



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Sistemas de Informação		Código do Componente Curricular: EXAD60273	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 4ª	
Ementa: Estudo sobre as principais tecnologias e sistemas de informação de um ambiente empresarial e como estes recursos podem ser eficientes na integração entre os diversos processos de negócios, envolvendo as diversas áreas funcionais da empresa, bem como na formulação de plano estratégico da empresa.			
Bibliografia básica ²² CHURCHILL JR, Gilbert A. PETER, J. Paul. Marketing : criando valor para clientes. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012 < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/cfi/2!/4/4@0.00:27.0 >. Acesso em 17/03/2014. KELLER, Kevin Lane. MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas . São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. Disponível em: < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788581439532/pages/-22 >. Acesso em: 20/08/17. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing . 14 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012 < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788581430003/pages/-22 > Acesso em 27/09/17.			
Bibliografia complementar LAUDON, Kenneth. LAUDON, Jane. Sistemas de informações gerenciais . 9 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. Disponível em < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576059233/pages/_1 > Acesso em 27/09/17. MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing : foco na decisão. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576058878/pages/_1 Acesso em 22/05/2018.			

²² A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



LOVELOCK, Christopher. WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de serviços:** pessoas, tecnologia e estratégia. 7 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em <<http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576058885>>. Acesso em 17/03/2014

SAMARA, Beatriz Santos. BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing:** conceitos e metodologia. 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Disponível em <<http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576050834/pages/-10>> Acesso 24/05/2018.

SHIRAISHI, Guilherme (org.). **Pesquisa de Marketing:** bibliografia universitária Pearson. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Disponível: <http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788564574564/pages/-12> Acesso em: 24/05/2018

Coordenador do Curso:
Nome: Miriam Rodrigues

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Adilson Aderito da Silva

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Métricas de Desempenho		Código do Componente Curricular: EXAD60229	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 4ª	
Ementa: Estudo sobre os fundamentos do Sistema de Informação Gerencial como ferramenta de apoio à tomada de decisão, com foco nas métricas e indicadores de desempenho contemplados no planejamento e previsão de vendas que auxiliam o gestor comercial, proporcionando aos alunos modelos e técnicas consagradas na área de vendas.			
Bibliografia básica ²³ CASTRO, Luciano Thomé e. NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas : planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em < https://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522464876/cfi/0!/4/2@100:0.00 Acesso em 20/05/2018. FARRIS, Paul W. et al. Métricas de Marketing . 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/cfi/3!/4/4@0.00:0.00 Acesso em 20/05/2018. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Marketing Essencial : conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. Disponível em: http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576059820/pages/-16 Acesso em 19/05/2018			
Bibliografia complementar FUTRELL, Charles M. Vendas : fundamentos e novas práticas de gestão. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2014. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502225510/cfi/0!/4/4@0.00:0.00 Acesso em 20/05/2018 KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em: http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788543004471/pages/-16 Acesso em 19/05/2018.			

²³ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



PALERMO PUPO, Fabricio; BOTELHO, Delane. CONHECIMENTO E USO DE MÉTRICAS DE MARKETING. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. v. 5, n. 1, p. 38-55, 2011. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/documentos/ver/30900/conhecimento-e-uso-de-metricas-de-marketing> > Acesso em 19/05/2018

SHIRAISHI, Guilherme (org.). **Pesquisa de Marketing**: bibliografia universitária Pearson. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Disponível: <http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788564574564/pages/-12> Acesso em 19/05/2018

STADLER, Adriano (Org.) **Desenvolvimento de Produtos e Métricas de Marketing**. Curitiba: Intersaberes, 2013. Disponível em: <http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582127049/pages/5> Acesso em 19/05/2018

Coordenador do Curso:
Nome: Miriam Rodrigues

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Adilson Aderito da silva

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Planejamento e Previsão de Vendas		Código do Componente Curricular: EXAD60245	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 4ª	
Ementa: Ter uma eficiente equipe de vendas não resulta no melhor retorno para a organização. Para tanto, é necessário que seja estabelecido um planejamento e que as vendas sejam coordenadamente programadas para alcance dos objetivos organizacionais. Neste tema, o aluno compreenderá o papel do planejamento e previsão de vendas, aprendendo como desenvolver um bom plano e como estabelecer metas alcançáveis e estimulantes para a equipe.			
Bibliografia básica ²⁴ CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de vendas : uma abordagem introdutória. 3 ed. Barueri, SP: Manole, 2014. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520445501/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso 27/05/2018. MOREIRA, Júlio César Tavares (Coord.) Administração de vendas . 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502108592/cfi/0 > Acesso 27/05/2018. SPIRO, Rosann L.; RICH, Gregory A.; STANTON, William J. Gestão da Força de Vendas . 12 ed. Porto Alegre: AMGH, 2010. Disponível em < https://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563308481/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 27/09/17.			
Bibliografia complementar CASTRO, Luciano Thomé e. NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas : planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em < https://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522464876/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 06/03/2014. COBRA, Marcos. TEJON, José Luiz. Gestão de vendas : os 21 segredos de sucesso. São Paulo: Saraiva, 2007. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502119192/cfi/0 > Acesso em 27/05/2018.			

²⁴ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE. Atualizado junho/19.



FUTRELL, Charles M. **Vendas**: fundamentos e novas práticas de gestão. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2014. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502225510/cfi/0!/4/4@0.00:0.00> > Acesso em 27/05/2018.

IZIDORO, Cleyton (org.). **Administração de Vendas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016. Disponível em: < <https://bv4.digitalpages.com.br/?page=-1§ion=0#/legacy/9788543016962> > Acesso 16/06/2019.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012
<<http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788581430003/pages/-22> >
Acesso em 19/10/2017.

Coordenador do Curso:
Nome: Miriam Rodrigues

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Adilson Aderito da Silva

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Comunicação Integrada II		Código do Componente Curricular: ENAD60034	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 4ª	
Ementa: Estudo sobre os princípios, o planejamento e as formas de comunicação com os diversos públicos-alvo, em especial o cliente. Estabelecimento de relação entre a Comunicação Integrada e o Marketing. Discussão sobre os diversos instrumentos que compõem o Mix de Comunicação, os objetivos comunicacionais que podem ser alcançados por cada um deles e as formas e práticas de como utilizá-los.			
Bibliografia básica²⁵ KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing . 14 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012 < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788581430003/pages/-22 > Acesso em 24/05/2018. OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. Comunicação integrada de marketing : conceitos, técnicas e práticas. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Disponível em < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576051404/pages/1 > Acesso em 06/03/2014. PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda . 2 ed. São Paulo Atlas 2013. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474967/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 24/05/2018.			
Bibliografia complementar DANTAS, Edmundo Brandão. A agência de comunicação publicitária como empresa : o lado menos charmoso da publicidade e propaganda. São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597001167/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 24/05/2018. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação organizacional estratégica . Grupo Summus. Disponível em < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788532310477 > Acesso em 24/05/2018.			

²⁵ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



OGDEN, James R. **Comunicação Integrada de Marketing**: modelo prático para um plano criativo e inovador. Pearson, 2002. Disponível em http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788587918178/pages/_1 Acesso em 24/05/2018.

URDAN, Flávio Torres. URDAN, André Torres. **Gestão do composto de marketing**. São Paulo. Atlas, 2013. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483778/cfi/3!/4/4@0.00:8.19>> Acesso em 24/05/2018.

VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. **Planejamento de Comunicação Integrada**: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009 Disponível em < <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=9788532308177&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=1§ion=0#/legacy/35452>> Acesso em 24/05/2018.

Coordenador do Curso:
Nome: Miriam Rodrigues

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Adilson Aderito da Silva

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Modelos de Negócio		Código do Componente Curricular: EXAD60232	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 4ª	
Ementa: A partir da compreensão dos modelos de negócio como a lógica de criação, entrega e captura de valor, o aluno desenvolverá a habilidade de análise e desenho de negócios, bem como o papel da inovação na concepção de novos modelos de negócios, além de capacitar-se a estruturar um negócio inovador, usando recursos de criatividade, proposta de valor única e identificação de oportunidades.			
Bibliografia básica ²⁶ AMBROSE, Gavin. HARRIS, Paul. Design thinking . Porto Alegre: Bookman, 2011. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808267/cfi/3!/4/2@100:0.00 > Acesso 26/05/2018. DORNELAS, José. et al. Plano de negócios com o modelo Canvas : guia prático de avaliação de ideias de negócio a partir de exemplos. Rio de Janeiro: LTC, 2018. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2965-8/cfi/6/8!/4/2/4@0:0 > Acesso 26/05/2018. DORNELAS, José. Empreendedorismo : transformando ideias em negócios. 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597005257 > Acesso 26/05/2018.			
Bibliografia complementar CANDIDO, Claudio Roberto; PATRICIO, Patrícia. Empreendedorismo : uma perspectiva multidisciplinar. Rio de Janeiro : LTC, 2016. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521630852/cfi/6/2!/4/2/2@0:0 > Acesso 26/05/2018. DORLENAS, José. Empreendedorismo para visionários : desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2516-2/cfi/6/10!/4/2/4@0:0 > Acesso 04/06/2019 GUIA DE ESTUDOS [livro eletrônico]: Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial. Modelos de negócios . São Paulo: Editora Mackenzie. 2018.			

²⁶ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE. Atualizado junho/19.



CHRISTENSEN, Clayton M., et al. **Muito além da sorte**: processos inovadores para entender o que os clientes querem. Porto Alegre: Bookman, 2018. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582604526/cfi/6/8!/4/4/2@0:0> > Acesso 26/05/2018.

SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da inovação na prática**: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2016. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597007121/cfi/6/10!/4/6/2@0:0> > Acesso 26/05/2018.

Coordenador do Curso:
Nome: Miriam Rodrigues

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Adilson Aderito da Silva

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Habilidades Negociais		Código do Componente Curricular: EXAD60141	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 4ª	
Ementa: Estudo dos aspectos negociais nos diferentes tipos e modelos de negócio. Aborda as habilidades de negociação, considerando as etapas do processo e resolução de conflitos e como desenvolver essa habilidade para que as partes envolvidas em uma negociação cheguem a acordos e resultados satisfatórios para ambos os lados.			
Bibliografia básica ²⁷ BAZERMAN, Max H.; NEALE, Margaret A. Negociando Racionalmente . 2 ed. São Paulo: Atlas, 2016. Disponível em https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010497/cfi/6/2!/4/2/4@0:0.101 Acesso em 18/05/2018. LEWICKI, Roy J. SAUNDERS, David M. BARRY, Bruce. Fundamentos de Negociação . 5 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014 Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553864/cfi/0!/4/2@100:0.00 Acesso em 18/05/2018. THOMPSON, Leigh L. O Negociador . 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. Disponível em http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576051930/pages/_1 Acesso em 18/05/2018.			
Bibliografia complementar GARBELINI, Viviane Maria Penteado. Negociação e Conflitos Curitiba: Intersaberes, 2016. Disponível em < http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788544303498/pages/-2 Acesso em 18/05/2018. IAMIM, Gustavo Paiva. Negociação: conceitos fundamentais e negócios internacionais . Curitiba: Intersaberes, 2016. Disponível em http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788544303597/pages/-2 Acesso em 18/05/2018.			

²⁷ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



MARTINELLI, Dante Pinheiro. NIELSEN, Flávia Angeli Ghisi. MARTINS, Talita Mauad (Org.) **Negociação**: conceitos e aplicações práticas. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502160804/cfi/4!/4/4@0.00:37.5> Acesso em 18/05/2018.

SARFATI, Gilberto (Org.). **Manual de negociação**. São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502119352/cfi/159!/4/2@100:0.00> Acesso em 18/05/2018.

VASQUES. Enzo Fiorelli (Org.) **Negociação comercial**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em <http://mackenzie.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788543016764/pages/-4> Acesso em 18/05/2018.

Coordenador do Curso:
Nome: Miriam Rodrigues

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Adilson Aderito da Silva

Assinatura



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais Aplicadas		
Curso: Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial		
Disciplina – Libras (livre escolha)		Código do módulo:
Carga horária: 48 h	Período / Semestre:	
Ementa: Capacitação, por meio do idioma LIBRAS (língua Brasileira de Sinais), para a comunicação básica com alunos surdos ou com deficiência auditiva. Estudo de alguns aspectos inerentes à surdez e fomento de reflexões, numa perspectiva de educação inclusiva, sobre a condição bilíngue e sobre as exigências e desafios educacionais atuais desta área em específico.		
Bibliografia Básica: ²⁸ BRASIL, LEI N.º 10.436 de 24 de abril de 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10436.htm > Acesso em: 06/10/17. BRASIL. Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005. Regulamenta a Lei no 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2004-2006/2005/Decreto/D5626.htm > Acesso em: 06/10/17. FERNANDES, Sueli. Educação de surdos. Curitiba: InterSaberes, 2012. Disponível em: < https://bv4.digitalpages.com.br/?term=Educa%25C3%25A7%25C3%25A3o%2520de%2520surdos&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-2&section=0#/legacy/6089 > Acesso em 06/10/17.		
Bibliografia Complementar: LUCHESE, Maria Regina Chirichella. Educação de pessoas surdas: experiências vividas, histórias narradas. 4 ed. Campinas: Papyrus, 2012. Disponível em: < https://bv4.digitalpages.com.br/?term=Educa%25C3%25A7%25C3%25A3o%2520de%2520pessoas%2520surdas%2520exper%25C3%25A7%25C3%25A3o%2520vividas%2520hist%25C3%25B3rias%2520&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-2&section=0#/legacy/3299 > Acesso em 06/10/17. São Paulo (SP). Secretaria Municipal de Educação. Diretoria de Orientação Técnica Orientações curriculares e proposição de expectativas de aprendizagem para a Educação infantil e Ensino Fundamental: Língua Portuguesa para pessoas surdas - LIBRAS. São Paulo: SME/ DOT, 2008. Disponível em: < http://www.culturatura.com.br/docsed/17%20EducEsp%20PSP3-libra.pdf > Acesso em 06/10/17		

²⁸ ²⁸ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



SÃO PAULO (SP). Secretaria Municipal de Educação. Diretoria de Orientação Técnica. **Projeto Toda força ao Primeiro Ano: Contemplando as especificidades dos alunos surdos**. São Paulo: SME/DOT, 2007. Disponível em: < https://archive.org/details/PTFPA_SURDOS > Acesso em 06/10/17.

SILVA, Rafael Dias (Org.). **Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS**. São Paulo: Pearson, 2015. Disponível em: < <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=L%25C3%25ADngua%2520Brasileira%2520de%2520Sinais%2520&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-4§ion=0#/legacy/35534> > Acesso em 06/10/17.

WILCOX, Sherman e WILCOX, Phyllis Perrin. **Aprender a ver**. Rio de Janeiro: Arara Azul, 2005. Disponível em < <https://editora-arara-azul.com.br/site/ebook/detalhes/9> > Acesso em 06/10/17.

Coordenador do Curso	Diretor da Unidade
Nome: Míriam Rodrigues	Nome: Adilson Aderito da Silva
Assinatura:	Assinatura