estabelecimento	Município	Estado
1	2014	Escola Técnica Estadual SEBRAE	São Paulo	SP
2	2015	Escola Técnica Estadual SEBRAE	São Paulo	SP
3	2016	Escola Técnica Estadual SEBRAE	São Paulo	SP

PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO: síntese das competências obtidas no curso

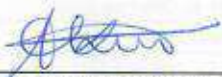
MÓDULO III - Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM MARKETING

1. Analisar e avaliar os ambientes externos e internos.
 2. Analisar e desenvolver textos técnicos e comerciais, de acordo com normas e convenções específicas.
 3. Analisar perfil e comportamento do consumidor.
 4. Atuar respeitando os limites estabelecidos pelas leis e pelo código de ética profissional, bem como as diferenças locais, culturais e sociais.
 5. Avaliar e analisar os dados de pesquisas de mercado para a tomada de decisão.
 6. Comunicar-se oralmente e por escrito na língua inglesa e na língua espanhola, no contexto da área profissional.
 7. Conceber técnicas e ferramentas mercadológicas diferenciadas para atração de clientes/consumidores.
 8. Criar e identificar oportunidades para prática e aplicação da sustentabilidade através das estratégias das empresas.
 9. Criar e produzir variadas estratégias de comunicação com o mercado.
 10. Elaborar e interpretar relatórios financeiros.
 11. Elaborar, aplicar e interpretar pesquisas mercadológicas.
 12. Gerenciar o relacionamento com os clientes, empregando as tecnologias da informação e comunicação.
 13. Identificar a organização e seus processos de comercialização.
 14. Identificar e analisar os efeitos e influências no composto de marketing.
 15. Identificar e interpretar a legislação que regula as atividades de comercialização, tais como as normas referentes aos direitos do consumidor, aos contratos comerciais, às normas de higiene e segurança.
 16. Identificar os parâmetros mercadológicos da nova economia.
 17. Identificar sistema de informação marketing.
 18. Participar na elaboração do plano de marketing.
 19. Pesquisar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades e comercialização no mercado, tais como público-alvo, produto, concorrência, preço, demanda, e ponto de venda.
 20. Planejar e executar projetos acadêmicos com base na natureza e na complexidade das atividades.
 21. Planejar o processo de vendas.
 22. Reconhecer e analisar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisões.
 23. Relacionar as estratégias de marketing com a estratégia empresarial.
 24. Selecionar a mídia adequada correlacionando características e tendências do mercado.
 25. Selecionar e utilizar aplicativos informatizados, a partir da avaliação das necessidades do usuário.
- I. Dominar linguagens (DL): dominar a norma culta da Língua Portuguesa e fazer uso das linguagens matemática, artística e científica e das línguas espanhola e inglesa.
- II. Compreender fenômenos (CF): construir e aplicar conceitos das várias áreas do conhecimento para a compreensão de fenômenos naturais, de processos histórico-geográficos, da produção tecnológica e das manifestações artísticas.
- III. Enfrentar situações-problema (SP): selecionar, organizar, relacionar, interpretar dados e informações representados de diferentes formas, para tomar decisões e enfrentar situações-problema.
- IV. Construir argumentação (CA): relacionar informações, representadas em diferentes formas, e conhecimentos disponíveis em situações concretas, para construir argumentação consistente.
- V. Elaborar propostas (EP): recorrer aos conhecimentos desenvolvidos na escola para elaboração de propostas de intervenção solidária na realidade, respeitando os valores humanos e considerando a diversidade sociocultural.

CERTIFICADO

O Diretor da Escola Técnica Estadual SEBRAE, de acordo com o inciso VI do Artigo 24, da Lei Federal 9394/96, certifica que GEOVANA OLIVEIRA TENORIO DE LIMA, RG 509241591 SSP-SP, concluiu a Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de TÉCNICO EM MARKETING, em 17/12/16, com direito à continuidade de estudos em nível superior.

São Paulo, 21 de fevereiro de 2017


ANA CAROLINA LISBOA MARTINS FERRARI
Diretor de Serviço da Área Acadêmica


IVONE MARCHI LAINETTI RAMOS
Diretor da Escola

RESOLUÇÃO SE No 108/2002, publicada no D.O.E. de 26/06/2002

Nº Registro

Consultar: <http://www.gdae.sp.gov.br/gdae/publica/ConsultaPublica.jsp>