

Plano de Trabalho Docente – 2016

Ensino Técnico

Plano de Curso aprovado pela portaria Cetec nº 148, de 09 /10/ 2012

Etec de TIQUATIRA

Código: **208**

Município: **São Paulo**

Eixo tecnológico: **Produção Cultural e Design**

Habilitação Profissional: **Técnica de nível médio em Comunicação Visual**

Qualificação: **Técnico em Comunicação Visual**

Componente Curricular: **Marketing e Criação Publicitária Aplicados à Comunicação Visual II**

Módulo: **3º**

C.H. Semanal: **2,5**

Professor: **Alessandro Segala Romano**

I – Atribuições e atividades profissionais relativas à qualificação ou à habilitação profissional, que justificam o desenvolvimento das competências previstas nesse componente curricular.

ATRIBUIÇÕES

- Identificar tendências na comunicação visual.
- Executar *layout* e Realizar diagramação para mídias impressas.

ÁREA DE ATIVIDADES

A - CRIAR PROJETO OU PRODUTO DE COMUNICAÇÃO VISUAL

Avaliar ideias ou conceitos propostos.

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

C - ELABORAR PROJETO OU PRODUTO DE COMUNICAÇÃO VISUAL

- Identificar público do produto ou do projeto.
- Identificar necessidade de outros especialistas envolvidos no processo.
- Identificar o problema.

D - REALIZAR PESQUISAS

- Experimentar ideias.
- Manter-se informado sobre a produção corrente.
- Pesquisar literatura específica da área.
- Realizar pesquisas de mercado.

E - DEMONSTRAR COMPETÊNCIAS PESSOAIS

- Ser cordial em suas relações interpessoais.
- Interagir com outras linguagens visuais.
- Manter-se atualizado profissionalmente.
- Perceber as necessidades do cliente.
- Manter-se atualizado a respeito da aplicação de materiais

II – Competências, Habilidades e Bases Tecnológicas do Componente Curricular

Componente Curricular: **MARKETING E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA APLICADOS À COMUNICAÇÃO VISUAL II** Módulo: 3º

Competências	Habilidades	Bases Tecnológicas
<p>1. Desenvolver técnicas de criação publicitária que orientem o desenvolvimento de campanhas.</p> <p>2. Detectar as ferramentas adequadas ao uso do <i>merchandising</i> no projeto de comunicação visual.</p> <p>3. Desenvolveu projeto de comunicação visual adequado às necessidades do mercado para promoção de vendas.</p> <p>4. Acompanhar as inovações do mercado de <i>design</i> e suas projeções futuras para a implantação do projeto de <i>merchandising</i>.</p>	<p>1. Utilizar técnicas que estimulem o potencial criativo para o desenvolvimento do projeto.</p> <p>2. Pesquisar as oportunidades de aplicação de <i>merchandising</i>.</p> <p>3. Selecionar alternativas que possibilitem a criação do projeto de promoção de vendas.</p> <p>4. Aplicar os materiais de ponto de venda de acordo com a implantação do projeto de <i>merchandising</i>.</p>	<p>1. Técnicas de criação publicitária: <i>brainstorming</i>, grupo de discussão e pesquisa de observação</p> <p>2. <i>Merchandising</i>: princípios e aplicações</p> <p>3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos.</p> <p>4. Tipos e características de material de ponto de venda: <i>displays</i>, faixas de gôndola, móveis entre outros</p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

III – Procedimento Didático e Cronograma de Desenvolvimento

Componente Curricular: MARKETING E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA APLICADA À COMUNICAÇÃO VISUAL II

Módulo: 3º

Habilidade	Bases Tecnológicas e Competências*	Procedimentos Didáticos	Cronograma / Dia e Mês
1. Utilizar técnicas que estimulem o potencial criativo para o desenvolvimento do projeto.	1. Técnicas de criação publicitária: <i>brainstorming</i> , grupo de discussão e pesquisa de observação (competência 1)	<p>- Recepção das turmas pela Direção e Coordenação da Etec de Tiquatira (Integração com os alunos ingressantes).</p> <p>- Apresentação do Professor, das Bases Tecnológicas, Competências, habilidades, instrumentos de avaliação, bibliografia utilizada e recomendada e dicas. Pesquisa de Análise diagnóstica da turma com contrato didático explicitando as regras para o componente.</p> <p>Apresentação de Trabalhos já realizados pelos alunos. Retomada ao conceito de Briefing e o processo de criação - ideias. Recuperação de conteúdo.</p>	<p>20/07 a 29/7</p> <p>01/08 a 05/08</p> <p>08/08 a 12/08</p>
1. Utilizar técnicas que estimulem o potencial criativo para o desenvolvimento do projeto.	1. Técnicas de criação publicitária: <i>brainstorming</i> , grupo de discussão e pesquisa de observação (competência 1)	Abrir discussão e retomar ao Marketing na área do Designer. Pesquisa individual em sites de promoção (APROMOCAO, ACHEIPROMOCAO, NETPROMOS) e de brindes (Bríndice e Freshshop).	<p>15/08 a 20/08</p> <p>sábado letivo</p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

<p>1. Utilizar técnicas que estimulem o potencial criativo para o desenvolvimento do projeto.</p>	<p>2. <i>Merchandising</i>: princípios e aplicações</p> <p>4. Tipos e características de material de ponto de venda: <i>displays</i>, faixas de gôndola, móveis entre outros</p>	<p>- Aula Expositiva dialogada: Introdução ao Ponto de Venda. Conceitos e Estratégias.</p> <p>- Tempestade Cerebral: Aula Prática com a criação de “ Rough de Display” para Ponto de Venda (PDV – solução para farmácia). Recuperação de conteúdo.</p> <p>- Aula Teórica expositiva: Merchandising. Conceitos e exemplos (Display, régua de gôndola, cartaz, wobblers, stopper e etc).</p> <p>- Tempestade Cerebral: Aula Prática com a criação individual de Display para PDV.</p> <p>- Entrega da atividade individual: Display finalizado e orçamento. Recuperação de conteúdo.</p>	<p>22/08 a 26/08</p> <p>29/08 a 02/09</p> <p>05/09 a 10/09 sábado letivo</p> <p>12/09 a 16/09</p> <p>19/09 a 23/09</p>
<p>1. Utilizar técnicas que estimulem o potencial criativo para o desenvolvimento do projeto.</p>	<p>3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos</p>	<p>- Aula Expositiva Dialogada: Introdução a promoção de vendas. Conceitos e Exemplos</p> <p>- Estudo de Texto: Apresentação da Legislação Promocional Brasileira de 1971. Aula expositiva dialogada: Promoção ao Público Final. Estratégias e conceitos.</p>	<p>26/09 a 30/09</p> <p>03/10 a 07/10 Entrega de menções a secretaria 08/10 – Conselho Classe Letivo Intermediário</p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

<p>3. Selecionar alternativas que possibilitem a criação do projeto de promoção de vendas.</p>	<p>3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos</p>	<p>- Atividade prática Interdisciplinar: Pesquisa e criação Individual de promoções ao público final usando as ferramentas: Brindes, Ação Fidelidade, Degustação, Demonstração, Blitz e Sampling, usando o Cliente do TCC.</p> <p>- Atividade prática Interdisciplinar: Pesquisa e criação Individual de promoções ao público final usando as ferramentas: Concurso, Sorteio, Cupom e Vale Brindes, usando o Cliente do TCC.</p>	<p>10/10 a 14/10</p> <p>17/10 a 21/10</p>
<p>3. Selecionar alternativas que possibilitem a criação do projeto de promoção de vendas.</p>	<p>3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos</p>	<p>- Apresentação de Estrutura para Manual Promocional, que será desenvolvido com base no Cliente do TCC. Aula Expositiva: Promoção ao Público Interno: Estratégias.</p> <p>- Tempestade Cerebral: Atividade prática Interdisciplinar: Pesquisa e criação em grupo de promoções ao público Interno.</p>	<p>24/10 a 27/10</p> <p>03/11 a 04/11</p>
<p>3. Selecionar alternativas que possibilitem a criação do projeto de promoção de vendas.</p>	<p>3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos.</p> <p>4. Tipos e características de material de ponto de venda: <i>displays</i>, faixas de gôndola, móveis entre outros</p>	<p>Semana Tecnológica</p> <p>- Tempestade Cerebral: Atividade prática Interdisciplinar: Pesquisa e criação em grupo de promoções ao público Intermediário (Influenciador)</p> <p>- Recuperação contínua. Atendimento aos grupos orientando-os quanto ao desenvolvimento do Manual Promocional para o TCC.</p>	<p>07/11 a 11/11</p> <p>16/11 a 18/11</p> <p>21/11 a 25/11</p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

<p>2. Pesquisar as oportunidades de aplicação de <i>merchandising</i>.</p> <p>4. Aplicar os materiais de ponto de venda de acordo com a implantação do projeto de <i>merchandising</i>.</p>	<p>2. <i>Merchandising</i>: princípios e aplicações</p> <p>4. Tipos e características de material de ponto de venda: <i>displays</i>, faixas de gôndola, móveis entre outros</p>	<p>Portifólio: Entrega em Grupo do Manual Promocional (Impresso e Digital). Recuperação de conteúdo. Apresentação de TCCs</p>	<p>28/11 a 02/12</p>
<p>3. Selecionar alternativas que possibilitem a criação do projeto de promoção de vendas.</p>	<p>3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos.</p> <p>4. Tipos e características de material de ponto de venda: <i>displays</i>, faixas de gôndola, móveis entre outros</p>	<p>- Feedback aos alunos sobre o desempenho no semestre letivo.</p>	<p>05/12 a 13/12 13/12: Entrega de menções a secretaria 14/12 – Conselho Classe não Letivo Final</p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

IV - Plano de Avaliação de Competências

Componente Curricular: **MARKETING E CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA APLICADA À COMUNICAÇÃO VISUAL II** Módulo: 3º

Competência (por extenso)	Indicadores de Domínio	Instrumento (s) e Procedimentos de Avaliação	Critérios de Desempenho	Evidências de Desempenho
<p>1. Desenvolver técnicas de criação publicitária que orientem o desenvolvimento de campanhas.</p> <p>2. Desenvolver projeto de comunicação visual adequado às necessidades do mercado para promoção de vendas.</p> <p>3. Acompanhar as inovações do mercado de <i>design</i> e suas projeções futuras para a implantação do projeto de <i>merchandising</i>.</p> <p>4. Detectar as ferramentas adequadas ao uso do <i>merchandising</i> no projeto de comunicação visual.</p>	<p>Habilidade 1. Utilizar técnicas que estimulem o potencial criativo para o desenvolvimento do projeto.</p> <p>Base 1. Técnicas de criação publicitária: <i>brainstorming</i>, grupo de discussão e pesquisa de observação</p> <p>Habilidade 3. Selecionar alternativas que possibilitem a criação do projeto de promoção de vendas. 4. Aplicar os materiais de ponto de venda de acordo com a implantação do projeto de <i>merchandising</i>.</p> <p>Base 3. Promoção de Vendas: conceitos, tipos e públicos 4. Tipos e características de material de ponto de venda: <i>displays</i>, faixas de gôndola, móveis entre outros</p> <p>Habilidade 2. Pesquisar as oportunidades de aplicação de <i>merchandising</i>.</p> <p>Base 2. <i>Merchandising</i>: princípios e aplicações</p>	<p>Observação Direta: Realiza as atividades propostas em sala de aula. Pontual nas aulas e cumpre com os prazos na entrega de atividades.</p> <p>Atividades realizadas em Sala: Recuperação Contínua. Desenvolve e entrega as atividades realizadas dentro e fora de sala de aula.</p> <p>Entrega do Manual: promocional: Pertinência, qualidade, aplicabilidade, inovação e criação de peças promocionais diferenciadas e atrativas.</p>	<p>Pesquisa problemas, assuntos ou temas para elaboração de projeto ou produto de comunicação visual.</p> <p>Interpreta e aplica os princípios e práticas da área de publicidade e propaganda.</p> <p>Desenvolve técnicas de criação publicitária que orientem o desenvolvimento de campanhas.</p> <p>Desenvolve projetos adequados às necessidades de cliente e do mercado.</p> <p>Desenvolve as atividades em sala, visando à participação, iniciativa, coerência, senso crítico, cooperação, responsabilidade, argumentação, pró-atividade e trabalho em equipe.</p>	<p>Realizou pesquisas, buscou fontes para sustentar o desenvolvimento do projeto.</p> <p>Utilizou todos os recursos e conceitos estudados em sala de aula. Contribuiu com informações e conhecimentos extra sala de aula.</p> <p>Prezou pela qualidade na entrega das atividades.</p> <p>Quebrou paradigmas tanto nos formatos dos materiais promocionais como nos acabamentos e nas ações propostas.</p> <p>Orçamento de campanha não ultrapassou a verba proposta pelo cliente.</p> <p>Entregou as atividades dentro do prazo proposto.</p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

V – Plano de atividades docentes*

Atividades Previstas	Projetos e Ações voltados à redução da Evasão Escolar	Atendimento a alunos por meio de ações e/ou projetos voltados à superação de defasagens de aprendizado ou em processo de Progressão Parcial	Preparo e correção de avaliações	Preparo de material didático	Participação em reuniões com Coordenador de Curso e/ou previstas em Calendário Escolar
Julho				X	X
Agosto		X			
Setembro	X		X		X
Outubro		X			
Novembro			X		X
Dezembro					X

*Assinalar com **X** as atividades que serão desenvolvidas no mês.



Administração Central
Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

VI – Material de Apoio Didático para Aluno (inclusive bibliografia)

Marketing da Promoção e Merchandising.

Luiz Claudio Zenone e Ana Maria Ramos Buaride

Editora Cengage Learning

Vamos as compras – A ciência do consumo

Paco Underhill

Editora Campus

Merchandising no Ponto de Vendas

Regina Blessa

Editora Atlas

Propaganda: Teoria. Técnica e Prática

Armando Sant`Anna, Ismael Rocha Junior e Luiz Fernando Dabul Garcia

Editora Cengage Learning

Referências trazidas pelo Professor: Material UNAMA, Legislação Promocional

VII – Propostas de Integração e/ou Interdisciplinares e/ou Atividades Extra

Neste componente os alunos irão utilizar o Cliente do TCC (Componente de DTCC) para realizar as atividades práticas.

VIII – Estratégias de Recuperação Contínua (para alunos com baixo rendimento/dificuldades de aprendizagem)

Atendimento individualizado aos grupos e se preciso a alunos individualmente, tanto para os exercícios propostos em sala quanto à orientação específica ao manual promocional de TCC. Na constatação de aluno com dificuldade de aprendizagem, será solicitado uma pesquisa individual sobre tipos de promoção e merchandising.

IX – Identificação:

Nome do professor (a): **Alessandro Segala Romano**

Assinatura:

Data: 25/07/2016



CENTRO PAULA SOUZA

GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO

Administração Central
Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

X – Parecer do Coordenador de Área:

- *Consta do Plano de Trabalho Docente as competências definidas para o componente curricular. O uso do livro: FERRACIÚ, João de Simoni Soderini. Marketing Promocional: A Evolução da promoção de vendas. 6ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007, embasará este componente assim como o BRINDICE - Guia de Brindes: disponível em <<http://www.brindice.com.br/>>.*

Nome do coordenador(a): **Alessandro Segala Romano**

Assinatura:

Data: 25 / 07 / 2016

Data e ciência do Coordenador Pedagógico

XI– Replanejamento