

## Plano de Trabalho Docente – 2016

### Ensino Técnico

Plano de Curso nº 246 aprovado pela portaria Cetec nº 181 de 26/09/2013

Etec Paulino Botelho

Código: 091

Município: São Carlos

Eixo Tecnológico: Informação e Comunicação

Habilitação Profissional: Técnico em Programação de Jogos Digitais

Qualificação: Técnico em Programação de Jogos Digitais

Componente Curricular: Comunicação e Marketing para Jogos Digitais

Módulo: III

C. H. Semanal: 2,5

Professora: Sandra Maria Leandro

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

1. Conhecer e pesquisar a evolução, divisão de áreas e estratégias dos negócios na Internet.
2. Aplicar estratégias para o aumento de acesso, na elaboração de conteúdo de páginas para a Internet em sites de jogos eletrônicos.
3. Criar elementos gráficos para divulgação de jogos digitais.
4. Divulgar em diferentes mídias para área de jogos.
5. Divulgar mídia específica promocional para websites.
6. Demonstrar criatividade.

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

**II – Competências, Habilidades e Bases Tecnológicas do Componente Curricular**

**Componente Curricular:** Comunicação e Marketing para Jogos Digitais

**Módulo:** III

Nº	Competências	Nº	Habilidades	Nº	Bases Tecnológicas
1	Identificar as diferentes áreas do marketing, bem como sua importância no desenvolvimento de jogos digitais.	1.1	Atuar, sob orientação, no desenvolvimento do plano estratégico de um produto, já existente ou novo no mercado.	1.	Conceitos de marketing: <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing, natureza e alcance;</li> <li>Orientação de marketing</li> </ul>
2	Planejar, gerenciar os resultados das ações de marketing para jogos digitais, ampliando a área de atuação do produto.	1.2	Assessorar nas decisões e apoiar as ações mercadológicas.	2.	Ambiente de mercado para jogos digitais
3	Desenvolver material infográfico para divulgação e apresentação de jogos eletrônicos.	2.1	Pesquisar as estratégias de lançamento e ações promocionais.	3.	Composto de marketing para jogos digitais: <ul style="list-style-type: none"> <li>Segmentação, identificação e posicionamento de mercado (público alvo);</li> <li>Mix de Marketing (4Ps e 4Cs);</li> <li>Estratégias de comunicação em marketing.</li> </ul>
		2.2	Identificar as oportunidades de negócios disponíveis na área de Jogos Digitais.	4.	Pesquisa e sistema de informações de marketing
		2.3	Medir os resultados das ações de marketing para jogos digitais.	5.	Comunicação e estratégias on-line
		3	Apresentar material promocional para mídia impressa e eletrônica.	6.	Marketing on-line, ecommerce, e-business e social commerce.
				7.	Projeto – Plano de Marketing para Jogo Digital:

---

**Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec**

			<ul style="list-style-type: none"><li>• Identidade visual do jogo e capas ilustrativas (CD, DVD e Box);</li><li>• Campanha publicitária para lançamento (cartaz, folders e divulgação online)</li></ul>
--	--	--	---

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

III – Procedimento Didático e Cronograma de Desenvolvimento

Componente Curricular: **Comunicação e Marketing para Jogos Digitais**

Módulo: III

Habilidade	Bases Tecnológicas	Procedimentos Didáticos	Cronograma / Dia e Mês
<p>Atuar, sob orientação, no desenvolvimento do plano estratégico de um produto, já existente ou novo no mercado.</p> <p>Assessorar nas decisões e apoiar as ações mercadológicas.</p>	<p>Conceitos de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing, natureza e alcance;</li> <li>Orientação de marketing</li> </ul> <p>Ambiente de mercado para jogos digitais</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apresentação e conceito de marketing;</li> <li>Ferramentas de marketing convencionais x virtuais;</li> <li>Estudos de caso</li> <li>Definição e aplicações do e-business.</li> </ul>	<p><b>11 / 02 a 25 / 02</b></p> <p><b>26 / 02 a 03 / 03</b></p> <p><b>04 / 03 a 23 / 03</b></p> <p><b>24 / 03 a 07 / 04</b></p>
<p>Pesquisar as estratégias de lançamento e ações promocionais.</p> <p>Identificar as oportunidades de negócios disponíveis na área de Jogos Digitais.</p> <p>Medir os resultados das ações de marketing para jogos digitais.</p>	<p>Composto de marketing para jogos digitais:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Segmentação, identificação e posicionamento de mercado (público alvo);</li> <li>Mix de Marketing (4Ps e 4Cs);</li> <li>Estratégias de comunicação em marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peculiaridades dos 4 P's do marketing em Jogos e suas ferramentas;</li> <li>Ferramentas freeware para marketing digital</li> <li>Seminários</li> </ul>	<p><b>08/ 04 a 19 / 04</b></p> <p><b>20 / 04 a 01/ 05</b></p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

	Semana Paulo Freire	Simpósios. Relatórios.	<b>02 / 05 a 13 / 05</b>
Apresentar material promocional para mídia impressa e eletrônica.	<p>Pesquisa e sistema de informações de marketing. Comunicação e estratégias on-line</p> <p>Marketing on-line, ecommerce, e-business e social commerce.</p> <p>Projeto – Plano de Marketing para Jogo Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidade visual do jogo e capas ilustrativas (CD, DVD e Box);</li> <li>• Campanha publicitária para lançamento (cartaz, folders e divulgação online)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferramentas e o cruzamento de informações na Internet pelas empresas: desenho dos hábitos e costumes dos internautas.</li> <li>• Ferramentas para gerar logotipos: Logaster, Logo Creator, Online Logo Maker, Free logo Creator, Logotype Maker, CollText, Logo Factory.</li> <li>• Sites desenvolvedores de conteúdo: Wix, Loja2, Webnode e BoxLoja</li> <li>• <i>Feedback</i> do internauta: a mensuração de resultados de ações de marketing via Internet.</li> </ul>	<p><b>14 / 05 a 31 / 05</b></p> <p><b>01 / 06 a 15 / 06</b></p> <p><b>16 / 06 a 23 / 06</b></p> <p><b>24 / 06 a 05 / 07</b></p>

Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec

IV - Plano de Avaliação de Competências

Competência	Indicadores de Domínio	Instrumento(s) e Procedimentos de Avaliação <sup>1</sup>	Critérios de Desempenho	Evidências de Desempenho
<p>Identificar as oportunidades de negócios disponíveis na <i>Internet</i>;</p> <p>Oferecer subsídios para que o meio digital funcione como ferramenta de aproximação e interatividade com o seu público alvo;</p> <p>Planejar, gerenciar os resultados das ações de <i>Marketing</i> para <i>Internet</i>, ampliando a área de atuação da empresa;</p> <p>Desenvolver campanhas de <i>e-mail marketing</i> e sedimentar o valor da marca/projeto no meio digital.</p>	<p>Aplicação dos conceitos estudados;</p> <p>Participação ativa do aluno nas discussões em sala de aula;</p> <p>Interesse;</p> <p>Aiduidade.</p>	<p>Atividades baseadas em assuntos desenvolvidos em sala;</p> <p>Seminários para apresentação das ferramentas de marketing desenvolvidas;</p> <p>Análise de cases de mercado sobre os tópicos estudados em sala.</p>	<p>Clareza, objetividade, consistência e coerência na elaboração dos trabalhos e exercícios escritos, tanto individuais quanto em grupo;</p> <p>Domínio do assunto abordado, boa apresentação visual e organizacional dos grupos de trabalho e do indivíduo;</p> <p>Participação, solidariedade e iniciativa do indivíduo na elaboração de trabalhos em grupo.</p>	<p>Domínio do conteúdo nas apresentações dos seminários;</p> <p>Organização das ideias;</p> <p>Proatividade demonstrada na resolução dos estudos de caso;</p> <p>Desenvolvimento dos trabalhos individuais.</p>

**Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec**

**V – Plano de atividades docentes\***

<b>Atividades Previstas</b>	<b>Projetos e Ações voltados à redução da Evasão Escolar</b>	<b>Atendimento a alunos por meio de ações e/ou projetos voltados à superação de defasagens de aprendizado ou em processo de Progressão Parcial</b>	<b>Preparo e correção de avaliações</b>	<b>Preparo de material didático</b>	<b>Participação em reuniões com Coordenador de Curso e/ou previstas em Calendário Escolar</b>
<b>Fevereiro</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	
<b>Março</b>		<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Abril</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	
<b>Maiο</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Junho</b>		<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	
<b>Julho</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	

*\*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)**

AAKER, DAVID; KUMAR; DAY, GEORGE. Pesquisa de Marketing; Atlas; 2004.  
ALMEIDA JUNIOR, EDSON. Apostila de Comercio Eletrônico. Disponível em: <http://www.edsonalmeidajunior.com.br>; 2011.  
CHURCHILL, GILBERT A.; PETER J. PAUL. Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2010. COBRA, Marcos. Mark  
DIAS, SÉRGIO ROBERTO. Gestão de marketing. 2ed São Paulo: Saraiva, 2010.  
FELIPINI, DAILTON. Abc do e-commerce: os quatros segredos de um negócio bem sucedido na Internet. Disponível em: [http://www.abc-commerce.com.br/ebook\\_gratis.htm](http://www.abc-commerce.com.br/ebook_gratis.htm). Acesso em: 21 jul 2011.  
FELIPINI, DAILTON. Plano de Negócios para Empresas na Internet. Disponível em: [www.e-commerce.org.br/Downloads/abc-bplan3.pdf](http://www.e-commerce.org.br/Downloads/abc-bplan3.pdf). Acesso em: 21 jul 2011.  
KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY. Princípios de marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.  
LAS CASAS, ALEXANDRE LUZZI. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.  
LIMA, MIGUEL; SAPIRO, ARÃO. Gestão de Marketing; FGV, 2003.  
PERREAULT JR, WILLIAM; MCCARTHY, JEROME. Marketing Essencial; Atlas, 1997.  
SEBRAE. Internet para Pequenos Negócios. Como Abrir uma Loja Virtual. SEBRAE, 2011.

**Material de Apoio:**

E-Commerce.org: <http://www.e-commerce.org.br>, 2011.  
Revistas (EXAME PME, Pequenas Empresas & Grandes Negócios),  
Estudos de caso reais de situações e empresas relacionadas a marketing.  
Artigos retirados da Internet (Mundo Marketing, Endeavor, etc)  
<http://www.marketingegames.com.br/category/marketing/>  
<http://producaodejogos.com/marketing-para-jogos-digitais/>  
<http://www.netestudio.com.br/blog/index.php/2011/11/marketing-e-jogos-digitais/>  
<https://prezi.com/mrux4daorvh/o-marketing-de-jogos-digitais/>  
<http://divulgasites.net/>

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

Projeto Leitura.  
Semana Paulo Freire.

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

Os alunos com rendimento insatisfatório resolverão exercícios práticos com retomada de conteúdo pelo professor e deverão entregar trabalhos escritos extras.



**CENTRO PAULA SOUZA**

**GOVERNO DO ESTADO  
DE SÃO PAULO**

**Administração Central  
Unidade de Ensino Médio e Técnico - Cetec**

**IX – Identificação:**

Nome da professora: Sandra Maria Leandro

Assinatura:

Data: 29/02/16

**X – Parecer do Coordenador de Curso:**

Nome da coordenadora: Sandra Maria Leandro

Assinatura:

Data: 29/02/16

\_\_\_\_\_  
Data e ciência do Coordenador Pedagógico

**XI– Replanejamento**