

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Curso: Técnico em Marketing

Pesquisador: Rafael Montanhini Soares de Oliveira

Sugestão de carga horária: 805 horas

PERFIL TÉCNICO-PROFISSIONAL	COMPETÊNCIA COMPORTAMENTAL-ATITUDINAL	COMPETÊNCIA TÉCNICA-COGNITIVA	HABILIDADES	BASES TECNOLÓGICAS	EMENTAS
<p>O Técnico em <i>Marketing</i> é o profissional que conhece as tecnologias organizacionais, as técnicas de comercialização, as ferramentas de informática, as estratégias de <i>marketing</i> e a viabilidade econômica do mercado. Que planeja, organiza, dirige, controla, avalia e gerencia os aspectos relacionados à logística, às finanças e à relações interpessoais compreendidas em organizações de todos os portes e ramos de atuação. Observa a legislação e a ética de sua profissão, tem iniciativa empreendedora, responsabilidade social e ambiental, com domínio do saber-saber, saber-fazer, saber-ser e do saber conviver. Facilita o acesso e a disseminação do conhecimento na área de Gestão e Negócios, com visão humanística crítica e consistente sobre o impacto de sua atuação profissional na sociedade. É profissional com competência para gerir seu próprio negócio ou de terceiros, atuando nas empresas públicas e/ou privadas dos diversos setores da economia, com capacidade de motivar equipes de trabalho.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Usa diferentes possibilidades de aprendizagem mediada por tecnologias no contexto do processo produtivo e da sociedade do conhecimento, desenvolvendo e aprimorando autonomia intelectual, pensamento crítico, espírito investigativo e criativo.• Atua social e profissionalmente de forma ética.• Entende e valoriza a leitura como objeto cultural que promove a inserção no mundo do trabalho.• Valoriza e respeita as variações linguísticas, compreendendo-as na dimensão histórico-cultural.• Valoriza a língua como marca identitária dos sujeitos e como objeto que possibilita a interação dos indivíduos nas organizações.• Revela atitude criativa e empreendedora frente à gestão.• Possui visão humanística crítica e consistente sobre o impacto de sua atuação profissional na sociedade.• Revela atitude de boas relações humanas na sociedade.• Demonstra atitude de iniciativa, organização, liderança, autonomia e interesse pela obtenção de novo conhecimento que transforme a realidade.• Valoriza o papel dos indivíduos e das organizações na construção de uma sociedade sustentável.	<ul style="list-style-type: none">• Compreende os conceitos de EaD e suas características básicas.• Conhece e compreende a dinâmica do ambiente virtual e das suas diferentes interfaces.• Compreende a língua portuguesa e suas técnicas de comunicação oral e escrita.• Conhece e diferencia as variantes linguísticas adequadas a cada contexto de situação real de comunicação oral e escrita.• Compreende os conceitos básicos dos cálculos financeiros (juros simples e composto), compreendendo o comportamento do mercado financeiro e de crédito.• Elabora e analisa planejamentos financeiros.• Identifica as opções de investimentos que apresentam maior rentabilidade à organização.• Identifica e interpreta as diretrizes do planejamento estratégico, tático e operacional aplicáveis à gestão organizacional.• Interpreta resultados de estudos de mercado, econômicos ou tecnológicos no processo de gestão.• Compreende a estrutura da empresa e seus diferentes níveis hierárquicos.• Conhece as diversas formas de liderança, motivação e trabalho em	<ul style="list-style-type: none">• Utiliza adequadamente as interfaces do ambiente virtual, sistemas operacionais e aplicativos.• Utiliza o Ambiente Virtual de Ensino-aprendizagem para argumentar, discutir e expressar opiniões com clareza e coerência lógica.• Expressa ideias de forma clara empregando técnicas de comunicação apropriadas a cada situação.• Aplica a variante linguística adequada a cada contexto de situação real de comunicação oral e escrita.• Faz uso apropriado das normas gramaticais da variante em determinado contexto de comunicação.• Realiza cálculos com taxas de juros e descontos simples e composto.• Executa investimentos que agreguem valor ao patrimônio da empresa.• Implanta com criticidade inovações nos processos gerenciais.• Desenha e estrutura o organograma da instituição.• Executa processos administrativos envolvendo: recursos, organização, controle, liderança e resultados.• Aplica os valores e princípios do	<ul style="list-style-type: none">• Modalidade de Educação a Distância (EaD)• Ambiente Virtual de Ensino-Aprendizagem (AVEA)• Sistemas operacionais• Aplicativos• Ferramentas de comunicação• Leitura, interpretação e redação de textos• Variantes da língua no contexto de situação comunicativa• Normas linguísticas• Matemática financeira• Processos e métodos de cálculos de juros• Sistemas de concessão de descontos• Princípios de administração• Modelos de gestão• Processos administrativos• Princípios da ética e do comportamento profissional• Relações interpessoais• Documentos técnicos• Direitos autorais• Políticas, normas e legislações	<p>Ambientação em Educação a Distância (45h) Concepções e legislação em EaD. Ambiente Virtual de Ensino-Aprendizagem. Ferramentas de navegação e busca na Internet. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação.</p> <p>Português Instrumental (60h) Leitura e compreensão de textos da área profissional. Níveis de linguagem e adequação linguística. Comunicação oral e escrita. Gramática aplicada. Redação técnica.</p> <p>Matemática Financeira (45h) Juros simples e composto. Desconto simples e composto. Séries de Pagamento. Análise de investimentos.</p> <p>Fundamentos da Administração (45h) Teoria geral da administração. Funções do administrador. Estruturas organizacionais.</p> <p>Ética Profissional (30h) Fundamentos da ética. Legislação profissional. Código de ética.</p> <p>Metodologia de Pesquisa Técnica e Científica (30h) Normas técnicas da ABNT. Projetos técnicos. Coleta de informações.</p> <p>Responsabilidade Social e Ambiental (30h) Gestão social e ambiental. Políticas ambientais e sociais nas organizações. Desenvolvimento sustentável e crescimento econômico.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Contribui para a construção de organizações socialmente justas, economicamente viáveis e ecologicamente corretas. • Possui visão holística do marketing revelando estar aberto às mudanças de mercado. • Ser ousado sem perder o bom senso. 	<p>equipe, reconhecendo sua importância e influência nas organizações.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avalia as práticas administrativas das organizações. • Conhece modelos de gestão, processo administrativo, normas e leis relacionadas às organizações. • Compreende e diferencia os diversos ambientes organizacionais, suas particularidades, seus princípios e valores, reconhecendo a influência direta na produtividade, na qualidade de vida e nos objetivos da organização. • Identifica os tipos e a estrutura de projeto de pesquisa, artigo científico, relatório técnico-científico. • Identifica e diferencia pesquisa bibliográfica, elementos constitutivos do texto científico de um modo geral (relatórios, artigos, planos de negócio, monografias, TCC e projetos). • Identifica o perfil do consumidor, promovendo a fidelização e a lealdade à marca da empresa. • Conhece os princípios de apresentação pública de trabalho científico. • Identifica oscilações econômicas. • Conhece os fundamentos e princípios da sustentabilidade e responsabilidade social em organizações. • Identifica conflitos e propõe soluções utilizando comportamento assertivo. • Conhece as relações de trabalho na organização. 	<p>comportamento organizacional nos relacionamentos interpessoais melhorando a produtividade, a qualidade de vida e o clima organizacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunica de forma eficiente e clara os resultados de investigações científico-tecnológicas. • Utiliza as normas da ABNT na produção dos textos de acordo com suas especificidades. • Apresenta postura, movimentação e gestos adequados à apresentação dos trabalhos técnico-científicos. • Manuseia de forma adequada recursos audiovisuais. • Implementa indicadores e diagnóstico de gestão social e ambiental para promoção da sustentabilidade. • Executa programas de recrutamento, seleção e treinamento. • Implanta processos para controle de estoques. • Executa projetos de pesquisa. • Auxilia na implementação das diferentes técnicas de venda. • Executa ações avaliativas da situação de mercado. • Elabora estratégias para potencializar clientes. • Auxilia na implementação das diferentes estratégias para viabilização do negócio. • Utiliza sistemas de informações gerenciais para aprimorar o sistema logístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Execução e controle de políticas públicas • Sustentabilidade e meio ambiente • Psicologia das relações aplicada ao trabalho • Ambiente de trabalho • Gestão de pessoas • Organizações sociais: cenário sócio-político-econômico • Liderança e chefia • Práticas administrativas • Áreas de administração: custos e despesas • Controle interno e avaliação de estoques • Formação do preço de venda • Teorias e princípios de vendas • Métodos de trabalho • Características mercadológicas • Perfis do consumidor e tendências de mercado • Atividades de <i>marketing</i> • Segmentos de mercado • Estrutura da economia moeda e inflação • Formação dos preços de venda • Estruturas de mercado • Planejamento estratégico • Processos e serviços logísticos 	<p>Psicologia Comportamental (40h) Ser humano: um ser multidimensional bio-psico e social. Personalidade e processo de subjetivação do homem. O ser humano e o mundo do trabalho. Cultura e Clima Organizacional. O Eu e o Outro nas relações de trabalho. <i>Feedback</i> nas relações interpessoais. Grupos e Equipes de trabalho. Gestão de conflitos.</p> <p>Rotinas Trabalhistas (40h) Gestão baseada em Competências, fundamentos desenvolvimento e estágio atual. Potencialidades profissionais. Procedimentos administrativos de: recrutamento e seleção (R&S), rotinas de Departamento de Pessoal, cargos e salários (C&S), treinamento e desenvolvimento (T&D), plano de carreiras (PC), avaliação de desempenho (AD), benefícios sociais.</p> <p>Controle de Estoque financeiro e da Produção (40h) Custos e despesas. Avaliação de materiais. Sistemas de Custeio. Avaliação de estoque. Ponto de Equilíbrio. Formação do preço de venda e contribuição marginal.</p> <p>Técnicas de Venda (40h) Teoria de vendas. Recrutamento e seleção de vendedores. Planejamento de vendas: Objetivos e Estratégias e Controle da qualidade em vendas. Vendas de indústria para indústria. Venda para o atacado e varejo. Vendas de serviços. Vendas diretas.</p> <p>Comportamento do Consumidor (40h) <i>Marketing</i>. Comportamento do Consumidor e Mercados Consumidores. Fatores Culturais. Fatores Sociais. Alternativas de venda. Compra e Comportamento pós-compra.</p> <p>Economia e Mercado (40h) Conceituação de Economia. Os grandes agregados econômicos. Economia Brasileira. Sistema Financeiro Nacional. Indicadores de Inflação. Problemas</p>
--	---	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Identifica postos de trabalho e o perfil do trabalhador. • Compreende as diferenças entre liderança e chefia. • Avalia a cultura e o contexto social onde está inserido seu público. • Planeja campanhas de divulgação. • Escolhe qual a melhor estratégia de divulgação de acordo com seu consumidor. • Avalia o mercado onde o produto será inserido. • Domina os meios comerciais digitais. • Compreende sistemas de informações para a tomada de decisões. • Identifica e cria estratégias de venda de acordo com a situação mercadológica. • Conhece as principais técnicas de venda. • Conhece os princípios e ferramentas de <i>marketing</i>. • Identifica os diferentes modos do processo produtivo. • Conhece as novas exigências sociais e ambientais nas organizações. • Conhece a importância da gestão e negócios em termos econômicos, ambientais e sociais. • Compreende os principais conceitos e as funções administrativas e as novas tendências de modelos administrativos das organizações. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implanta estratégias de venda em mídia digital. • Aplica métodos estatísticos que mostram o equilíbrio entre a oferta e procura. • Aplica técnicas de criação e inovação em desenvolvimento de projetos e produtos. • Aplica técnicas de vendas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de estoque • Armazenagem, distribuição e transportes • Comunicação na sociedade contemporânea, publicidade e propaganda • Realidade social, econômica, política e cultural • Diferentes mídias • Comércio na Internet • Meio digital • <i>Marketing</i> para Internet • Técnicas empreendedoras • Noções de negócios e oportunidades • Plano de negócios • O comércio e sua estrutura • Diferenças entre os meios de comércio • Tendências nos vários tipos de comércio • Modelos de comercialização • Formas de comunicação • Comportamento do consumidor • Fatores: produto ou serviço, preço, promoção e praça (distribuição) • Estratégias de divulgação • Técnicas do processo criativo 	<p>econômicos fundamentais. Projetos de integralização de associações de negócios. Ponto de equilíbrio operacional. Valor econômico adicionado (VEA). Indicativos de mercado.</p> <p>Logística (40h) Entradas e Processamento de Pedidos. Políticas e Previsão de Estoque. Reposição e classificação dos estoques. Dimensionamento do arranjo físico. Capacidade de armazenagem. Características dos modais de transporte. Responsabilidades do departamento de transportes.</p> <p>Técnicas de Propaganda e Publicidade (40h) Publicidade e propaganda. Tecnologia da comunicação e da informação. A publicidade e o contexto político, social e econômico. A publicidade de vendas e a publicidade institucional. Sistema publicitário: Agências. Anunciantes. Corretores. Veículos e Fornecedores. Agência de publicidade, Departamento de publicidade, Anunciante e Departamento comercial. Veículos de comunicação.</p> <p>E-commerce (40h) Marketing, natureza e alcance. Ambiente de marketing na Internet. Composto de marketing na Internet. Consumidor virtual. Sistema de informações de marketing. <i>Marketing on-line, e-commerce e business</i>. Plano de <i>marketing</i> na Internet. Estratégias de comunicação em marketing.</p> <p>Empreendedorismo (40h) Fundamentos do empreendedorismo. Arranjos produtivos. Plano de negócios. Perfil do empreendedor.</p> <p>Promoção e Vendas (40h) Estratégia e práticas de preços. Tendências e oportunidades para os tipos de comércio. Estratégia de localização do varejo. <i>Layout, design, merchandising</i> de loja e exposição de produtos. Sistemática de exportação e</p>
--	--	--	---	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Compreende o funcionamento dos diversos sistemas de produção, avaliando sua eficiência e eficácia. • Conhece a capacidade produtiva da empresa e os recursos necessários ao processo de produção. • Conhece as principais mídias de divulgação em massa. • Conhece as principais técnicas de divulgação nos meios de comunicação. • Identifica mídias adequadas para divulgação digital. • Cria sites para a promoção de vendas. • Conhece novos sistemas de comércio via Internet. • Conhece os princípios fundamentais da matemática financeira e estatística. • Analisa as demonstrações contábeis. • Conhece dados relacionados ao Mercado Financeiro. • Compreende os fatores de influência no comportamento do consumidor. • Conhece a situação econômica local e mundial. • Cria modelos financeiros que simulem uma nova iniciativa de negócios visando à tomada de decisão. • Cria métodos adequados para distribuição de produtos. • Reconhece as situações e características das oportunidades 			<p>importação: conceitos, operacionalização e práticas. Processo da venda. Instrumentos da venda. Mercado de bens. Trabalho de um vendedor.</p> <p>Canais de Distribuição e Comunicação (40h) Macroambiente (demográfico, econômico, natural, tecnológico, político-legal e sociocultural). Variáveis de produto ou serviço: características, <i>design</i>, qualidade, embalagem, ciclo de vida do produto e outras. Variáveis de comunicação empresarial. Cartazes, <i>design</i> de lojas e seus equipamentos, vitrines e divulgação.</p> <p>Inovação e Criatividade (40h) Conceitos sobre a criatividade. Contextualização do setor de criação. Os processos de criação e desenvolvimento de produtos e peças publicitárias. Processo criativo. Técnicas de criação e defesa de campanha. Os arquétipos e os estereótipos na publicidade. A criação e as novas tecnologias/novas mídias e produtos.</p>
--	--	---	--	--	---

		<p>que geram novos negócios.</p> <ul style="list-style-type: none">• Cria e desenvolve novos produtos e serviços visando a antigos e novos clientes.• Conhece a composição do resultado – lucro ou prejuízo.• Identifica os segmentos de mercado.• Planeja campanhas de venda.• Reconhece as estratégias que facilitam o comércio de produtos.• Identifica o melhor canal de distribuição na relação produto e cliente.• Conhece tendências comerciais locais e mundiais.• Agrega informações que atendam a todas as áreas da empresa em que atua.			
--	--	---	--	--	--