

PPC - Projeto Pedagógico de Curso

Marketing

1. Perfil do curso

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Pesquisas Geográficas (IBGE), em 2011, cerca de 51% da população brasileira tinha mais de 30 anos. Em 1980, esse número era de 21%, e de acordo ainda com os dados do IBGE, a pirâmide populacional brasileira mudou profundamente a sua distribuição no período compreendido entre 1980 e 2015. Esses fatos evidenciam uma importante mudança social: o Brasil está envelhecendo. Estudo da Diretoria de Estudos e Políticas Sociais - Disoc (2010), do IPEA, mostra que a participação da faixa etária entre 15 e 29 anos no total da população brasileira alcançou seu pico no ano 2000, e desde então está declinando.

Localmente, e ainda sob uma perspectiva de aspectos sociais, a cidade de Imperatriz possui o segundo melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Estado do Maranhão com 0,731 (PNUD, 2013), tendo este índice evoluído pouco, apenas 1,25%, na última década quando era 0,722 no ano 2000 (PNUD, 2000). É verificado ainda que a distribuição de moradias e organização social da cidade evoluiu com um crescimento desordenado nos bairros periféricos de Imperatriz, resultado em um aumento substancial do número de invasões e surgimento de comunidades desorganizadas, o que culminou com uma forte especulação imobiliária e criação de vazios na urbanização do espaço urbano.

Resultados recentes (PNAD, 2014) acerca da educação nacional atestam que a maioria dos estudantes brasileiros estuda em escola pública e cursa faculdade particular. Observou-se ainda que a taxa de abandono escolar permanece alta e que entre os adolescentes de 15 a 17 anos, 84,3% cursava o Ensino Médio e somente 56,7% dos jovens de até 19 anos concluíam o Ensino Médio. Em contrapartida, verificou-se o crescimento em 1,3% do acesso de crianças de 4 a 5 anos às escolas, em relação ao ano anterior; E encontra-se que o percentual de trabalhadores com pelo menos o ensino superior completo aumentou de 12,6% em 2013, para 13,1%, em 2014. Assim, percebe-se que o Brasil precisa ainda de profissionais qualificados para atuarem frente a competição acirrada que aumenta a cada dia.

Regionalmente, no contexto educacional, a cidade de Imperatriz dispõe de uma ampla rede de ensino que vai desde o pré-escolar até o ensino superior, além do profissionalizante, sendo compartilhada pela rede pública e particular de ensino. A cidade possui cerca de 230 escolas, sendo 150 Públicas Municipais, com 32 Estaduais e 48 privadas. A taxa de analfabetismo no município, segundo o IBGE, encontra-se em nível semelhante à média nordestina refletindo cerca de 27,59%.

O Brasil, mesmo estando inserido no grupo dos países emergentes, internamente, porém, continua a se debater com inaceitáveis desigualdades e insuficiente acúmulo de capital humano preparado profissionalmente para o mercado e para os desafios que a nação precisa superar. Seguindo essa mesma trajetória, o desenvolvimento da Região Nordeste do Brasil depende da oferta de mão de obra qualificada, em padrões compatíveis com sua necessidade de superação de históricas desigualdades sociais. Oportunidades para esse desenvolvimento de centros de formação e

treinamento de recursos humanos existem: O PIB da Região vem crescendo a taxas superiores à média brasileira e investimentos recentes na região têm ampliado o número de oportunidades, porém ainda existem carências de profissionais qualificados.

Na perspectiva local de investimentos e oportunidades, a cidade de Imperatriz é o maior conglomerado comercial, energético e econômico do Estado do Maranhão, destacando-se ainda como segundo maior polo populacional da região tendo o segundo maior PIB do Estado (R\$ 19916,99/habitante IBGE-2015). Imperatriz está localizada no cruzamento entre o canal de produção e escoamento da soja produzida em Balsas (ao sul do Maranhão), próxima às operações siderúrgicas do município de Açailândia e das atividades da agricultura nas demais regiões do Estado. Nesse contexto há destaque especial para a produção de arroz, produção e distribuição de energia com a implantação da hidroelétrica de Estreito e produção de celulose com recente instalação da fábrica Suzano de Papel e Celulose.

Imperatriz atende com produtos e serviços os municípios distribuídos num raio de 400 km. A cidade hospeda ainda a infraestrutura física, técnica e elétrica de grande parte da rede de distribuição de energia do estado, devido principalmente por conter a Subestação da Eletronorte. Ainda no que diz respeito à infraestrutura física, Imperatriz abriga trechos da Ferrovia Norte-Sul e está bem próxima da Estrada de Ferro Carajás, sendo ainda cruzada pela rodovia BR-010, contém um aeroporto e um centro de distribuição de alimentos, sem contar as pontes e docas para tráfego no Rio Tocantins.

Na alavancagem de desenvolvimento observa-se que a disponibilidade de energia, sistemas produtivos e máquinas são fatores necessários aos resultados de crescimento de qualquer nação. Contudo, existe também, além da cadeia produtiva, a necessidade por profissionais e gestores que possam relacionar as demandas de consumos e produção, compreendendo e operando os diferentes mercados sob uma visão sócio cultural holística. Nesse contexto, verifica-se ainda que o crescimento do País em seus diversos setores na última década foi impulsionado por diversas políticas econômicas, monetárias e de crédito financiados por órgãos governamentais. Contudo, o Brasil ainda carece de avanços no que tange sua sustentabilidade econômica, financeira e de gestores em quantidade suficiente para administrar esses aspectos nos âmbitos comercial, mercadológico e industrial. No âmbito estritamente local, a cidade de Imperatriz ainda carece de centros para formação de economistas. Especificamente, na cidade de Imperatriz existe apenas dois cursos presenciais de formação desses profissionais. Reflexos claros desse desenvolvimento e demanda reprimida na cidade de Imperatriz são evidenciadas pela operação de escritórios e migração de profissionais de outros estados, quando da instalação de empresas de grande porte no município e vizinhanças.

Diante deste cenário, a cidade de Imperatriz necessita tornar-se um centro fornecedor de recursos humanos. Em termos de marketing, negócios, gestão e economia, a quantidade de tecnólogos em marketing no Estado atualmente é insuficiente para o abastecimento do mercado de trabalho, nos mais diversos setores. Para atender esta demanda é preciso aumentar a oferta de cursos de

Tecnologia em Marketing, que certamente proporcionará a formação de profissionais competentes e capazes de conduzir este processo de desenvolvimento da geração de empregos, industrialização e eficiência dos mercados de ativos do Estado. Nesse contexto valida a iniciativa da Faculdade de Imperatriz em manter o Curso Superior de Tecnologia em Marketing.

Assim, o Curso contempla as demandas de natureza econômica, social, cultural, política e ambiental. Além disso, o PPC destaca, no contexto de algumas disciplinas, a existência de “atividades relacionadas às relações étnico-raciais, atividades ligadas à história e à cultura afro-brasileira e indígena, atividades relacionadas à educação ambiental e atividades relacionadas aos direitos humanos”.

2. Atividades do curso

Considerando que as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos Superiores de Tecnologia não estabelecem como obrigatória a realização das Atividades Complementares, a Instituição optou por não incluí-las nos Projetos Pedagógicos dessa modalidade de curso.

3. Perfil do egresso

De acordo com o art. 2º da Resolução CNE/CP nº03/2002, os cursos de Educação Profissional de Nível Tecnológico serão designados como cursos superiores de tecnologia e deverão: projetar e identificar oportunidades de negócios para as organizações; identificar e compreender o comportamento dos consumidores; definir e se comunicar através de diferentes tipos de mídia; planejar, organizar, liderar e empreender ideias originais; propor metodologias e executar pesquisa de mercado para a tomada de decisões gerenciais; adaptar-se às novas tendências do mercado para acompanhar inovações emergentes.

O egresso do Curso Superior de Tecnologia em Marketing da Faculdade de Imperatriz Wyden estará apto a:

- 1) avaliar criticamente o ambiente mercadológico das empresas, para atuar em sua melhoria;
- 2) atuar no mercado de comunicação, analisando dados e informações estatísticas;
- 3) gerenciar o ciclo de vida de produtos e serviços nas empresas, de forma a melhorar a eficiência;
- 4) planejar e gerir o esforço de vendas, visando aumentá-las;
- 5) planejar e implementar atividades de pós-venda, para melhorar a satisfação dos clientes;
- 6) implementar e conduzir estratégias de promoção em marketing, de forma a aumentar sua eficácia;

- 7) gerir iniciativas de marketing, considerando as relações interpessoais e refletindo sobre os efeitos sociais, econômicos e ambientais das suas ações como gestor de marketing;
- 8) realizar estudos de viabilidade técnico-econômica e orçamentos de ações pertinentes ao Marketing, visando a otimização de investimentos;
- 9) implementar ações que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil, respeitando as peculiaridades étnico-raciais e os direitos humanos;
- 10) desenvolver projetos que garantam a sustentabilidade do planeta, implementando políticas de preservação ambiental;
- 11) comunicar-se nas formas escrita, oral e gráfica, compatíveis com o exercício profissional, facilitando os processos de negociação nas relações interpessoais ou intergrupais;
- 12) gerenciar equipes de trabalho multidisciplinares no desenvolvimento e suporte ao Marketing, buscando a excelência através da melhoria contínua dos serviços prestados;
- 13) assumir a postura de permanente busca de atualização e aprofundamento profissional, garantindo melhor qualidade de serviços e produtos;
- 14) aplicar a ética e agir com responsabilidade profissional, atuando em conformidade e probidade.

O egresso do Curso Superior de Tecnologia em Marketing será um gestor que se ocupará das diversas tarefas mercadológicas que envolvam o funcionamento eficiente de uma organização. O perfil do egresso privilegia habilidades múltiplas que vão do conhecimento do comportamento humano em situações de consumo à capacidade de interpretação de contextos econômicos e culturais nos quais as transações se processam.

A formação desse profissional está planejada para dois cenários possíveis de progressão na carreira. Em primeiro lugar, para o exercício da gerência da área de Marketing nas organizações, preferencialmente, no setor privado. Em segundo lugar, para o exercício da atividade empresarial, atuando na concepção, desenvolvimento e implementação de seus próprios projetos de negócios. A capacidade para transitar entre essas duas esferas de atuação está calcada na união de dois atributos fundamentais: um sólido conhecimento técnico sobre as atividades de marketing em suas principais subáreas como prospecção de negócios, administração da força de vendas, contratação e acompanhamento de campanhas publicitárias, determinação de preços, acompanhamento de clientes, monitoramento da concorrência, e gerência do ciclo de vida de produtos; e por um conjunto de valores que estimulam a ação empreendedora em geral, tais como a postura proativa, a vontade de crescer e o desejo de fazer a diferença. O profissional que se dedica à carreira de marketing lida com uma área sensível da atividade empresarial.

Conforme consta no PDI, a política de acompanhamento de egressos é implementada pelo setor denominado Carreiras. Este setor aplica pesquisas e implanta mecanismos para conhecer a opinião dos egressos sobre a formação recebida, para saber o índice de ocupação entre eles e para procurar estabelecer a relação entre a ocupação e a formação profissional recebida.

4. Forma de acesso ao curso

O acesso dos alunos ao Curso é realizado através das seguintes modalidades.

Processo Seletivo

Aplica-se a candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente. Neste caso, os candidatos submetem-se a um exame, contendo questões de diferentes áreas do saber, observando a complexidade do ensino médio, bem como temas da atualidade nacional e internacional. A partir das notas obtidas, os candidatos são classificados em ordem decrescente de desempenho e convocados para a efetivação da matrícula até o preenchimento das vagas. Havendo vagas ociosas, os candidatos habilitados serão, sequencialmente, convocados.

Exame Nacional do Ensino Médio (Enem)

A Instituição reserva parte das vagas oferecidas para ingresso em seus cursos a candidatos que tenham participado do Enem e alcançado média igual ou superior a 50% do total de pontos.

Graduados

Aplica-se a candidatos portadores de diploma de curso de graduação, dispensando-o do processo seletivo. Neste caso, o candidato deve protocolar o pedido de matrícula e, havendo vagas disponíveis, é feita a análise curricular para eventual dispensa de disciplinas que possuam equivalências com as disciplinas a serem cursadas.

Transferências

Aplica-se a estudantes que já estejam matriculados em cursos de graduação de outra instituição. Neste caso, o estudante deve protocolar o pedido de transferência e, havendo vagas disponíveis, é procedido o processo seletivo e feita a análise curricular para eventual dispensa de disciplinas que possuam equivalências com as disciplinas a serem cursadas.

Programa Universidade para Todos (ProUni)

Aplica-se a egressos do ensino médio que tenham se inscrito no Programa. A seleção é feita pelo Governo Federal a partir da nota do Enem dentre aqueles que preencham os requisitos sociais. Os candidatos pré-selecionados pelo Programa apresentam à Instituição os documentos comprobatórios, exigidos pelo Ministério da Educação.

Vagas remanescentes

Se ao final do processo seletivo não houver preenchimento de todas as vagas oferecidas, a Instituição poderá admitir candidatos que tenham participado do Enem e obtido desempenho maior ou igual a 50% do total de pontos.

5. Representação gráfica de um perfil de formação

A estruturação da Matriz Curricular do Curso foi baseada em eixos fundamentais. Em primeiro lugar, entende a Instituição que o Projeto Pedagógico do Curso é fruto do trabalho coletivo dos professores que representam o cerne da sua estrutura. A partir dessa base docente e visando atender aos dispositivos da Resolução CNE/CP 3 de 2002, que institui as DCNs Gerais para a organização e o funcionamento dos Cursos Superiores de Tecnologia, e do Parecer CNE/CES 277/2006 de 07/12/2006, os conteúdos curriculares do Curso Superior de Tecnologia em Marketing estão agrupados em dois níveis.

O primeiro nível, o Módulo Fundamentos de Gestão, corresponde ao primeiro semestre do curso e representa a base de conhecimentos necessários à gestão de empreendimentos além dos campos que formam o alicerce do conhecimento aplicado como estatística, língua portuguesa, cenário micro e macro econômico, psicologia aplicada e gestão empresarial. Completarão este módulo os Estudos de Caso em Carreira e Empreendedorismo e os Temas Tecnológicos em Fundamentos de Gestão.

O segundo nível corresponde aos três semestres seguintes, que tratam de conhecimentos específicos do Marketing: estratégias de comunicação, mercado e relações com o consumidor e estratégia de vendas.

No módulo Estratégias de Comunicação, são abordadas as questões relativas à gestão mercadológica do empreendimento, visando habilitar o aluno a avaliar as decisões de gerenciamento do processo de comunicação do negócio, de forma articulada e fundamentada nas disciplinas administração mercadológica, gestão de serviços, gestão estratégica e temas tecnológicos em estratégias de comunicação. Os alunos também são capacitados a gerenciar as situações de conflito entre indivíduos e grupos no ambiente de trabalho, na disciplina de cultura e comportamento organizacional, e a analisar estrategicamente o meio ambiente e a oferta de serviços. A partir de aulas teóricas e práticas por meio de visitas técnicas, o aluno desenvolverá com o auxílio dos docentes, o seguinte conjunto de competências/habilidades: conhecimento e reconhecimento das técnicas de comunicação e gestão de serviços e sua aplicação.

No módulo Mercado e Relações com o Consumidor, o aluno será capaz de elaborar e aplicar estratégias de marketing para empreender seu próprio negócio, bem como desenvolver habilidades que vão favorecer sua proatividade no ambiente organizacional. Neste módulo, o aluno também

desenvolverá as competências necessárias para estruturar a área de Marketing, a partir dos conhecimentos adquiridos em empreendedorismo, gestão da produção e qualidade, gestão de produtos e marcas, logística aplicada, carreira, liderança e trabalho em equipe, além de estudos de caso em matemática aplicada e temas tecnológicos em mercado e relações com o consumidor.

No módulo de Estratégia de Vendas, o aluno será capaz de elaborar e aplicar estratégias de vendas para gerir seu próprio negócio, bem como desenvolver habilidades que vão favorecer resultados organizacionais. Neste módulo, o aluno também desenvolverá as competências necessárias para estruturar a comunicação integrada de marketing, a partir dos conhecimentos adquiridos em comunicação integrada de marketing, direito do consumidor, marketing de relacionamento, marketing digital, pesquisa de mercado e opinião além de estudos de caso em marketing e temas tecnológicos em estratégia de vendas.

Destaca-se que na disciplina de Estudos de Caso em Humanidades e Meio Ambiente são desenvolvidas as competências para: avaliar o impacto das atividades no contexto social e ambiental; contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil, compreendendo e articulando as peculiaridades étnico-raciais de nossa sociedade, respeitando os direitos humanos; pautar-se na ética e na solidariedade enquanto ser humano, cidadão e profissional; atuar de forma consciente para a preservação do meio ambiente.

A flexibilização curricular é trabalhada nas disciplinas de Estudos de Caso e a interdisciplinaridade nos Temas Tecnológicos, em cada um dos quatro módulos do Curso. A disciplina de Libras é ofertada de forma optativa para o aluno.

Os conteúdos programáticos e as bibliografias são atuais e plenamente adequados às disciplinas, bem como dão suporte à pesquisa realizada por discentes e docentes e asseguram o desenvolvimento das competências previstas no Perfil do Egresso.

Na abordagem dos conteúdos curriculares, os docentes são capacitados, através do Programa Mandacaru, acerca da educação inclusiva, com o objetivo de estarem preparados para adaptar suas práticas pedagógicas para alunos portadores de necessidades especiais.

Os requisitos legais relativos às relações étnico-raciais e ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena, políticas para educação ambiental e direitos humanos são abordados transversalmente ao longo de todo o percurso formativo do alunado, quer como conteúdo específico de algumas disciplinas, quer como atividades complementares.

6. Sistema de avaliação do processo de ensino e aprendizagem

O processo de avaliação da aprendizagem é parte integrante do processo de ensino e obedece às normas e procedimentos pedagógicos estabelecidos pelo Conselho Superior da Facimp Wyden, tanto para os cursos presenciais quanto a distância.

As avaliações de aprendizagem têm por objetivo acompanhar o processo de construção do conhecimento, a compreensão e o desenvolvimento da capacidade do aluno para resolver problemas referentes às competências (conteúdos, habilidades e atitudes) gerais e específicas exigidas para o exercício profissional, desenvolvidas ao longo do percurso formativo.

A sistemática institucional para a avaliação da aprendizagem considera a participação do estudante na construção do próprio saber e nas atividades acadêmicas programadas para as disciplinas que compõem a Matriz Curricular, parte do Projeto Pedagógico do Curso e o domínio dos conteúdos de natureza técnico-científica e instrumental, bem como acompanhar e aferir o desenvolvimento das habilidades e atitudes demonstradas em cada componente curricular, principalmente, o desempenho nos trabalhos e atividades realizados individualmente ou em grupo, provas e testes (orais ou escritos), visitas técnicas, debates, dinâmicas de grupo, seminários, oficinas, preleções, pesquisas, resolução de exercícios, arguições, trabalhos práticos, excursões e estágios, inclusive os realizados fora da sala de aula e da sede da Instituição.

A depender das características da disciplina, os professores, ao elaborarem os cronogramas de atividades, parte integrante dos Planos de Ensino, definem as ferramentas e os critérios de avaliação da aprendizagem que serão adotados, com vistas a atender às diferenças individuais dos educandos, orientando-os ao aperfeiçoamento do processo da aprendizagem. O sistema de avaliação da aprendizagem está institucionalizado no Regimento Institucional e seu funcionamento está normatizado na Norma 006.

Considerando o disposto no referido instrumento legal, a avaliação do desempenho acadêmico do estudante é realizada por disciplina, abrangendo os aspectos de aproveitamento e frequência. O aproveitamento é expresso por uma nota de eficiência que é a média ponderada das avaliações realizadas no período letivo. Respeitado o limite mínimo de frequência de 75% da carga horária do componente curricular, será considerado aprovado o aluno que obtiver média de eficiência igual ou superior a 5 (cinco), em uma escala que varia de 0 (zero) a 10 (dez).

A critério dos Dirigentes, por proposta do professor ou grupo de professores que ministram uma disciplina, ouvido o Coordenador do Curso, poderá ser adotado um regime especial de avaliação da aprendizagem considerado mais adequado.

Os critérios de verificação de desempenho no Trabalho de Conclusão do Curso e no Estágio Curricular Supervisionado, quando couber, constam de regulamentos próprios (normas 002 e 003, respectivamente), aprovados pelo Conselho Superior da Instituição.

Alunos com necessidades especiais, quando necessário, podem ser assistidos por equipes da CASA, para que realizem seus processos avaliativos em consonância com suas características e particularidades.

7. Sistema de avaliação do projeto do curso

O processo de avaliação do Curso de Marketing da Faculdade de Imperatriz Wyden é desenvolvido pela Coordenação Geral de Graduação e Coordenação de Curso, em colaboração com a Comissão Própria de Avaliação (CPA), no que couber. Os procedimentos de avaliação têm por objetivos acompanhar continuamente o planejamento estratégico expresso no PDI e no PPC, com vistas à melhoria da qualidade, sob vários aspectos, tais como a execução do planejamento acadêmico, a gestão acadêmico-administrativa, as condições de infraestrutura oferecidas (laboratórios, salas de aula, biblioteca, áreas de conveniência, os serviços de atendimento ao aluno, etc.), corpos docente e técnico-administrativo.

Semestralmente, mediante questionários elaborados especialmente para este fim, o corpo social avalia como segue:

AVALIAÇÃO REALIZADA PELO CORPO DISCENTE

Os alunos, ao final do semestre, avaliam os principais processos desenvolvidos com relação ao desempenho dos professores, da Coordenação do Curso e da Direção da Instituição, disciplinas ofertadas, atividades acadêmicas realizadas pela Instituição, o processo de avaliação da aprendizagem, infraestrutura física, serviços de apoio, etc.. Busca-se aferir o nível de satisfação do alunado com o Curso e com a Instituição.

AVALIAÇÃO REALIZADA PELO CORPO DOCENTE

Os professores, ao final de cada semestre, avaliam em formulário próprio, o plano de ensino da disciplina sob sua responsabilidade, atingimento de seus objetivos, cumprimento do cronograma de atividades e dos conteúdos programáticos propostos, qualidade do material didático utilizado, bibliografia disponível na biblioteca (livros, periódicos, acervo em multimídia), infraestrutura física e equipamentos, apoio institucional para realização das atividades acadêmicas, desempenho da turma, etc.

AVALIAÇÃO REALIZADA PELO CORPO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

Do mesmo modo que os professores, os técnicos envolvidos com os laboratórios de ensino avaliam as condições de oferta das aulas práticas quanto a equipamentos, material de consumo,

dimensionamento de turmas, adequação dos experimentos, etc.

AValiação realizada pelo coordenador do curso

Anualmente, a partir das avaliações semestrais acima previstas e das experiências vivenciadas, o Coordenador do Curso é responsável pela elaboração do Relatório de Autoavaliação do Curso, que será encaminhado aos Dirigentes, apontando as ações a serem desenvolvidas com vistas à melhoria da qualidade acadêmica do Curso e o aumento do grau de satisfação dos alunos, professores e colaboradores, com o Curso e com a Instituição.

Os resultados do processo de autoavaliação geram relatórios consubstanciados, apontando as potencialidades e fragilidades do Curso, bem como propondo implementação de ações para a melhoria das atividades acadêmicas, infraestrutura, etc., que serão encaminhadas aos dirigentes da Instituição para as devidas providências. Os resultados, no que diz respeito ao PPC, são encaminhados para o NDE, que como Comissão responsável pelo acompanhamento, gestão e atualização do PPC, os analisa encaminhando ao Colegiado do Curso propostas de ações com vistas à melhoria da qualidade acadêmica e da infraestrutura institucional.

Também, são divulgados e discutidos junto ao corpo social do Curso, alunos, professores e técnico-administrativos, mediante a realização de seminários, via e-mail, reunião com grupos focais, etc., dando-se amplo conhecimento à comunidade.

8. Trabalho de conclusão de curso (TCC)

Considerando que as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos superiores de tecnologia não estabelecem como obrigatória a realização do Trabalho de Conclusão de Curso, a Instituição optou por não incluí-lo nos Projetos Pedagógicos dessa modalidade de curso.

9. Estágio curricular

Considerando que as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos superiores de tecnologia não estabelecem como obrigatória a realização do Estágio Curricular, a Instituição optou por não incluí-lo nos Projetos Pedagógicos dessa modalidade de curso.

Documento de uso exclusivo da Faculdade de Imperatriz Wyden. Proibida sua reprodução em todo ou em partes. Todos os direitos reservados.