

Escola Técnica Estadual MARTIN LUTHER KING

ENDEREÇO: RUA APUCARANA, Nº 815 - TATUAPÉ - SÃO PAULO/SP - CEP.: 03311-000 - fone: (11) 2091.7465 - email - etemlk@terra.com.br

Ato de Criação: Nº 44.533, de 18/02/1965, publicado no DOE. de 19/02/1965.

HISTÓRICO

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 PELA PORTARIA CETEC Nº 134, DE 4/10/2012, PUBLICADA NO DOE DE 5/10/2012, seção I, página 38.



							RM	2015/217				
Nome do aluno:		BRUNO HENRIQUE GONÇALVES MORAES					RG	53.744.009-4				
NASCIMENTO		LOCALIDADE		Estado		Nacionalidade		Dia	Mês	Ano		
		São Paulo		SP		brasileira		25	agosto	2000		
LEGISLAÇÃO			COMPONENTES CURRICULARES	Nº de séries: 03 / Duração das Séries: 40 Semanas						CH (Total Carga Horária)		
				1ª série		2ª série		3ª série				
				2015		2016		2017				
				Menção	CH	Menção	CH	Menção	CH			
Lei Federal nº 9394/96	Base Nacional Comum	Linguagem, Códigos e suas Tecnologias	Língua Portuguesa e Literatura	B	160	MB	160	MB	160	320		
			Artes	MB	80					80		
			Educação Física	B	80	MB	80	B	80	240		
		Ciências Humanas e Suas Tecnologias	História	B	80	B	80	MB	80	240		
			Geografia	B	80	MB	80	B	80	240		
			Filosofia	MB	40	B	40	MB	40	120		
		Ciências da Natureza, Matemática e suas Tecnologias	Sociologia	MB	40	B	40	MB	40	120		
			Matemática	R	120	B	120	MB	120	360		
			Física	MB	80	MB	80	MB	80	240		
		Química	B	80	B	80	B	80	240			
			Biologia	MB	80	MB	80	B	80	240		
		TOTAL DA CARGA HORÁRIA DA BASE NACIONAL COMUM					920		840		840	2600
		Resolução CNE/CEB nº 02/2012	PARTE	Língua Estrangeira Moderna Inglês	MB	80	B	80	B	80	240	
DIVERSIFICADA	Língua Estrangeira Moderna Espanhol				MB	80	MB	80	160			
TOTAL DA PARTE DIVERSIFICADA					80		160		160	400		
TOTAL DO ENSINO MÉDIO					1000		1000		1000	3000		
Parecer CNE/CEB nº 12/2011	Formação Profissional	Introdução ao Marketing	MB	120					120			
		Legislação de Mercado	MB	80					80			
		Comunicação Mercadológica	MB	80					80			
		Comportamento do Consumidor	MB	80					80			
		Aplicativos Informatizados em Marketing	MB	80					80			
		Gestão de Vendas I e II	MB	80	MB	80			160			
		Ética e Cidadania Organizacional			B	40			40			
		Administração Financeira			MB	80			80			
		Pesquisa de Mercado			MB	80			80			
		Estratégias de Marketing			MB	120			120			
		Técnicas de Informação e Comunicação Mercadológica			MB	120			120			
		Canais de Distribuição					MB	80	80			
		Marketing Institucional					MB	80	80			
		Empreendedorismo					MB	80	80			
		Plano de Comunicação					MB	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		1560		1400	4440		
ESTE DOCUMENTO NÃO CONTÉM EMENDAS NEM RASURA												
SÍNTESE 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: ENSINO FUNDAMENTAL				
Ano de Conclusão	Estabelecimento		Município	Estado
2014	COLÉGIO DRUMMOND		São Paulo	SP
HABILITAÇÃO PROFISSIONAL TÉCNICA DE NÍVEL MÉDIO DE TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO				
Série	Ano	Estabelecimento	Município	Estado
1ª	2015	ETEC 'MARTIN LUTHER KING'	SÃO PAULO	SP
2º	2016	ETEC 'MARTIN LUTHER KING'	SÃO PAULO	SP
3º	2017	ETEC 'MARTIN LUTHER KING'	SÃO PAULO	SP

COMPETÊNCIAS DO PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO DO CURSO:

1ª, 2ª e 3ª séries: TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

1ª Série: Sem certificação técnica

Identificar os parâmetros mercadológicos da nova economia.

Analisar perfil e comportamento do consumidor.

Analisar e avaliar os ambientes externos e internos.

Avaliar e analisar os dados de pesquisas de mercado para a tomada de decisão.

Planejar o processo de vendas.

Reconhecer e analisar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisões.

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.

Conceber técnicas e ferramentas mercadológicas diferenciadas para atração de clientes/consumidores.

Elaborar e interpretar relatórios financeiros.

Elaborar, aplicar e interpretar pesquisas mercadológicas.

1ª e 2ª Série: Qualificação Profissional Técnica de Nível Médio de Assistente de Vendas

Analisar e avaliar os ambientes externos e internos.

Analisar perfil e comportamento do consumidor.

Avaliar e analisar os dados de pesquisas de mercado para a tomada de decisão.

Conceber técnicas e ferramentas mercadológicas diferenciadas para atração de clientes/consumidores.

Elaborar e interpretar relatórios financeiros.

Elaborar, aplicar e interpretar pesquisas mercadológicas.

Gerenciar o relacionamento com os clientes, empregando as tecnologias da informação e comunicação.

Identificar a organização e seus processos de comercialização.

Identificar e analisar, os efeitos e influências no composto de marketing.

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.

Identificar os parâmetros mercadológicos da nova economia.

Identificar sistema de informação marketing.

Participar na elaboração do plano de marketing.

Planejar o processo de vendas.

Reconhecer e analisar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisões.

Relacionar as estratégias de marketing com a estratégia empresarial.

1ª, 2ª e 3ª Série: Habilitação Profissional de Técnico em Marketing Integrado ao Ensino Médio

Analisar e avaliar os ambientes externos e internos.

Analisar e desenvolver textos técnicos e comerciais, de acordo com normas e convenções específicas.

Analisar perfil e comportamento do consumidor.

Atuar respeitando os limites estabelecidos pelas leis e pelo código de ética profissional, bem como as diferenças locais, culturais e sociais.

Avaliar e analisar os dados de pesquisas de mercado para a tomada de decisão.

Comunicar-se oralmente e por escrito nas línguas espanhola e inglesa, no contexto da área profissional.

Conceber técnicas e ferramentas mercadológicas diferenciadas para atração de clientes/consumidores.

Criar e identificar oportunidades para prática e aplicação da sustentabilidade através das estratégias das empresas

Criar e produzir variadas estratégias de comunicação com o mercado

Elaborar e interpretar relatórios financeiros.

Elaborar, aplicar e interpretar pesquisas mercadológicas.

Gerenciar o relacionamento com os clientes, empregando as tecnologias da informação e comunicação.

Identificar a organização e seus processos de comercialização.

Identificar e analisar, os efeitos e influências no composto de marketing.

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.

Identificar os parâmetros mercadológicos da nova economia.

Identificar sistema de informação marketing.

Participar na elaboração do plano de marketing.

Pesquisar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades e comercialização no mercado, tais como público-alvo, produto, concorrência, preço, demanda, e ponto de venda.

Planejar e executar projetos acadêmicos com base na natureza e na complexidade das atividades.

Planejar o processo de vendas.

Reconhecer e analisar o mercado consumidor quanto à expectativa de demanda do produto ou serviço para tomada de decisões.

Relacionar as estratégias de marketing com a estratégia empresarial.

Selecionar a mídia adequada correlacionando características e tendências do mercado.

Selecionar e utilizar aplicativos informatizados, a partir da avaliação das necessidades do usuário.

Competências gerais do ENEM (Matriz de Referência para o Exame Nacional do Ensino Médio)

Eixos cognitivos (comuns a todas as áreas de conhecimento)

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.

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.

Enfrentar situações-problema (SP): selecionar, organizar, relacionar, interpretar dados e informações representados de diferentes formas, para tomar decisões e enfrentar

situações-problema.

Construir argumentação (CA): relacionar informações, representadas em diferentes formas, e conhecimentos disponíveis em situações concretas, para construir argumentação consistente.

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.

OBS.: 0

C E R T I F I C A D O

O Diretor da ETEC MARTIN LUTHER KING, de acordo com o inciso VII do Artigo 24 da Lei Federal 9394/96, **CERTIFICA** que:

BRUNO HENRIQUE GONÇALVES MORAES

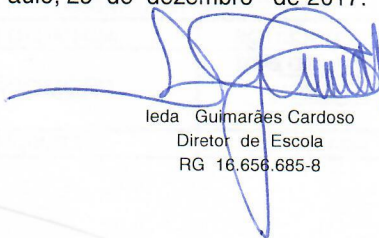
RG. 53.744.009-4 CONCLUIU A

HABILITAÇÃO PROFISSIONAL TÉCNICA DE NÍVEL MÉDIO DE TÉCNICO EM MARKETING INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

em: **22/12/2017**, com direito à continuidade de estudos em nível superior.

São Paulo, 29 de dezembro de 2017.


Gráziela D'Avella Napolitano
Diretor de Serviços da Área Acadêmica
RG 26.179.866-2


Ieda Guimarães Cardoso
Diretor de Escola
RG 16.656.685-8

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

Nº REGISTRO/Nº VISTO CONFERE:

www.gdae.sp.gov.br/gdae/publica/ConsultaPublica.jsp