

AGRUPAMENTO DE ESCOLAS GIL EANES

Escola Secundária Gil Eanes

Ano letivo 2018-2019

MATRIZ DA PROVA DE APTIDÃO PROFISSIONAL (PAP)

CURSO PROFISSIONAL TÉCNICO DE MARKETING

Nível: 4

1- Perfil de desempenho

A prova de aptidão profissional (PAP) do Curso Profissional Técnico de Marketing consiste na apresentação e defesa, perante um Júri, de um projeto no âmbito Plano Estratégico de Marketing de determinado(s) produto(s) e/ou serviço(s), tendo por base um trabalho prévio de planeamento e de análise real das necessidades do mercado, a partir do qual, o aluno fixa objetivos e desenvolve um conjunto de estratégias de marketing-mix, bem como as ações simuladas e/ou as ações práticas para a implementação desse plano e propõe um modelo de monitorização, avaliação e controlo dos respetivos resultados promocionais, de acordo com os objetivos da política de gestão de marketing.

Os produtos construídos e desenvolvidos ao longo do ano letivo e o relatório final - consubstanciado no Plano Estratégico de Marketing, no qual o aluno apresenta a sua apreciação crítica - devem refletir os saberes e as competências técnicas, científicas e profissionais adquiridas e consolidadas ao longo do curso, numa perspetiva transdisciplinar, quer nas áreas técnicas de Análise de Mercado, Marketing, Comunicação e E-Marketing, quer integrando as competências adquiridas em todas as áreas/ disciplinas da componente geral e específica. Neste processo, o aluno deve promover efetivamente, pelo menos, uma parceria com uma empresa ou instituição do meio local, regional ou nacional.

Em suma, neste projeto, o aluno demonstra as capacidades de comunicação assertiva, de seleção, de criatividade, de inovação, de análise crítica, de síntese e de intervenção em contexto real, com base em valores pessoais e socioculturais. Demonstra, ainda, o sentido da responsabilidade, a autonomia e o empenho em todas as fases do projeto, desde a sua conceção e elaboração, até à fase final de execução e avaliação do mesmo e nos eventuais ajustamentos e adaptações que o aluno pondere como sendo adequados ao cumprimento pessoal dos objetivos da PAP.

2- Tipo de Prova

Apresentação oral / briefing, perante o Júri, com recurso a modelos de simulação e/ou de aplicação prática das técnicas de marketing para a promoção do(s) produto(s) e/ou dos serviço(s), em contextos concretos de intervenção à escala local.

3- Material

Computador; projetor; mesa (ou outro suporte) para exposição dos produtos de merchandising criados pelo aluno, no âmbito do plano de marketing.

4- Duração

Apresentação final – 20 minutos

Defesa – 25 minutos

5- Critérios gerais de classificação

Após a apresentação e defesa do projeto pelo aluno, o Júri de Avaliação, na posse do relatório do projeto, do relatório do professor orientador e da ficha de observação do aluno, avaliará e classificará o projeto com incidência nos seguintes parâmetros:

- Produto – 45%
- Relatório final - 20 %
- Prática simulada -15 %
- Apresentação – 20 %

A avaliação será atribuída segundo uma escala de 0 a 20 valores;

A avaliação da prática simulada será proposta pelo professor orientador do projeto;

A aprovação na PAP é obtida com a classificação igual ou superior a 10 valores.

6- Recomendações

- O aluno tem que entregar ao Professor Orientador o seu projeto e o relatório final, com o respetivo número de exemplares para os elementos do Júri de Avaliação, até ao dia 31 de maio de 2019;
- Solicitar por escrito, com a devida antecedência, a requisição dos materiais e/ou equipamentos escolares a utilizar durante a apresentação;
- Apresentação pessoal cuidada e formal;
- Comparecer 30 minutos antes do início da hora marcada, para a organização dos materiais e conteúdos a apresentar.