

Escola Técnica Estadual Rodrigues de Abreu - 135
ATO DE CRIAÇÃO - Decreto n.º 50.625 de 30/03/06
Rua Virgílio Malta, 12-70 Centro CEP: 17015-220 Fone: (14) 31046900 - Bauru-SP

Plano de Trabalho Docente - PTD

Etec/CD: Escola Técnica Estadual Rodrigues de Abreu

Curso: Téc. Administração

Turno: Noite

Série/Módulo: 1A

Componente Curricular: Ações Estratégicas de Marketing

Docente: MARIA CATARINA JORDÃO DOS SANTOS

Plano Didático

1º semestre - 1º Bimestre (de 09/02/2026 até 29/04/2026)

Etapa 1: de 09/02/2026 até 24/02/2026
Competência(s) 1. Correlacionar os conceitos de Marketing às demandas de mercado
Habilidade(s) 1.1 Identificar os conceitos de Marketing.
Base(s) 1. Introdução ao Marketing
Procedimentos Didáticos Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas. Competências socioemocionais: 5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes. 9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.
Instr. Avaliação Observação Direta (Coerência/Coesão, Compreensão, Comunicabilidade)
Etapa 2: de 25/02/2026 até 12/03/2026
Competência(s) 1. Correlacionar os conceitos de Marketing às demandas de mercado
Habilidade(s) 1.1 Identificar os conceitos de Marketing.
Base(s) Introdução ao Marketing: Aspectos conceituais e evolução; Estrutura de departamentos de Marketing
Procedimentos Didáticos Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas. Competências socioemocionais: 5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes. 9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.
Instr. Avaliação Participação em Aula (Coerência/Coesão, Organização, Relacionamento de Conceitos)
Etapa 3: de 13/03/2026 até 27/03/2026
Competência(s) 1. Correlacionar os conceitos de Marketing às demandas de mercado.
Habilidade(s) 1.1 Identificar os conceitos de Marketing. 1.2 Identificar o Mix de Marketing e suas características.
Base(s) 2. Mix de marketing - 4Ps: Produto; Preço;
Procedimentos Didáticos Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas. Competências socioemocionais: 5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes. 9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.

Plano de Trabalho Docente - PTD

1º semestre - 1º Bimestre (de 09/02/2026 até 29/04/2026)

Instr. Avaliação
Lista de Exercícios (Coerência/Coesão, Objetividade, Relacionamento de Conceitos)
Etapa 4: de 30/03/2026 até 14/04/2026
Competência(s)
1. Correlacionar os conceitos de Marketing à demandas de mercado.
Habilidade(s)
1.2 Identificar o Mix de Marketing e suas características.
1.3 Selecionar ferramentas adequadas às ações de marketing
Base(s)
2. Mix de marketing - 4Ps
Praça;
Promoção.
Procedimentos Didáticos
Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas.
Competências socioemocionais:
5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.
Instr. Avaliação
Avaliação Escrita (Coerência/Coesão, Criatividade na Resolução de Problemas, Relacionamento de Conceitos)
Etapa 5: de 15/04/2026 até 29/04/2026
Competência(s)
1. Correlacionar os conceitos de Marketing à demandas de mercado.
2. Analisar os componentes mercadológicos e sua aplicabilidade.
Habilidade(s)
1.3 Selecionar ferramentas adequadas às ações de marketing
2.1 Identificar as características e variáveis dos ambientes de marketing.
2.2 Identificar as necessidades e os desejo dos clientes.
Base(s)
3. Ambiente de marketing
Análise do micro e macro ambiente;
Noções de variáveis controláveis e incontrolláveis.
Procedimentos Didáticos
Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas.
Competências socioemocionais:
5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.
Instr. Avaliação
Trabalho/Pesquisa (Coerência/Coesão, Organização, Pontualidade e Cumprimento de Prazos)
Estratégias de Recuperação Contínua
Recuperação contínua, com orientação e acompanhamento para novas atividades - estudo para fixação dos conteúdos, trabalho, lista de exercícios, esclarecimento de dúvidas e avaliação.
Material de Apoio Didático
COBRA, Marcos. Administração de Marketing no Brasil. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 3.0: As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano. Rio de Janeiro: Campus, 2010. -
KOTLER, Philip. Marketing de A a Z: 80 Conceitos que Todo Profissional Precisa Saber. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
NEVES, Marcos Fava. Marketing & Exportação. São Paulo: Atlas, 2001.
Propostas de Integração e Interdisciplinaridade
Será proposta interdisciplinaridade com o componente curricular Aplicativos informatizados, onde o professor desta disciplina orientará no desenvolvimento dos trabalhos de pesquisa, quanto a formatação e apresentação em power point.

Plano de Trabalho Docente - PTD

1º semestre - 2º Bimestre (de 04/05/2026 até 07/07/2026)

Etapa 1: de 04/05/2026 até 17/05/2026

Competência(s)

1. Correlacionar os conceitos de Marketing às demandas de mercado.
2. Analisar os componentes mercadológicos e sua aplicabilidade.

Habilidade(s)

- 2.2 Identificar as necessidades e os desejos dos clientes.
- 2.3 Identificar segmentação de mercado.

Base(s)

4. Tipos de mercado:
Mercado consumidor;
Mercado concorrente;
Mercado fornecedor;
B2B, B2C, C2C;

Procedimentos Didáticos

Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas

Competências socioemocionais:

5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.

Instr. Avaliação

Trabalho/Pesquisa (Coerência/Coesão, Pontualidade e Cumprimento de Prazos, Relacionamento de Ideias)

Etapa 2: de 18/05/2026 até 31/05/2026

Competência(s)

1. Correlacionar os conceitos de Marketing à demanda de mercado.
2. Analisar os componentes mercadológicos e sua aplicabilidade.

Habilidade(s)

- 2.2 Identificar as necessidades e os desejos dos clientes.

Base(s)

5. Necessidades, desejos e demandas.
Necessidades primárias e secundárias;
Pirâmide das necessidades de Maslow;
Tipos de demanda.

Procedimentos Didáticos

Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas.

Competências socioemocionais:

5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.

Instr. Avaliação

Participação em Aula (Coerência/Coesão, Cumprimento das Tarefas Individuais, Organização)

Etapa 3: de 01/06/2026 até 14/06/2026

Competência(s)

1. Correlacionar os conceitos de Marketing à demanda de mercado.
2. Analisar os componentes mercadológicos e sua aplicabilidade.

Habilidade(s)

- 2.2 Identificar as necessidades e os desejos dos clientes.

Base(s)

5. Necessidades, desejos e demandas.
Necessidades primárias e secundárias;
Pirâmide das necessidades de Maslow;
Tipos de demanda.

Procedimentos Didáticos

Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas.

Competências socioemocionais:

5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.

Plano de Trabalho Docente - PTD

1º semestre - 2º Bimestre (de 04/05/2026 até 07/07/2026)

Instr. Avaliação
Lista de Exercícios (Coerência/Coesão, Cumprimento das Tarefas Individuais, Relacionamento de Conceitos)
Etapa 4: de 15/06/2026 até 28/06/2026
Competência(s)
2. Analisar os componentes mercadológicos e sua aplicabilidade.
3. Organizar pesquisas mercadológicas.
Habilidade(s)
2.3 Identificar segmentação de mercado.
3.1 Auxiliar em pesquisas de mercado de acordo com os objetivos da organização e para a elaboração do planejamento de marketing
Base(s)
6. Pesquisa de mercado:
Tipos de pesquisa:
qualitativa;
quantitativa.
Tipos de coleta de dados:
primários;
secundários.
Desenvolvimento da pesquisa:
objetivo (s) da pesquisa;
definição dos problemas;
desenvolvimento do Plano de Pesquisa:
tipo e formas de questionários.
análise das informações;
satisfação do cliente.
Procedimentos Didáticos
Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas. proposta para Trabalho de Pesquisa.
Competências socioemocionais:
5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.
Instr. Avaliação
Trabalho/Pesquisa (Coerência/Coesão, Pontualidade e Cumprimento de Prazos, Relacionamento de Conceitos)
Etapa 5: de 29/06/2026 até 07/07/2026
Competência(s)
2. Analisar os componentes mercadológicos e sua aplicabilidade.
3. Organizar pesquisas mercadológicas.
Habilidade(s)
2.3 Identificar segmentação de mercado.
3.1 Auxiliar em pesquisas de mercado de acordo com os objetivos da organização e para a elaboração do planejamento de marketing
3.2 Compilar dados de pesquisa de mercado.
3.3 Consolidar os dados da pesquisa.
Base(s)
7. Indicador de Satisfação do Cliente:NPS
Procedimentos Didáticos
Aula expositiva e dialogada com a utilização de recursos audiovisuais, aplicação de conceitos básicos, esclarecimento de dúvidas. Atividade para fixação do conteúdo abordado em sala de aula. Esclarecimento de dúvidas.
Competências socioemocionais:
5. Evidenciar capacidade de adoção comportamental segundo as circunstâncias do ambiente ou diante de argumentos consistentes.
9. Atuar de forma colaborativa quando do trabalho em equipe.
Instr. Avaliação
Participação em Aula (Coerência/Coesão, Cumprimento das Tarefas Individuais, Relacionamento de Conceitos)
Estratégias de Recuperação Contínua

Plano de Trabalho Docente - PTD

1º semestre - 2º Bimestre (de 04/05/2026 até 07/07/2026)

Recuperação contínua, com orientação e acompanhamento para novas atividades - estudo para fixação dos conteúdos, trabalho, lista de exercícios, esclarecimento de dúvidas e avaliação.

Material de Apoio Didático

COBRA, Marcos. Administração de Marketing no Brasil. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 3.0: As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano. Rio de Janeiro: Campus, 2010. -

KOTLER, Philip. Marketing de A a Z: 80 Conceitos que Todo Profissional Precisa Saber. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

NEVES, Marcos Fava. Marketing & Exportação. São Paulo: Atlas, 2001.

Propostas de Integração e Interdisciplinaridade

Será proposta interdisciplinaridade com o componente curricular Aplicativos informatizados, onde o professor desta disciplina orientará no desenvolvimento dos trabalhos de pesquisa, quanto a formatação e apresentação em power point.

Parecer do Coordenador de Curso:

(11/03/2026) -O PTD está em consonância com o Plano de Curso